

Modul: Internationale Rechnungslegung und Bilanzpolitik

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
1	ein Semester / einmal jährlich	Pflicht	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6 CP	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)

Dipl. – Ök. Hamdi Palabiyik, M.A.

Voraussetzung für die Teilnahme

Grundkenntnisse der Rechnungslegung

Lehrinhalte

- Grundlagen der internationalen Rechnungslegung
- Bedeutung, Ursachen und Entwicklung internationaler Rechnungslegung
- Prinzipien, institutionelle Aspekte, Aufbau und Bestandteile der IAS/IFRS-Rechnungslegung
- Ansatz und Bewertung wesentlicher Bilanz-, GuV- und Cashflow-Positionen nach IAS/IFRS
- Vergleich der wesentlichen Aspekte der Rechnungslegung nach HGB und IAS/IFRS

Kompetenzziele

Die Studierenden haben vertiefende Kenntnisse über die International Financial Reporting Standards. Sie sind in der Lage Bilanzierungssachverhalte zu erkennen, Problemstellungen zu strukturieren und Folgewirkungen abzuschätzen. Aufbauend auf diesen Kenntnissen sind Sie weiterhin in der Lage Lösungswege zu erarbeiten und darzustellen. Zudem haben die Studierenden vertiefende Kenntnisse über bilanzpolitische Instrumente sowie über deren Anwendung nach den IFRS. Sie kennen die hierfür spezifischen Fachtermini und können mit diesen umgehen. Des Weiteren sind die Studierenden in der Lage, bilanzpolitische Maßnahmen im Jahresabschluss zu erkennen und diese zielorientiert einzuschätzen.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesung mit integrierten Übungsteilen

Literatur

Pellens, B.; Fülbier, R.U.; Gassen, J., Sellhorn, T.: Internationale Rechnungslegung, aktuelle Auflage., Stuttgart

Baetge, J.; Kirsch, H.-J.; Thiele, S.: Bilanzen, aktuelle Auflage, Düsseldorf

Dozent(in)

Dipl. - Ök.
H. Palabiyik, M.A.

Unterrichtssprache

Deutsch

Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen

Masterthesis

Modul: Neue politische Ökonomie					
Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
1	ein Semester/ einmal jährlich	Pflicht	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. M. Broer			Grundkenntnisse der Volkswirtschaftslehre, vor allem der Mikro- und Makroökonomie sowie der Wirtschaftspolitik		
Lehrinhalte					
Einführung: Traditionelle Sicht politischen / staatlichen Handelns; Einnahmen und Ausgaben des Staates; ökonomische Theorie der Demokratie; ökonomische Theorie der Bürokratie und der Interessengruppen; politische Konjunkturzyklen.					
Kompetenzziele					
Die Studierenden haben vertiefende Kenntnisse über die traditionellen finanzwissenschaftlichen Gründe für staatliches Handeln (Marktversagen) und erkennen deren Begrenztheit für die tatsächliche Erklärung des Politikerhandels. Sie kennen die grundlegenden Annahmen der Ökonomischen Theorie der Politik (z.B. Medianwählermodell von Downs) und sind damit in der Lage Entscheidungen von Politikern zu analysieren. Die Studierenden verstehen, wie sich ökonomische Zusammenhänge darstellen lassen, können die Ergebnisse wissenschaftlich fundiert beurteilen und sind in der Lage, Anpassungen am Standardmodell vorzunehmen und deren Effekte zu erklären. Auch in Bezug auf das Verhalten der Bürokratie und der Interessengruppen sind die Studierenden in der Lage im Rahmen des Fachgebietes wissenschaftlich fundierte Urteile zu fällen. Die Studierenden können die Interdependenzen zwischen den Akteuren reflektieren und können relevante Fragestellungen ableiten und lösen.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung mit integrierten Übungsteilen					
Literatur					
Blankart, C. B., Öffentliche Finanzen in der Demokratie, 9. Aufl., München 2017. Zimmermann, H.; Henke, K.-D.; Broer, M.: Finanzwissenschaft, 12. Aufl., München 2017					
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen			
Prof. Dr. M. Broer	Deutsch	Masterarbeit			

