



**IGC**

International Graduate Center  
Hochschule Bremen · Germany  
City University of Applied Sciences

# Masterstudiengang Business Management (M.A.)

## Modulhandbuch

Fünf Semester  
– berufsbegleitend –

## Inhaltsverzeichnis

Qualifikationsziele .....	3
Studienstruktur .....	6
Prüfungsleistungen .....	7
Modul 1: Präsentation und Kommunikation .....	10
Modul 2*: Wissenschaftliche Forschungsmethoden .....	12
Modul 3: Globalisierung und Kapitalmärkte .....	14
Modul 4: Unternehmensführung .....	16
Modul 5: Unternehmensanalyse .....	17
Modul 6*: Strategisches Marketing .....	19
Modul 7: Unternehmensgründung .....	22
Modul 8*: Strategisches Management .....	24
Modul 9: Finanzmanagement und Finanzdienstleistungsmanagement .....	26
Modul 10: Recht der Sanierung .....	28
Modul 11*: Corporate Finance .....	30
Modul 12: Betriebswirtschaftliches Sanierungs- und Insolvenzwesen .....	32
Modul 13: Masterthesis .....	34
Revisionsverzeichnis .....	36

\* Blended Learning Module

## Qualifikationsziele

### Studiengangprofil

Der weiterbildende Masterstudiengang Business Management M.A. ist anwendungsorientiert konzipiert und hat das Ziel, aktuell vorhandenes Wissen in Theorie und Praxis zu lehren und zu vertiefen. Er vermittelt die Fähigkeit, dieses Wissen auf bekannte und neue Probleme auch aus der Berufspraxis anzuwenden und die Ergebnisse gegenüber Fachvertreterinnen und -vertretern sowie Laien zu kommunizieren. Großer Wert wird nicht nur auf die Vermittlung von anwendungsbezogenem Managementwissen gelegt, sondern auch auf den Umgang mit komplexeren Fragestellungen in Theorie und Praxis sowie die selbstständige Aneignung von Wissen und Fähigkeiten bei den Absolventinnen und Absolventen. Das fünfsemestrige Programm knüpft an das erste berufsqualifizierende Studium mit wirtschaftswissenschaftlichen Fachinhalten und die beruflichen Kompetenzen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer an.

Das Programm vermittelt Schlüsselfertigkeiten und Fähigkeiten, um über funktionstypische Aufgaben hinaus übergreifende Managementpositionen übernehmen zu können. Dabei ist das Studium auf die drei unternehmerischen Lebensphasen „Gründung“, „Wachstum“ sowie „Restrukturierung“ fokussiert. Es wird, im Unterschied zur verbreiteten Funktionsorientierung der in Deutschland gelehrteten Betriebswirtschaftslehre, für den Studiengang ein prozessorientierter Ansatz gewählt, so dass von einer Applikation des bekannten Lebenszykluskonzeptes gesprochen werden kann. Damit erhalten die Studierenden eine ganzheitliche Managementperspektive, welche die unterschiedlichen Management- bzw. Lebensphasen von Unternehmen aufgreift und problematisiert.

Die Konzeption des weiterbildenden Studiengangs Business Management berücksichtigt das besondere Profil des Programms als weiterbildendes Studium, das eine i.d.R. mindestens einjährige, qualifizierte, berufliche Tätigkeit vor Aufnahme des Master-Studiums voraussetzt. Diese qualifizierte berufliche Tätigkeit ist ein wichtiger Faktor für die inhaltliche Gestaltung der Lehre und die Auswahl der eingesetzten Lehr- und Lernmethoden, da in hohem Maße darauf Wert gelegt wird, die berufliche Erfahrung der Studierenden in die Lehre einfließen zu lassen und „Peer Learning“ zu ermöglichen. Die eingesetzten Unterrichtsmaterialien knüpfen an die Erfahrungen der Studierenden in der beruflichen Praxis an (z.B. Case Studies und Fallbeispiele).

Das Studiengangskonzept sieht die konsequente, kontinuierliche Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen, Selbststudium sowie den kontinuierlichen Nachweis erbrachter Leistungen vor. In seiner fachlichen wie auch didaktisch-methodischen Konzeption bewegt sich der weiterbildende Studiengang auf Hochschulniveau und steht im Einklang mit den im Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse definierten Qualifikationsstufen und -profilen. Darüber hinaus trägt die Studiengangskonzeption und die eingesetzten Lehr- und Lernformen dazu bei, die Studierenden zu zivilgesellschaftlichem Engagement zu befähigen. Durch den seminaristischen Charakter der Lehrveranstaltungen, aber auch durch die angeleitete Teamarbeit in den Präsenz- und Online-Lernphasen wird in hohem Maße Gelegenheit zum Austausch divergierender Meinungen und zu akademischem Diskurs gegeben und so die Diskussions- und Konfliktfähigkeit der Teilnehmenden gestärkt. Die Studieninhalte bieten viele Bezugspunkte zu gesellschaftlich relevanten Fragestellungen und globalen Zusammenhängen von Wirtschaft und Gesellschaft, die wiederkehrend analysiert und diskutiert werden. Die Studierenden werden im Studienverlauf mit der Pluralität wissenschaftlicher Theorien vertraut gemacht und lernen, unterschiedliche Sichtweisen auf Fragestellungen und Problematiken sachlich zu erörtern, zu reflektieren und zu akzeptieren.

Studierende schließen den Studiengang mit 90 Credits ab, was einer gesamten studentischen Arbeitsbelastung (workload) von 2.700 Stunden entspricht.

### Qualifikationsziele

- Die Alumni haben ein vertieftes Verständnis für die Theorie- und Modellbildung der Betriebswirtschaftslehre mit Blick auf unterschiedliche Phasen im Lebenszyklus eines Unternehmens sowie für die Anwendung betriebswirtschaftlicher Theorien oder Modelle bei der Lösung praktischer Probleme. Das Wissen und Verstehen der Alumni bildet die Grundlage für die Entwicklung und/oder Anwendung eigener Ideen. Sie verfügen über ein breites, detailliertes und kritisches Verständnis auf dem neuesten Stand des Wissens in mehreren Spezialbereichen. Die dabei eingebrachten beruflichen Vorkenntnisse verhelfen den Alumni zu einer noch stärkeren Anwendung und Verzahnung des theoretischen Wissens mit der Praxis.
- Die Alumni des Studiengangs sind in der Lage, einschlägige und adäquate qualitative und quantitative Forschungs- und Entwicklungsmethoden sowie -techniken sachgemäß anzuwenden. Dazu gehören insbesondere Methoden und Techniken zur Erforschung unbekannter bzw. relativ unerforschter Felder, zur Ermittlung des Zusammenhangs zwischen Variablen und zur Überprüfung von Kausalhypothesen (Forschungsmethoden bspw. für das Strategische Marketing).
- Insbesondere durch die dem Studium vorgelagerten oder begleitenden Berufsphasen verstehen die Alumni die Wechselwirkungen zwischen Umweltfaktoren und Organisationen, können Informationen zu ihrer Antizipation beschaffen, verarbeiten und dies für zweckmäßige Handlungen nutzen. Entsprechend der drei Lebenszyklusphasen betrifft das die Einschätzung des Gründungsumfeldes von Unternehmen, der Wachstumsmöglichkeiten und der externen Krisenfaktoren (Normen, Recht, Politik und Gesellschaft, Technologie, Branchenspezifika). In diesem Rahmen werden die Studierenden in die Lage versetzt, mit einschlägigen Methoden empirischer Wirtschaftsforschung auch unter Zeitdruck komplexe Analysen der Rahmenbedingungen unternehmerischer Entscheidungen durchzuführen und diese Ergebnisse auf die Unternehmensebene zu übertragen.
- Die Alumni haben damit, auch aufgrund von Erfahrungen in der beruflichen Praxis, ein tiefes Verständnis der spezifischen Herausforderungen für Unternehmen in den drei Phasen Gründung, Wachstum sowie Restrukturierung im Rahmen der aktuellen und künftigen Entwicklung ökonomischer Systeme und deren Einbettung in die soziale, rechtliche und politische Umwelt. Sie können durch Reflexion von Praxiserfahrungen in die anschließende Berufsphase einen direkten Anwendungsbezug herstellen. Dies gilt auch im internationalen Kontext.
- Die Alumni haben ein vertieftes Wissen über die Theorie und Praxis der Unternehmensgründung sowie über die Funktionsweise und Einsatzmöglichkeiten moderner Analyse- und Führungsinstrumente. Zudem sind die Alumni in der Lage, moderne Finanzierungsinstrumente zu beurteilen und ihre Funktionalität auf der Unternehmensebene in Abhängigkeit von der Lebenszyklusphase der Unternehmen zu hinterfragen. In die Lehrveranstaltungen eingebrachte beruflich erworbene Kompetenzen helfen dabei, die Theorie und Praxis besser zu verbinden und Unternehmensgründungen erfolgreich zu realisieren.
- Die Alumni besitzen ein vertieftes Wissen über die Kernfunktionen der Planung, Steuerung und Überwachung von Unternehmen und deren wichtigsten Geschäftsbereichen in den drei Phasen des Lebenszyklus und die Kompetenz international vergleichende Analysen des Unternehmensumfelds durchzuführen.

- Die Alumni können die Finanzierung von Unternehmen gestalten und sichern. Auch kennen sie Frühwarnsysteme und können diese nutzen. Sie können Finanzierungsquellen erschließen, Finanzierungen durchführen, Finanzprojekte leiten sowie das Rechnungswesen für diesbezügliche Managementzwecke nutzen. Sie sind in der Lage, dieses spezifisch auf die drei im Studiengang adressierten Lebenszyklusphasen von Unternehmen umzusetzen und anhand ihrer Vorerfahrungen aus der Praxis richtig zu erkennen.
- Die Fähigkeit, anspruchsvolle Methoden zur Lösung komplexer Problemstellungen integrativ und vernetzend auszuwählen und anzuwenden besitzen die Alumni ebenso wie die Befähigung, die daraus gewonnenen Informationen zu analysieren, zu strukturieren, auch davon zu abstrahieren und daraus entwickeltes Wissen auszutauschen. Hierzu gehören rechnerisch und quantitativ orientierte Fähigkeiten zur betriebswirtschaftlichen Modellbildung und Fähigkeiten zur Durchführung qualitativer Forschung.
- Die Alumni besitzen die Fähigkeit der Auswahl und Nutzung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien im Bereich der Unternehmensanalyse und -planung.
- Mit dem Abschluss des Studiums haben die Alumni soziale, interkulturelle und Selbstkompetenzen durch die intensive Zusammenarbeit mit Teilnehmerinnen und Teilnehmern sowie Dozentinnen und Dozenten erworben. Sie sind aufgrund ihrer eingebrachten beruflichen Kompetenzen besonders befähigt, funktionsübergreifend in nationalen und internationalen Unternehmen zu arbeiten und sich in Verhandlungssituationen fachlich und kommunikativ sicher zu verhalten.
- Die Alumni besitzen Kommunikations- und Teamfähigkeiten, die es ihnen ermöglichen, zyklusspezifische Fragestellungen auf dem aktuellen Stand von Forschung und Anwendung mit anderen Fachvertreterinnen und Fachvertretern, aber auch interdisziplinär zu bearbeiten und sich auf wissenschaftlichem Niveau über Lösungsansätze auszutauschen sowie in Teams Leitungsfunktionen wahrzunehmen. Darüber hinaus konnten sie das vermittelte Wissen anhand ihrer Praxiserfahrungen reflektieren und diskutieren. Die erfolgreiche Anwendung der erworbenen Kompetenzen in der weiteren beruflichen Praxis wurde damit systematisch vorbereitet und abgesichert.

Der Studiengang entspricht damit den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Studienabschlüsse vom 21.04.2005 in der gültigen Fassung sowie den Vorgaben der ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen.

## Studienstruktur

<b>Semester 1 (SoSe)</b>		
<b>Modul 1 (**)</b>  Präsentation und Kommunikation	<b>Modul 2 (*)</b>  Wissenschaftliche Forschungsmethoden	<b>Modul 3</b>  Globalisierung und Kapitalmärkte
<b>Semester 2 (WiSe)</b>		
<b>Modul 4</b>  Unternehmensführung	<b>Modul 5</b>  Unternehmensanalyse	<b>Modul 6 (*)</b>  Strategisches Marketing
<b>Semester 3 (SoSe)</b>		
<b>Modul 7</b>  Entrepreneurship and Business Development I Unternehmensgründung	<b>Modul 8 (*)</b>  Entrepreneurship and Business Development II Strategisches Management	<b>Modul 9</b>  Corporate Finance and Financial Services I Finanzmanagement und Finanzdienstleistungsmanagement
<b>Semester 4 (WiSe)</b>		
<b>Modul 10</b>  Corporate Restructuring and Corporate Recovery I Recht der Sanierung	<b>Modul 11 (*)</b>  Corporate Finance and Financial Services II Corporate Finance	<b>Modul 12</b>  Corporate Restructuring and Corporate Recovery II Betriebswirtschaftliches Sanierungs- und Insolvenzwesen
<b>Semester 5 (SoSe)</b>		
<b>Modul 13</b>  Masterthesis		

(\*) Blended-Learning Modul

(\*\*) 2 Samstage, 1 Blockseminar Mi – Sa ganztags + 12 Stunden Online-Lernphase mit didaktischer Begleitung.