Modul: Führungs-und Managementdimensionen					
Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
1	ein Semester/ einmal jährlich	Pflicht	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. A. Helpup					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen: Historie des Managements; Managementdefinitionen; theoretische Managementansätze; Rollen von Managern; Führungstechniken und -stile; Vorbilder von Führungspersönlichkeiten. - Ausrichtungsmanagement: Ausrichtung des Denkens und Handelns der Führungskraft; Zielsystem; strategisches Profil; interne Kundenorientierung. - Selbstmanagement: Beziehung der Führungskraft zu sich selbst; emotionale Intelligenz; Motivations-raster; Persönlichkeitsanteile; innerer Antreiber; Hirndominanz; Zeit- und Stressmanagement; Entscheidungsverhalten der Führungskraft. - Mitarbeiterführung: Beziehung der Führungskraft zum einzelnen Mitarbeiter; Mitarbeitermotivation; Kommunikationstheorie; Körpersprache; Mitarbeitergespräche. - Teamführung: Beziehung der Führungskraft zur Gruppe; Teamzusammensetzung; Teamphasen und Teamdynamik; Konfliktmanagement; Handlungsstrategien. - Change-Management: Veränderungsbereitschaft der Führungskraft und der Mitarbeiter; Wandel; Innovation; Widerstände; Theorie und Gestaltung der Unternehmenskultur. 					
Kompetenzziele					
Die Studierenden erkennen die Zusammenhänge der unterschiedlichen Führungs- und Managementdimensionen. Sie sind in der Lage, ihr theoretisch erworbenes Wissen auf praktische Problemstellungen des Berufsalltags anzuwenden und selbständig alternative Lösungen zu erarbeiten. Die Studierenden reflektieren ihr eigenes Verhalten kritisch anhand von Fallbeispielen und Übungen. Es werden theoretische Ansätze vermittelt und Fertigkeiten geschult, welche die Studierenden dazu befähigen, als zukünftige Führungskraft sich selbst, einzelne Mitarbeiter und Gruppen erfolgreich zu führen.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Interaktive Vorlesung; Fallstudien, Praxisbeispiele, Referate, Übungen					
Literatur					
<p>Bleis, C.; Helpup, A: The Manager's Job – Management – Die Kernkompetenzen, Oldenbourg Verlag, 2. Aufl., 2016.</p> <p>Comelli, G.; Rosenstiel, L.; Nerdinger, F.: Führung durch Motivation, 5. Aufl., 2014.</p> <p>Covey, S.: Die sieben Wege zur Effektivität, 51. Überarbeitete Aufl., 2018.</p> <p>Fisher, R.; Ury, W.; Patton, B. Das Harvard Konzept, 2018.</p> <p>Kälin, K; Müri, P.: Sich und andere führen, 16. Aufl., 2015.</p> <p>Malik, F.: Führen, Leisten, Leben, 2014.</p> <p>Matsching, M.: Körpersprache; GU 2016.</p> <p>Rosenstiel, L. v., Domsch, M., Regnet, E.: Führung von Mitarbeitern, 2014.</p> <p>Schulz von Thun, F. et al.: Kommunikationspsychologie für Führungskräfte; 2003.</p> <p>Sprenger, R. K.: Das Prinzip Selbstverantwortung, 2015.</p> <p>Watzlawick, P.; Beavin, J.: Menschliche Kommunikation, 2016.</p>					
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen			
Prof. Dr. A. Helpup	deutsch	Masterthesis			

Modul: Strategisches Handelsmanagement					
Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
1	ein Semester/ einmal jährlich	Pflicht	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Referat
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. J. Hurth					
Lehrinhalte					
Die Lehrinhalte wechseln jährlich abhängig von aktuellen fachlichen Entwicklungen. Beispielhafte Themen sind: Handelsstrategien Customer Relationship Management Digitalisierung des Handels ECR/Category Management					
Kompetenzziele					
In der Veranstaltung werden strategische Fragestellungen des Handels, z.B. zur Zusammenarbeit mit den Herstellern, zur Ausrichtung an Zielgruppen oder zur Einbindung des Internet in die Absatzstrategie, vertiefend behandelt. Ein detailliertes, kritisches Verständnis des neuesten Stands des Wissens wird erreicht. Auf dieser Basis entwickeln die StudentInnen Forschungsfragen, wählen Forschungsmethoden aus, führen eine empirische Studie durch, und interpretieren und erläutern ihre Ergebnisse. Die Studien werden autonom durchgeführt und vom Dozenten beratend begleitet. In einer Präsentation im Plenum begründen und reflektieren die StudentInnen ihr Vorgehen. Durch die Veranstaltungsstruktur werden Kommunikationsfähigkeiten, emotionale Intelligenz und Selbständigkeit gefördert. Die Studien können auch zu zweit realisiert werden. In diesem Fall wird die Teamfähigkeit weiterentwickelt.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung, Lehrgespräch, empirische Studien, Hausarbeit, Präsentation und Diskussion					
Literatur					
Swoboda, B.; Foscht, Th.; Schramm-Klein, H.: Handelsmanagement, aktuelle Aufl., München. Mattmüller, R.; Tunder, R.: Strategisches Handelsmarketing, aktuelle Aufl., München. Rudolph, Th.: Modernes Handelsmanagement, aktuelle Aufl., München.					
Dozent(in)		Unterrichtssprache		Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen	
Prof. Dr. J. Hurth		deutsch		Masterthesis	