Das Studienprogramm umfasst 7 Module mit 60 Kontaktstunden pro Modul; 4 Module im Blended-Learning Format (20 Kontaktstunden plus 40 Stunden Online-Lernphasen mit didaktischer Begleitung) sowie 1 Modul mit 48 Kontaktstunden plus 12 Stunden Online-Lernphase mit didaktischer Begleitung.

Pro Modul werden bei erfolgreicher Prüfungsleistung 6 Credits (ECTS) vergeben + 18 Credits für die Masterthesis = 90 Credits gesamt.

\*ECTS = European Credit Transfer System

## Prüfungsleistungen

### Semester 1

Modul/Unit	Sprache	h	ECTS	Prüfungsform (*)	Lehrende
<b>Modul 1**</b> Präsentation und Kommunikation	D	60	6	R oder MP oder PF	Dipl.-Psych. Annette Rebers
<b>Modul 2*</b> Wissenschaftliche Forschungsmethoden	D/E	60	6	R oder PF	Prof. Dr. Armin Varmaz
<b>Modul 3</b> Globalisierung und Kapitalmärkte	D	60	6	KL oder PF	Prof. Dr. Mechthild Schrooten

### Semester 2

Modul/Unit	Sprache	h	ECTS	Prüfungsform (*)	Lehrende
<b>Modul 4</b> Unternehmensführung	D	60	6	R oder PF	Dr. phil. Jens-R. Olesch Frau Maria Victoria Caelles Lacer
<b>Modul 5</b> Unternehmensanalyse	D	60	6	KL oder PF	N.N.
<b>Modul 6*</b> Strategisches Marketing	D/E	60	6	KL oder R oder PF	Prof. Dr. Philip Maloney

### Semester 3

Modul/Unit	Sprache	h	ECTS	Prüfungsform (*)	Lehrende
<b>Modul 7</b> Entrepreneurship and Business Development I <a href="#">Unternehmensgründung</a>	D	60	6	R oder PF	Dr.-Ing. Til Assmann
<b>Modul 8*</b> Entrepreneurship and Business Development II <a href="#">Strategisches Management</a>	D	60	6	R oder PF	Prof. Dr. Ulrich Kuron Dipl.-Geoökologe Lutz Penzel Dipl.-Oec. Katharina Riebe
<b>Modul 9</b> Corporate Finance and Financial Services I <a href="#">Finanzmanagement und</a> <a href="#">Finanzdienstleistungsmanagement</a>	D	60	6	KL oder R oder PF	Marc Neuenkirchen (MAppFin)



## Semester 4

Modul/Unit	Sprache	h	ECTS	Prüfungsform (*)	Lehrende
<b>Modul 10</b> Corporate Restructuring and Corporate Recovery I <a href="#">Recht der Sanierung</a>	D	60	6	KL oder MP oder PF	N.N.
<b>Modul 11*</b> Corporate Finance and Financial Services II <a href="#">Corporate Finance</a>	D	60	6	KL oder R oder PF	Prof. Dr. Armin Varmaz
<b>Modul 12</b> Corporate Restructuring and Corporate Recovery II <a href="#">Betriebswirtschaftliches Sanierungs- und Insolvenzwesen</a>	D	60	6	KL oder P oder PF	N.N.

## Semester 5

Modul/Unit	Sprache	h	ECTS	Prüfungsform	Lehrende
<b>Modul 13</b> Masterthesis					
Masterthesis Seminar	D	60			Prof. Dr. Ulrich Kuron Prof. Dr. Mechthild Schrooten
Masterthesis Arbeit	D		18	Masterthesis und Kolloquium	N.N.

Form der Prüfungsleistungen

KL = Klausur; P = Projektarbeit, R = schriftlich ausgearbeitetes Referat, MP = Mündliche Prüfung/Kolloquium, PF = Portfolioprüfung

\* Blended Learning Modul

(20 Kontaktstunden plus 40 Stunden Online Lernphasen mit didaktischer Begleitung)

\*\* 48 Kontaktstunden plus 12 Stunden Online Lernphase mit didaktischer Begleitung

(\*) Die jeweilige Form der Prüfungsleistung/Modul wird vor Semesterbeginn von den Lehrenden und der Studiengangsleitung festgelegt und den Studierenden vor Lehrveranstaltungsbeginn mitgeteilt.

Erläuterungen zu den einzelnen Prüfungsformen können den „Hinweisen für Lehrende und Studierende MBM-Prüfungsordnung“ im Kapitel 2 des MBM-Studienhandbuchs unter „Prüfungsordnungen“ entnommen werden.

Zur Gewichtung der Modulnote an der Zeugnis-Abschlussnote siehe Anlage „Prüfungsleistungen“ der F-MPO.

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Modul 1: Präsentation und Kommunikation</b>
<b>Modulcode</b>	ML1401
<b>Semester</b>	1. Semester
<b>Dauer / Häufigkeit</b>	Ein Semester / einmal jährlich
<b>Art</b>	Pflichtmodul
<b>ECTS-Punkte</b>	6
<b>Student. Arbeitsbelastung in h</b>	180
<b>Kontaktstunden</b>	60
<b>Selbststudium in h</b>	120
<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>	keine
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Verwendbarkeit</b>	Studiengang Business Management (M.A.)
<b>Prüfungsform und Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)</b>	Referat oder Mündliche Prüfung oder Portfolio
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	Präsenzstudium, Seminar, Peer Learning, angeleitetes Selbststudium
<b>Modulverantwortliche/r</b>	Prof. Dr. Ulrich Kuron
<b>Kompetenzziele</b>	<p>Nach Abschluss der Veranstaltung können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• relevante Theorien der menschlichen Kommunikation und Kommunikationspsychologie erläutern,</li> <li>• ausgewählte Theorien der menschlichen Kommunikation und Kommunikationspsychologie auf Praxisbeispiele in Unternehmensführung und Management anwenden und bewerten,</li> <li>• strategische Kommunikationsthemen in der</li> </ul>

	Unternehmens-praxis analysieren und bewerten.
<b>Lehrinhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theorien der menschlichen Kommunikation / Kommunikationspsychologie</li> <li>• Techniken der Gesprächsführung und Präsentation in unterschiedlichen Situationen</li> <li>• Erarbeitung und Reflexion zentraler Kommunikationstheorien und -themen in Unternehmensführung und Management</li> <li>• Ganzheitliche anwendungsorientierte Betrachtung der Unternehmenskommunikation</li> <li>• Internationale und interkulturelle Aspekte der Kommunikation</li> </ul>
<b>Literatur</b>	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt

<b>Lehrende</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b>	<b>h</b>
Siehe aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	Präsentation und Kommunikation	60

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Modul 2*: Wissenschaftliche Forschungsmethoden</b>	
<b>Modulcode</b>	ML1402	
<b>Semester</b>	1. Semester	
<b>Dauer / Häufigkeit</b>	Ein Semester/einmal jährlich	
<b>Art</b>	Pflichtmodul	
<b>ECTS-Punkte</b>	6	
<b>Student. Arbeitsbelastung in h</b>	180	
<b>Kontaktstunden</b>	60 * Blended Learning Modul (20 Kontaktstunden plus 40 Stunden Online Lernphasen mit didaktischer Begleitung)	
<b>Selbststudium in h</b>	120	
<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>	keine	
<b>Sprache</b>	Deutsch/Englisch	
<b>Verwendbarkeit</b>	Studiengang Business Management (M.A.)	
<b>Prüfungsform und Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)</b>	Schriftlich ausgearbeitetes Referat oder Portfolio	
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	Präsenzstudium, Seminar, Peer Learning, angeleitetes Selbststudium.	
<b>Modulverantwortliche/r</b>	Prof. Dr. Armin Varmaz	
<b>Kompetenzziele</b>	<p>Nach Abschluss der Veranstaltung können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>aktuelle Methoden der wirtschaftswissenschaftlichen Forschung zielgerichtet verwenden und diese auf Daten der volks- und betriebswirtschaftlichen Praxis anwenden,</li> <li>für vorliegende Fragestellungen die adäquaten</li> </ul>	
© IGC 2017	Version 2017 11 27	Seite 12 von 37

	<p>empirischen Forschungsmethoden erkennen, insbesondere multivariate Analysemethoden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• diese Methoden selbständig auf die Daten korrekt anwenden und somit die notwendigen Maßzahlen ermitteln,</li> <li>• die Maßzahlen inhaltlich interpretieren und deren Relevanz für die wissenschaftliche Fragestellung erkennen,</li> <li>• Zusammenhänge erkennen und Folgerungen daraus ableiten, Hypothesen aufstellen und auf deren Basis Schlussfolgerungen und Urteile entwickeln,</li> <li>• empirische Methoden in Gruppenarbeiten anwenden und die Ergebnisse kritisch bewerten,</li> <li>• die Ergebnisse von Analysen und Evaluationen zielgerichtet und strukturiert vortragen.</li> </ul>
<b>Lehrinhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wissenschaftlichen Forschungsmethoden in der Ökonomie</li> <li>• Forschungsbezogene Anwendungen in der Volks- und Betriebswirtschaftslehre</li> <li>• Analyse und Interpretation von Forschungsergebnissen</li> <li>• Multivariate Analysemethoden mit linearen und nichtlinearen (Regressions-) Modellen, die in volkswirtschaftlichen Untersuchungen, in der Finanzmarktforschung und in der Ökonometrie angewendet werden</li> <li>• Neue, in aktuellen wissenschaftlichen Analysen verwendete Forschungsmethoden</li> <li>• Wissenschaftliche Fallbeispiele</li> </ul>
<b>Literatur</b>	<p>Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt.</p>

<b>Lehrende</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b>	<b>h</b>
Siehe aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	Wissenschaftliche Forschungsmethoden	60

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Modul 3: Globalisierung und Kapitalmärkte</b>
<b>Modulcode</b>	ML1403
<b>Semester</b>	1. Semester
<b>Dauer / Häufigkeit</b>	Ein Semester / einmal jährlich
<b>Art</b>	Pflichtmodul
<b>ECTS-Punkte</b>	6
<b>Student. Arbeitsbelastung in h</b>	180
<b>Kontaktstunden</b>	60
<b>Selbststudium in h</b>	120
<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>	keine
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Verwendbarkeit</b>	Studiengang Business Management (M.A.)
<b>Prüfungsform und Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)</b>	Klausur oder Portfolio
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	Präsenzstudium, Seminar, Peer Learning, angeleitetes Selbststudium
<b>Modulverantwortliche/r</b>	Prof. Dr. Mechthild Schrooten
<b>Kompetenzziele</b>	<p>Nach Abschluss der Veranstaltung können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• aktuelle Fragestellungen globaler Wirtschaftsbeziehungen analysieren,</li> <li>• Globale ökonomische Phänomene insbesondere im Bereich "International Finance" nennen und hinsichtlich ihrer Risiken und Chancen beurteilen,</li> <li>• weltwirtschaftliche Zusammenhänge in ihren Auswirkungen auf betriebliche Entscheidungsprozesse beurteilen und dabei länderspezifische Gepflogenheiten berücksichtigen,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• eigenständige Entscheidungen treffen, um einzelnen globalen Phänomenen wie Wechselkursveränderungen auf der betrieblichen Ebene kurzfristig entgegenzuwirken,</li> <li>• im Team Leitungsfunktionen bei der wissenschaftlichen Analyse weltwirtschaftlicher Prozesse übernehmen,</li> <li>• sich mit Fachvertretern und Laien über komplexe internationale Zusammenhänge austauschen und dabei Informationen und Schlussfolgerungen zielgruppenadäquat darstellen.</li> </ul>
<b>Lehrinhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Business Environment”, das globale Umfeld betrieblicher Entscheidungsprozesse</li> <li>• Aktuelle Fragestellungen im Kontext globaler Wirtschaftsbeziehungen</li> <li>• Internationalisierung der Finanzbeziehungen, Phänomene, Chancen und Risiken</li> <li>• Zahlungsbilanzanalysen, internationale Finanzpositionen und internationale Interessen ausgewählter Industrie- und Entwicklungsländer</li> <li>• Die Bedeutung der Unterschiede nationaler Finanzsysteme für die Unternehmensfinanzierung, Wechselkurseffekte, internationale und europäische Finanzmarktintegration sowie deren Messbarkeit</li> <li>• Die Themengebiete werden sowohl aus theoretischer Sicht wissenschaftlich beschrieben als auch anwendungsbezogen anhand von Fallstudien empirisch analysiert</li> </ul>
<b>Literatur</b>	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt.