Modul: Strategisches Marketing					
Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
1	Ein Semester/ einmal jährlich	Pflicht	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Referat und Vortrag
Modulverantwortliche(r)		Voraussetzung für die Teilnahme			
Prof. Dr. I. Bormann					
Lehrinhalte					
Vertiefung ausgewählter, aktueller marketingtheoretischer Fragestellungen					
Kompetenzziele					
Die Absolventen verfügen über vertiefende Kenntnisse marketingtheoretischer Modelle. Sie können marketingrelevante Fragestellungen erarbeiten und diese im Rahmen von Projektarbeiten eigenständig analysieren und beantworten. Sie haben die Fähigkeiten umfassende Problemlösungsmöglichkeiten zu entwickeln und sie beherrschen Präsentationstechniken. Die Absolventen zeichnen sich aus durch Methodenkompetenzen und Sozialkompetenzen aus.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung, Seminararbeiten, Fallstudien, Vorträge aus der Unternehmenspraxis					
Literatur					
Wird zu den jeweiligen Themen angegeben					
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen			
Prof. Dr. I. Bormann	deutsch	Masterthesis			

Modul: Spieltheorie					
Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
1	ein Semester/ einmal jährlich	Pflicht	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 Min.
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Dr. Antje Fitschen-Lischewski					
Lehrinhalte					
<p>Das Entscheidungsverhalten einzelner Personen unter der Berücksichtigung der Aktionen anderer kann mit der Spieltheorie mathematisch abgebildet werden. Die Spieltheorie bietet also die Möglichkeit, strategisches Verhalten für viele ökonomische Fragestellungen zu modellieren.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung 2. Spiele in strategischer Form (Normalform) 3. Spiele in Extensivform 4. Dynamische Spiele 5. Theorie der Verhandlungen (Mechanism Design) 6. Adverse Selection und Moral Hazard 					
Kompetenzziele					
<p>Die Studierenden kennen die Grundlagen der Spieltheorie sowohl bei Sicherheit als auch Unsicherheit (Nash-Gleichgewicht, Perfektes Gleichgewicht, Prisoners' Dilemma u. a.) und sind in der Lage, diese auf spezielle ökonomische Fragestellungen anzuwenden. Sie entdecken, welche Rolle das strategische Verhalten der Wirtschaftssubjekte an sich sowie die Interaktion zwischen ihnen spielen. Die Studierenden verstehen, wie sich ökonomische Zusammenhänge modellieren lassen, können die Ergebnisse wissenschaftlich fundiert beurteilen und sind in der Lage, begründete Anpassungen an die Standardmodelle zu empfehlen. Sie können sich eigenständig Modelle erschließen, daraus relevante Fragestellungen ableiten, lösen und bewerten.</p>					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung, Übungsaufgaben, Gruppenarbeit, Fallstudien					
Literatur					
<p>Bartholomae, f. und M.Wiens. (2016). <i>Spieltheorie. Ein anwendungsorientiertes Lehrbuch</i>. Wiesbaden Berninghaus, S., K.-M. Ehrhart und W. Güth. (2010). <i>Strategische Spiele: eine Einführung in die Spieltheorie</i>. Berlin.</p> <p>Dixit, Avinash K. und Barry J. Nalebuff. (2018). <i>Spieltheorie für Einsteiger. Strategisches Know-How für Gewinner</i>. Stuttgart.</p> <p>Holler, M.J. und G. Illing, M. J. (2009). <i>Einführung in die Spieltheorie</i>. 7. Aufl. Berlin.</p> <p>Jost, P.-J. (2011). <i>Die Spieltheorie in der Betriebswirtschaftslehre</i>. Stuttgart.</p> <p>Sieg, G. (2010). <i>Spieltheorie, 3. Auflage</i>. München: Oldenbourg.</p>					
Dozent(in)	Unterrichtssprache		Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen		
Dr. Antje Fitschen-Lischewski	deutsch		Methodische Grundlage für diverse Anwendungen in der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre		