<b>Lehrende</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b>	<b>h</b>
Siehe aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	Globalisierung und Kapitalmärkte	60

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Modul 4: Unternehmensführung</b>
<b>Modulcode</b>	ML1404
<b>Semester</b>	2. Semester
<b>Dauer / Häufigkeit</b>	Ein Semester / einmal jährlich
<b>Art</b>	Pflichtmodul
<b>ECTS-Punkte</b>	6
<b>Student. Arbeitsbelastung in h</b>	180
<b>Kontaktstunden</b>	60
<b>Selbststudium in h</b>	120
<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>	keine
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Verwendbarkeit</b>	Studiengang Business Management (M.A.)
<b>Prüfungsform und Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)</b>	Schriftlich ausgearbeitetes Referat oder Portfolio
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	Präsenzstudium, Seminar, Peer Learning, angeleitetes Selbststudium
<b>Modulverantwortliche/r</b>	Prof. Dr. Ulrich Kuron
<b>Kompetenzziele</b>	<p>Nach Abschluss der Veranstaltung können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• unterschiedliche Modelle der Unternehmensführung beschreiben und bewerten,</li> <li>• Möglichkeiten und Grenzen linearer Steuerungsmodelle und Kausalzuschreibungen in der Unternehmensführung analysieren und reflektieren,</li> <li>• Reichweite und Anwendbarkeit unterschiedlicher Steuerungsmodelle der Unternehmensführung bewerten</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• persönliche Denkmodelle als Handlungsgrundlage in der Unternehmensführung erschaffen.</li> </ul>
<b>Lehrinhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufgaben der Unternehmensführung</li> <li>• Unterschiedliche Modelle der Unternehmensführung, Grundlagen, Möglichkeiten und Grenzen</li> <li>• Unternehmensführung in besonderen Unternehmenssituationen</li> <li>• Systemtheorie als theoretische Basis von Unternehmensführung</li> <li>• Systemische Strategien der Unternehmensführung</li> <li>• Ressourcenbasierte Strategien im Personalmanagement und in der Ausgestaltung von Führung</li> </ul>
<b>Literatur</b>	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt.

<b>Lehrende</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b>	<b>h</b>
Siehe aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	Unternehmensführung	60

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Modul 5: Unternehmensanalyse</b>
-------------------------	-------------------------------------

<b>Modulcode</b>	ML1405
<b>Semester</b>	2. Semester
<b>Dauer / Häufigkeit</b>	Ein Semester / einmal jährlich
<b>Art</b>	Pflichtmodul
<b>ECTS-Punkte</b>	6
<b>Student. Arbeitsbelastung in h</b>	180
<b>Kontaktstunden</b>	60
<b>Selbststudium in h</b>	120
<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>	keine
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Verwendbarkeit</b>	Studiengang Business Management (M.A.)
<b>Prüfungsform und Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)</b>	Klausur oder Portfolio
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	Präsenzstudium, Seminar, Peer Learning, angeleitetes Selbststudium
<b>Modulverantwortliche/r</b>	Prof. Dr. Thomas Möhlmann-Mahlau
<b>Kompetenzziele</b>	<p>Nach Abschluss der Veranstaltung können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Vermögens-, Finanz- und Erfolgslage von Unternehmen anhand der Qualität der vorliegenden Unternehmensdaten in unterschiedlichen Markt-, Branchen- und Unternehmenssituationen beurteilen,</li> <li>• sich mit Fachvertretern und Laien über Themen der Unternehmensbewertung austauschen und dabei Informationen und Schlussfolgerungen zielgruppenadäquat darstellen.</li> </ul>
<b>Lehrinhalte</b>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der modernen Jahresabschlussanalyse</li> <li>• Informationsbeschaffung und Verifizierung von betriebswirtschaftlichen, abschlussrelevanten Daten</li> <li>• Finanz- und kreditwirtschaftliche Verfahren der Unternehmensklassifikation unter besonderer Berücksichtigung der Branchenzugehörigkeit von Unternehmen</li> <li>• Bewertungen in besonderen Unternehmenssituationen</li> <li>• Praxisorientierte Beurteilung der Aussagefähigkeit von Analyseverfahren unter besonderer Berücksichtigung von Konzernstrukturen und der Rechnungslegung nach HGB und IFRS</li> </ul>
<b>Literatur</b>	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt

Lehrende	Lehrveranstaltungen	h
Siehe aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	Unternehmensanalyse	60

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Modul 6*: Strategisches Marketing</b>
<b>Modulcode</b>	ML1406

<b>Semester</b>	2. Semester
<b>Dauer / Häufigkeit</b>	Ein Semester / einmal jährlich
<b>Art</b>	Pflichtmodul
<b>ECTS-Punkte</b>	6
<b>Student. Arbeitsbelastung in h</b>	180
<b>Kontaktstunden</b>	60 *Blended Learning Modul (20 Kontaktstunden plus 40 Stunden Online Lernphasen mit didaktischer Begleitung)
<b>Selbststudium in h</b>	120
<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>	keine
<b>Sprache</b>	Englisch / Deutsch
<b>Verwendbarkeit</b>	Studiengang Business Management (M.A.)
<b>Prüfungsform und Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)</b>	Klausur oder schriftlich ausgearbeitetes Referat oder Portfolio
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	Präsenzstudium, Seminar, Peer Learning, angeleitetes Selbststudium
<b>Modulverantwortliche/r</b>	Prof. Dr. Philip Maloney
<b>Kompetenzziele</b>	<p>Nach Abschluss der Veranstaltung können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entscheidungen bzgl. geeigneter Informationsbeschaffungsmaßnahmen in konkreten Marktsituationen bzw. bei konkreten Rahmenbedingungen treffen,</li> <li>• Beurteilungen bzgl. der Eignung vorliegender Untersuchungsergebnisse zur Lösung eines konkreten Unternehmensproblems vornehmen und den strategischen Erfolg von Marketingstrategien in konkreten Marktsituationen beurteilen,</li> <li>• die Durchführbarkeit instrumenteller Maßnahmen in konkreten Marktsituationen und geeigneter Testverfahren im Rahmen der Werbeerfolgskontrolle beurteilen,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnose-Methoden im Rahmen des strategischen Marketing (Produktlebenszyklusanalysen; Markt- und Entwicklungsprognosen, Frühwarnsysteme, SWOT-Analyse; Szenario-Analyse und Portfolio-Analysen) anwenden.</li> </ul>
<b>Lehrinhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beschaffung marketingrelevanter Informationen</li> <li>• Beurteilung von Unternehmens- und Marktsituationen</li> <li>• Diskussion von strategischen Optionen auf der Grundlage von Marktanalysen und strategischen Planungskonzepten wie Stärken-Schwächen-, Chancen-Gefahren- und SWOT-Analysen sowie Frühaufklärungssystemen, Szenario-, Branchen-, Wertketten-, Lebenszyklus- und Portfolioanalysen</li> <li>• Generische Marketingstrategien und strategische Marketingentscheidungen auf internationalen Märkten und im Dienstleistungs- und Handelsbereich</li> <li>• Beschaffung marketingrelevanter Informationen</li> <li>• Beurteilung von Unternehmens- und Marktsituationen</li> </ul>
<b>Literatur</b>	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt.

<b>Lehrende</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b>	<b>h</b>
Siehe aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	Strategisches Marketing	60

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Modul 7: Unternehmensgründung</b>
<b>Modulcode</b>	ML1407
<b>Semester</b>	3. Semester
<b>Dauer / Häufigkeit</b>	Ein Semester / einmal jährlich
<b>Art</b>	Pflichtmodul
<b>ECTS-Punkte</b>	6
<b>Student. Arbeitsbelastung in h</b>	180
<b>Kontaktstunden</b>	60
<b>Selbststudium in h</b>	120
<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>	keine
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Verwendbarkeit</b>	Studiengang Business Management (M.A.)
<b>Prüfungsform und Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)</b>	Schriftlich ausgearbeitetes Referat oder Portfolio
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	Präsenzstudium, Seminar, Peer Learning, angeleitetes Selbststudium
<b>Modulverantwortliche/r</b>	Prof. Dr. Philip Maloney
<b>Kompetenzziele</b>	<p>Nach Abschluss der Veranstaltung können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• unterschiedliche Formen und Umsetzungsmöglichkeiten der Unternehmensgründung bewerten sowie Herausforderungen und Problemstellungen abstrahieren,</li> <li>• Elemente sowie Inhalte eines Business-Plans und konkreter Geschäftsfeldmodelle erarbeiten,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden, Modelle und Konzepte zur Unternehmensgründung und -entwicklung für konkrete Problem- und Aufgabenstellungen aus der Unternehmenspraxis oder eigene Geschäftsideen analysieren und bewerten, sowie systematisch und lösungsorientiert (u.a. in Business-Pläne und -modelle) umsetzen,</li> <li>• Projektergebnisse als Work in Progress und als Projektbericht wissenschaftlich aussagekräftig präsentieren und den kritischen Diskurs führen.</li> </ul>
<b>Lehrinhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theoretische Grundlagen und Ansatzpunkte zur Förderung von Entrepreneurship.</li> <li>• Praxisnahe wissenschaftliche Bearbeitung von konkreten Problem-/ Aufgabenstellungen im Rahmen von Unternehmensgründungen (u.a. in Zusammenarbeit mit der Unternehmenspraxis oder in Fallbeispielen).</li> <li>• Möglichkeiten und Konzepte der Entwicklung und Implementierung</li> </ul>
<b>Literatur</b>	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt.

<b>Lehrende</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b>	<b>h</b>
Siehe aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	Unternehmensgründung	60

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Modul 8*: Strategisches Management</b>
<b>Modulcode</b>	ML1408
<b>Semester</b>	3. Semester
<b>Dauer / Häufigkeit</b>	Ein Semester / einmal jährlich
<b>Art</b>	Pflichtmodul
<b>ECTS-Punkte</b>	6
<b>Student. Arbeitsbelastung in h</b>	180
<b>Kontaktstunden</b>	60 * Blended Learning Modul (20 Kontaktstunden plus 40 Stunden Online Lernphasen mit didaktischer Begleitung)
<b>Selbststudium in h</b>	120
<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>	keine
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Verwendbarkeit</b>	Studiengang Business Management (M.A.)
<b>Prüfungsform und Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)</b>	Schriftlich ausgearbeitetes Referat oder Portfolio.
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	Präsenzstudium, Seminar, angeleitetes Selbststudium
<b>Modulverantwortliche/r</b>	Prof. Dr. Ulrich Kuron
<b>Kompetenzziele</b>	<p>Nach Abschluss der Veranstaltung können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instrumente des strategischen Managements verstehen und anwenden,</li> <li>• Resultate und Erkenntnisse unterschiedlicher Methoden, Modelle und Instrumente im Analyse- und Planungsprozess des strategischen Managements bewerten,</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kulturelle, soziale, organisatorische und methodische Fits im internationalen Kontext einordnen und umsetzen,</li> <li>• internationale Aufgaben- und Fragestellungen unterscheiden und beurteilen,</li> <li>• Erfolg versprechende strategische Unternehmensstrategien auch im internationalen Kontext entwickeln.</li> </ul>
<b>Lehrinhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ganzheitliche anwendungsorientierte Betrachtung ausgewählter Themenfelder des strategischen Managements im internationalen Kontext</li> <li>• Praxisgeeignete Methoden, Modelle und Instrumente im strategischen Planungsprozess</li> <li>• Einbindung strategischer Entscheidungen des Managements in den gesamtwirtschaftlichen Kontext von Unternehmen und Unternehmensumwelt</li> <li>• Betrachtung der internationalen und der globalen Perspektive</li> </ul>
<b>Literatur</b>	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt.

<b>Lehrende</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b>	<b>h</b>
Siehe aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	Strategisches Management	60

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Modul 9: Finanzmanagement und Finanzdienstleistungsmanagement</b>
<b>Modulcode</b>	ML1409
<b>Semester</b>	3. Semester
<b>Dauer / Häufigkeit</b>	Ein Semester / einmal jährlich
<b>Art</b>	Pflichtmodul
<b>ECTS-Punkte</b>	6
<b>Student. Arbeitsbelastung in h</b>	180
<b>Kontaktstunden</b>	60
<b>Selbststudium in h</b>	120
<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>	keine
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Verwendbarkeit</b>	Studiengang Business Management (M.A.)
<b>Prüfungsform und Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)</b>	Klausur oder schriftlich ausgearbeitetes Referat oder Portfolio
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	Präsenzstudium, Seminar, Peer Learning, angeleitetes Selbststudium
<b>Modulverantwortliche/r</b>	Prof. Dr. Carola Spiecker-Lampe
<b>Kompetenzziele</b>	<p>Nach Abschluss der Veranstaltung können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• wesentliche Funktionen und Instrumente im Bereich der Finanzwirtschaft und des Finanzmanagements darstellen,</li> <li>• grundlegende Problemstellungen und Entscheidungssituationen im Finanzmanagement und Finanzdienstleistungsmanagement analysieren,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• gesamtunternehmensbezogene geschäftspolitische Lösungsansätze entwickeln und vor der Unternehmensleitung vertreten.</li> </ul>
<b>Lehrinhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zusammenarbeit mit Finanzdienstleistungsunternehmen</li> <li>• Außenfinanzierungsentscheidungen</li> <li>• Innenfinanzierungsentscheidungen</li> <li>• Alternative Finanzierungsinstrumente</li> <li>• Finanzcontrolling</li> <li>• Finanzdispositionsrelevante Pläne und Entscheidungen</li> <li>• Finanzstrukturelevante Pläne und Entscheidungen</li> <li>• Bedeutende Problemstellungen und Aufgabenbereiche in den Bereichen Finanzmanagement und Finanzdienstleistungsmanagement</li> <li>• Aktuelle Entwicklungen und Problemstellungen</li> <li>• Methoden und Zusammenhänge für Managemententscheidungen</li> </ul>
<b>Literatur</b>	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt.