Modul: Internationales Management					
Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
2	ein Semester/ einmal jährlich	Pflicht	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Dipl.-Kfm. G. Zeranski					
Lehrinhalte					
<p>Grundlagen der Globalisierung Internationale Organisationen Entwicklungsstufen wirtschaftlicher Zusammenarbeit Internationalisierungstheorien der VWL und BWL Internationalisierungsstrategien von Unternehmen Internationale Personalführung und interkulturelles Management Organisationsstrukturen internationaler Unternehmen Internationale Unternehmensverfassungen</p>					
Kompetenzziele					
<p>Den Studierenden erkennen die Zusammenhänge zwischen Globalisierung, den Entwicklungsstufen wirtschaftlicher Zusammenarbeit und den Internationalisierungsprozessen der Unternehmen. Die Studierenden können das Entstehen von internationalem Handel anhand von klassischen und modernen Handelstheorien erläutern. Die Studierenden werden anhand von Fallbeispielen und verschiedenen Kulturtheorien für die Besonderheiten der interkulturellen Personalführung sensibilisiert und sie sind in der Lage eine grobe Einordnung verschiedener Länder anhand geeigneter Kulturdimensionen vorzunehmen. Geeignete Organisationsformen internationaler Unternehmen können von den Studierenden eingeschätzt werden. Die Studierenden sind in der Lage Unternehmensverfassungen unterschiedlicher Wirtschaftsräume miteinander zu vergleichen.</p>					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
<p>Interaktive Vorlesung: Vorlesung, Fallstudien, Filmsequenzen, Gruppenvorträge mit kulturellem Hintergrund eines selbst gewählten Landes durch die Studierenden als Gruppenleistung</p>					
Literatur					
<p>Kutschker, M., Schmidt, St.: Internationales Management, aktuelle Auflage Dülfer, E.: Internationales Management, aktuelle Auflage Perlitz, M.: Internationales Management, aktuelle Auflage Scherer, A. G.: Multinationale Unternehmen und Globalisierung, aktuelle Auflage</p>					
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen			
Dipl.-Kfm. G. Zeranski	deutsch	<p>Masterthesis Organisation & Führung Strategische Unternehmensplanung Interkulturelles Management</p>			

Modul: Business Intelligence					
Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
2	ein Semester/ einmal jährlich	Pflicht	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. D. Royer			Statistik		
Lehrinhalte					
Im Rahmen der Vorlesung werden übergreifend die zentralen Aspekte und Anwendungsfelder des Business Intelligence behandelt. Hierzu gehören u.a.:					
<ul style="list-style-type: none"> – Einordnung und Anwendungsfelder des Business Intelligence – Architektur von Business Intelligence Systemen – Technologien (bspw. Data Warehouse, Big Data, OnLine Analytical Processing (OLAP)) – Prozesse zur Gewinnung von Daten und das Management von Daten und Datenqualität – Cross Industry Standard Process for Data Mining – Verschiedene Analysemethoden <ul style="list-style-type: none"> ○ explorative Datenanalyse ○ Validierung ○ Prognosetechniken ○ Clusteranalyse ○ Assoziationsanalyse – Anwendung der Programmiersprache R und Python im Business Intelligence Umfeld 					
Kompetenzziele					
Die Studierenden kennen die strategische Bedeutung der unternehmensweiten Daten über den operativen Einsatzzweck hinaus. Sie kennen OLAP/DWH und Data Mining als Hilfsmittel zur Gewinnung von Erkenntnissen aus den vorhandenen Daten. Sie kennen Lösungsansätze für verschiedene Problemtypen in der Theorie, haben deren Anwendung anhand von Fallstudien nachvollzogen und haben erste Erfahrungen in der praktischen Anwendung. Sie entwickeln ihre Analysefähigkeit, zu einem Problem die Anwendbarkeit der Verfahren und die Ergebnisse kritisch zu bewerten.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung mit Übungen, Nachbearbeitung, Literaturstudium, Bearbeitung von Übungsaufgaben					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> – Kemper, Baars: Business Intelligence – Grundlagen und praktische Anwendungen, Vieweg, akt. Aufl. – Neckel, Knobloch: Customer Relationship Analytics, dpunkt Verlag, aktuelle Auflage – Berthold, Borgelt, Höppner, Klawonn: Guide to Intelligent Data Analysis, Springer, akt. Aufl. – Chapman et al.: CRISP-DM: Step-by-step data mining guide, CRISP-DM Consortium, aktuelle Version – Sauer: Moderne Datenanalyse mit R, Springer, aktuelle Auflage. 					
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen			
Prof. Dr. D. Royer	deutsch	Masterthesis Quantitative Methoden/Operations Research			