<b>Lehrende</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b>	<b>h</b>
Siehe aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	Finanzmanagement und Finanzdienstleistungsmanagement	60

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Modul 10: Recht der Sanierung</b>
<b>Modulcode</b>	ML1410
<b>Semester</b>	4. Semester
<b>Dauer / Häufigkeit</b>	Ein Semester / einmal jährlich
<b>Art</b>	Pflichtmodul
<b>ECTS-Punkte</b>	6
<b>Student. Arbeitsbelastung in h</b>	180
<b>Kontaktstunden</b>	60
<b>Selbststudium in h</b>	120
<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>	keine
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Verwendbarkeit</b>	Studiengang Business Management (M.A.)
<b>Prüfungsform und Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)</b>	Klausur oder mündliche Prüfung oder Portfolio
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	Präsenzstudium, Seminar, Peer Learning, angeleitetes Selbststudium
<b>Modulverantwortliche/r</b>	Prof. Dr. Lydia Scholz
<b>Kompetenzziele</b>	<p>Nach Abschluss der Veranstaltung können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die entscheidende Rolle des Rechts bei Sanierungen vor dem Hintergrund der Insolvenzordnung und den Fragen der personellen Reorganisation skizzieren,</li> <li>• die Rolle der finanzierenden Bank im Fall der Sanierung und Insolvenz sowie Umstrukturierungsprozesse von öffentlichen</li> </ul>

	<p>Dienstleistungen erläutern,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• juristische Probleme der ökonomischen Praxis analysieren und entsprechende betriebswirtschaftliche Handlungsoptionen planen,</li> <li>• Entscheidungen treffen, inwieweit juristische Probleme ohne die Einschaltung professioneller juristischer Hilfe gelöst werden können.</li> </ul>
<b>Lehrinhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bank-, insolvenz- und arbeitsrechtliche Implikationen im Umfeld einer Sanierung oder Insolvenz</li> <li>• Rechtsverhältnis zu Kreditgebern</li> <li>• Insolvenzrecht</li> <li>• Rechtlicher Rahmen der Reorganisation und übertragenen Sanierung</li> <li>• Arbeitsrechtliche Besonderheiten in der Insolvenz des Unternehmens und Konsequenzen bei übertragenen Sanierungen</li> <li>• Betriebsübergang und Geltung von Tarifvertrag und Betriebsvereinbarung</li> <li>• Beendigung von Arbeitsverhältnissen</li> <li>• Gründung von Beschäftigungs- und Auffanggesellschaften</li> <li>• Reorganisation öffentlicher Dienstleistungen</li> <li>• Beteiligung des Betriebsrats bei Betriebsänderungen durch Interessenausgleich und Sozialplan</li> <li>• Regelungen im Interessenausgleich und im Sozialplan</li> <li>• Umsetzungsperspektiven von erworbenen rechtlichen Kenntnissen in die betriebswirtschaftliche Praxis</li> </ul>
<b>Literatur</b>	<p>Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt.</p>

<b>Lehrende</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b>	<b>h</b>
Siehe aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	Recht der Sanierung	60

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Modul 11*: Corporate Finance</b>	
<b>Modulcode</b>	ML1411	
<b>Semester</b>	4. Semester	
<b>Dauer / Häufigkeit</b>	Ein Semester / einmal jährlich	
<b>Art</b>	Pflichtmodul	
<b>ECTS-Punkte</b>	6	
<b>Student. Arbeitsbelastung in h</b>	180	
<b>Kontaktstunden</b>	60 * Blended Learning Modul (20 Kontaktstunden plus 40 Stunden Online Lernphasen mit didaktischer Begleitung)	
<b>Selbststudium in h</b>	120	
<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>	keine	
<b>Sprache</b>	Deutsch	
<b>Verwendbarkeit</b>	Studiengang Business Management (M.A.)	
<b>Prüfungsform und Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)</b>	Klausur oder schriftlich ausgearbeitetes Referat oder Portfolio	
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	Präsenzstudium, Seminar, Peer Learning, angeleitetes Selbststudium	
<b>Modulverantwortliche/r</b>	Prof. Dr. Carola Spiecker-Lampe	
<b>Kompetenzziele</b>	<p>Nach Abschluss der Veranstaltung können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>internationale Kapitalmärkte, Börsengänge und Problemstellungen im Bereich Corporate Finance skizzieren sowie Mechanismen und Instrumente für Unternehmensentscheidungen in diesem Bereich erläutern,</li> <li>Managementfunktionen im Bereich Corporate Finance</li> </ul>	
© IGC 2017	Version 2017 11 27	Seite 30 von 37

	<p>übernehmen, grundlegende Problemstellungen und Entscheidungssituationen analysieren, geschäftspolitische Lösungsansätze entwickeln und vor der Unternehmensleitung vertreten,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sich mit Fachvertretern und Laien über komplexe Zusammenhänge im Themenfeld austauschen und dabei Informationen und Schlussfolgerungen zielgruppenadäquat darstellen.</li> </ul>
<b>Lehrinhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedeutung, Umfeld und wesentliche Aufgabenbereiche des Corporate Finance</li> <li>• Mergers and Acquisitions</li> <li>• Corporate Restructuring</li> <li>• Structured Finance</li> <li>• Capital Markets</li> <li>• Asset Management</li> <li>• Aktuelle Entwicklungen und Problemstellungen</li> <li>• Corporate Finance basierte Managemententscheidungen</li> </ul>
<b>Literatur</b>	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt.

<b>Lehrende</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b>	<b>h</b>
Siehe aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	Corporate Finance	60

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Modul 12: Betriebswirtschaftliches Sanierungs- und Insolvenzwesen</b>
<b>Modulcode</b>	ML1412
<b>Semester</b>	4. Semester
<b>Dauer / Häufigkeit</b>	Ein Semester / einmal jährlich
<b>Art</b>	Pflichtmodul
<b>ECTS-Punkte</b>	6
<b>Student. Arbeitsbelastung in h</b>	180
<b>Kontaktstunden</b>	60
<b>Selbststudium in h</b>	120
<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>	keine
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Verwendbarkeit</b>	Studiengang Business Management (M.A.)
<b>Prüfungsform und Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)</b>	Klausur oder Projektarbeit oder Portfolio
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	Präsenzstudium, Seminar, Peer Learning, angeleitetes Selbststudium
<b>Modulverantwortliche/r</b>	Prof. Dr. Thomas Möhlmann-Mahlau
<b>Kompetenzziele</b>	<p>Nach Abschluss der Veranstaltung können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analysen von Sanierungsbedürftigkeit, Sanierungswürdigkeit und Sanierungsfähigkeit durchführen,</li> <li>• Entscheidungen bezüglich geeigneter Sanierungsmaßnahmen in konkreten Marktsituationen</li> </ul>



	bzw. bei konkreten Rahmenbedingungen treffen, <ul style="list-style-type: none"> <li>• Maßnahmen in einem Sanierungskonzept planen</li> <li>• Sensitivitäten und Szenario-analysen erarbeiten,</li> <li>• Sanierungsszenarien einschätzen und Maßnahmen auswählen.</li> </ul>
<b>Lehrinhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden zur Analyse der Sanierungsbedürftigkeit, Sanierungsfähigkeit und -würdigkeit</li> <li>• Methoden und Instrumente der finanzwirtschaftlichen und leistungswirtschaftlichen Sanierung innerhalb und außerhalb der Insolvenz</li> <li>• Erstellung von Sanierungskonzepten sowohl vor der Insolvenz als auch im Rahmen eines Insolvenzplanverfahrens</li> <li>• Implementierung und Überwachung von Sanierungskonzepten sowie Sanierungscontrolling</li> </ul>
<b>Literatur</b>	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt.

<b>Lehrende</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b>	<b>h</b>
Siehe aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	Betriebswirtschaftliches Sanierungs- und Insolvenzwesen	60

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Modul 13: Masterthesis</b>	
<b>Modulcode</b>	ML1413	
<b>Semester</b>	5. Semester	
<b>Dauer / Häufigkeit</b>	Ein Semester / einmal jährlich	
<b>Art</b>	Pflicht	
<b>ECTS-Punkte</b>	18	
<b>Student. Arbeitsbelastung in h</b>	540	
<b>Kontaktstunden</b>	60	
<b>Selbststudium in h</b>	480	
<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>	Mindestens 60 ECTS-Punkte	
<b>Sprache</b>	Deutsch	
<b>Verwendbarkeit</b>	Studiengang Business Management (M.A.)	
<b>Prüfungsform und Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)</b>	Masterthesis (MT) und Kolloquium	
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	Eigenarbeit, angeleitetes Selbststudium	
<b>Modulverantwortliche/r</b>	Studiengangsleiter bzw. Betreuer/in der Arbeit	
<b>Kompetenzziele</b>	<p>Nach Abschluss können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• aktuelle und praxisrelevante Methoden der wissenschaftlichen Forschung erläutern und anwenden,</li> <li>• relevante Theorieansätze und Konzepte für eine vorliegende Aufgabenstellung darstellen und analysieren und diese in einem kritisch reflektierten theoretischen Bezugsrahmen konkretisieren,</li> <li>• theoretisch-konzeptionelle Überlegungen / theoretische Bezugsrahmen problemorientiert anwenden, analysieren und bewerten,</li> <li>• individuelle Fragestellungen in einer abgegrenzten</li> </ul>	
© IGC 2017	Version 2017 11 27	Seite 34 von 37

	<p>Zeitspanne umfassend wissenschaftlich analysieren und bewerten sowie Lösungswege vorschlagen,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sich mit Fachvertretern und Laien über die Ergebnisse eigener wissenschaftlicher Arbeit austauschen und diese zielgruppenadäquat darstellen.</li> <li>• Im Rahmen der Veranstaltung soll die/der Studierende durch die Anfertigung der Masterthesis zeigen, dass sie/er in der Lage ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist von 24 Wochen ein Problem selbstständig und fachgerecht zu bearbeiten. Die Masterthesis wird in einer von den Studierenden zu wählenden Fachwissenschaft geschrieben.</li> <li>• Auf Basis einer vorgegebenen Fragestellung soll die/der Studierende das Thema selbstständig sinnvoll strukturieren und wissenschaftlich bearbeiten. Dies geschieht neben dem Selbststudium auch in Beratungsgesprächen mit der/dem Prüfenden und einem Masterthesis-Seminar, in dem die Studierenden ihre gewählte Methodik sowie den Bearbeitungsstand jeweils referieren und kommentieren.</li> <li>• Eigenständige, strukturierte und kompetente wissenschaftliche Bearbeitung eigener Aufgabengebiete/Themen – als direkte Berufsqualifikation bzw. Qualifikation für wissenschaftliches Arbeiten (z.B. Promotion).</li> </ul>
<b>Lehrinhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Im Rahmen der Veranstaltung soll die/der Studierende durch die Anfertigung der Masterthesis zeigen, dass sie/er in der Lage ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist von 24 Wochen ein Problem selbstständig und fachgerecht zu bearbeiten. Die Masterthesis wird in einer von den Studierenden zu wählenden Fachwissenschaft geschrieben.</li> <li>• Auf Basis einer vorgegebenen Fragestellung soll die/der Studierende das Thema selbstständig sinnvoll strukturieren und wissenschaftlich bearbeiten. Dies geschieht neben dem Selbststudium auch in Beratungsgesprächen mit der/dem Prüfenden und einem Masterthesis-Seminar, in dem die Studierenden ihre gewählte Methodik sowie den Bearbeitungsstand jeweils referieren und kommentieren.</li> <li>• Eigenständige, strukturierte und kompetente wissenschaftliche Bearbeitung eigener Aufgabengebiete/Themen – als direkte Berufsqualifikation bzw. Qualifikation für wissenschaftliches Arbeiten (z.B. Promotion)</li> </ul>

<b>Literatur</b>	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus gehört es zu den Lernzielen der Masterthesis, dass die Studierenden selbstständig die aktuelle Literatur ermitteln und bearbeiten.
------------------	---

<b>Lehrende</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b>	<b>h</b>
Siehe aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	Masterthesis Seminar	60

### Revisionsverzeichnis

<b>Thema</b>	<b>Version</b>	<b>Ersetzt durch</b>	<b>Datum</b>
Qualifikationsziele	2017 02 09		

Studienstruktur	2017 02 09		
Prüfungsleistungen	2017 02 09		
M1: Präsentation und Kommunikation	2017 02 09		
M2: Wissenschaftliche Forschungsmethoden	2017 02 09		
M3: Globalisierung und Kapitalmärkte	2017 02 09		
M4: Unternehmensführung	2017 02 09		
M5: Unternehmensanalyse	2017 02 09		
M6: Strategisches Marketing	2017 02 09		
M7: Unternehmensgründung	2017 02 09		
M8: Strategisches Management	2017 02 09		
M9: Finanz- und Finanzdienstleistungsmanagement	2017 02 09		
M10: Recht der Sanierung	2017 02 09		
M11: Corporate Finance	2017 02 09		
M12: Betriebswirtschaftliches Sanierungs- und Insolvenzwesen	2017 02 09		
M13: Masterthesis	2017 02 09		