Modul: Strategisches Produktionsmanagement					
Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
2	ein Semester/ einmal jährlich	Pflicht	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Präsentation und Klausur (60 Min.)
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. J. Walther			Empfohlen: Grundlagen des Operations Research		
Lehrinhalte					
Grundlagen und Typologie der industriellen Produktion, Produktions- und Kostenmodelle mit limitationalen und substitutionalen Produktionsbedingungen, Produktionsprogrammplanung, Programmorientierte Bedarfsplanung, Bestellrechnung, Industrie 4.0, Additive Fertigung, Digital Factory, Predictive Maintenance, Intelligente Automatisierung, Big Data, Logistik 4.0, Cloud Technologies.					
Kompetenzziele					
Die Studierenden kennen Produktions- und Kostenmodelle bei unmittelbaren und mittelbaren Produktionsfaktor-Produktbeziehungen sowie spezifische Aspekte des Produktions- und Beschaffungsmanagement. Sie können diesbezügliche Problemstellungen verstehen und konkrete Aufgabenstellungen lösen. Sie sind in der Lage, ausgewählte Instrumente und Methoden Produktions- und Beschaffungsmanagement anzuwenden und zu beurteilen. Die Teilnehmer steigern Ihre Fähigkeit zur Analyse sowie zum abstrakten und vernetzten Denken.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung mit integrierten Übungsteilen und Workshops, Projektübung, Nutzung einer interaktiven Online-Lernplattform, Exkursion zu einem Wirtschaftsforum, maximale Gruppengröße 30 Personen					
Literatur					
Adam, D., Produktions-Management, aktuelle Ausgabe. Blohm, H., Beer, T., Seidenberg, U., Silber, H., Produktionswirtschaft, aktuelle Ausgabe. Steffen, R., Schimmelpfeng, K., Produktions- und Kostentheorie, aktuelle Ausgabe.					
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen			
Prof. Dr. J. Walther	deutsch	Masterthesis			

Modul: Quantitative Methoden					
Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
2	ein Semester/ einmal jährlich	Pflicht	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Dipl.-Stat. G. Bender			Grundlagen der Mathematik		
Lehrinhalte					
Lineare, ganzzahlige und klassische Optimierung, heuristische Verfahren, Spieltheorie, Ökonometrie, Anwendung von Optimierungssoftware					
<ol style="list-style-type: none"> 1. Lineare Optimierung 2. Einführung in die Graphentheorie 3. Spezielle lineare Probleme 4. Ganzzahlige Probleme 5. Netzplantechnik 					
Kompetenzziele					
Die Studierenden erweitern ihr Methodenwissen um die Möglichkeit, Entscheidungsprobleme zu formalisieren und mittels mathematischer Modelle zu lösen. Außerdem sind sie in der Lage, komplexe numerische und stochastische Zusammenhänge zu analysieren und entsprechende Schlussfolgerungen zu ziehen. Sie erkennen die Struktur der Optimierungsprobleme und führen die entsprechende Optimierung sicher durch. Gefördert werden abstraktes und vernetztes Denken und Analysefähigkeit. Die Studierenden übernehmen Eigenverantwortung für ihre Lernprozesse, indem Sie Übungsaufgaben selbständig durchführen und die angegebene Literatur zur Ergänzung der Vorlesungsinhalte nutzen.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung, Übungsaufgaben					
Literatur					
Domschke, W.; Drexl, A.: Einführung in Operations Research. 9 Ausgabe, Springer, Berlin [u.a.] 2015					
Domschke, W.; unter anderen: Übungen und Fallbeispiele zum Operations Research. 8 Ausgabe, Springer, Berlin [u.a.] 2015					
Werners, B.: Grundlagen des Operations Research. 3 Ausgabe, Springer, Berlin [u. a.] 2013					
Thonemann, U.: Operations Management – Konzepte, Methoden und Anwendungen, München 2010.					
Suhl, L./ Mellouli, T.: Optimierungssysteme: Modelle, Verfahren, Software, Anwendungen, Berlin 2009.					
Wooldridge, J. M.: Introductory Econometrics – A Modern Approach, 2009.					
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen			
Dipl.-Stat. G. Bender	deutsch	Methodische Grundlage für diverse Anwendungen in der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre. Erweiterung des Methodenwissens für die Abschlussarbeit			

Modul: Management-Diagnostik					
Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
2	ein Semester/ einmal jährlich	Pflicht	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Kumulationsprüfung
Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. M. Simon			Voraussetzung für die Teilnahme		
Lehrinhalte Instrumente, Methoden und Tools im Bereich der Personal- und Eignungsdiagnostik zur Potenzialfeststellung, Auswahl und Platzierung von Fach- und Führungskräften in Organisationen. Die Identifizierung, Rekrutierung und Entwicklung von Nachwuchs- und Führungskräften werden dabei auch vor dem Hintergrund der aktuellen Herausforderungen (demographischer Wandel, Generationen-management, Arbeit 4.0, etc.) mit hohem Praxisbezug betrachtet, vertieft und trainiert.					
Kompetenzziele Die Studierenden können sich fachlich sicher im Bereich der Diagnostik und Intervention im Anwendungsfeld von <i>Management</i> bewegen mit Fokus u.a. auf folgende Aspekte:					
<ul style="list-style-type: none"> • Theoretische Grundlagen der Management-Diagnostik • Analyse von Anforderungen • Methoden und Instrumente der Eignungsdiagnostik • Psychologische Testverfahren • Prognostische Beurteilung von Eignung und Potenzial • Skill- und Talentmanagement 					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen Interaktive Vorlesung, Fallstudien, Praxisbeispiele, Referate Übungen, Rollenspiele und Simulationen sowie Video-Feedback					
Literatur Sarges, W. (2013) Management-Diagnostik (4. Aufl.). Hogrefe Hossiep, R. & Mühlhaus, O. (2015) Personalauswahl und -entwicklung mit Persönlichkeitstests. Hogrefe Lorenz, M. & Lucht, S. (2015) Professionelle Personalauswahl und -entwicklung. Create Space Schuler, H. (2014) Psychologische Personalauswahl: Eignungsdiagnostik für Personalentscheidungen und Berufsberatung. Hogrefe Kanning, U.P. (2015) Personalauswahl zwischen Anspruch und Wirklichkeit: Eine wirtschaftspsychologische Analyse. Springer Krause, D.E. (2017) Personalauswahl - Die wichtigsten diagnostischen Verfahren für das Human Resources Management. Springer Krings, T. (2017) Erfolgsfaktoren effektiver Personalauswahl. Springer					
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen			
Prof. Dr. M. Simon	deutsch	Masterthesis			

Modul: Wirtschafts- und Unternehmensethik

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
3	ein Semester/ einmal jährlich	Pflicht	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Hausarbeit

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
Prof. Dr. F. Hecker	(wirtschaftswissenschaftlicher) Bachelor-Abschluss

Lehrinhalte

Behandelt werden begriffliche und inhaltliche Grundlagen der Wirtschafts- und Unternehmensethik unter besonderer Berücksichtigung des Nachhaltigkeitsmanagements, normative und deskriptive ethische Theorien, Instrumente und Techniken des Wirtschaftsethik-Managements, Stakeholder-Theorie und Stakeholder-spezifische Problemstellungen im Rahmen wirtschaftsethischen Handelns. Die Veranstaltung orientiert sich dabei im Wesentlichen an dem Corporate Social Responsibility Ansatz. Besonderer Wert wird auf die Einbeziehung aktueller Entwicklungen gelegt.

Kompetenzziele

Die Studierenden erkennen Probleme und Zusammenhänge im Bereich der Wirtschafts- und Unternehmensethik. Sie kennen verschiedene Konzepte und Instrumente der Wirtschaftsethik unter besonderer Berücksichtigung des Nachhaltigkeitsmanagements vorgestellt und anhand konkreter Problemfelder diskutiert werden. Insbesondere durch Einbeziehung aktueller Entwicklungen aus der Wirtschaftspraxis zu Fragen der Unternehmens- und Wirtschaftsethik entwickeln die Studierenden ihre Methodenkompetenzen aus dem BA-Studium weiter, wie zum Beispiel Analysefähigkeiten, Kreativität, abstraktes und vernetztes Denken. Durch die Arbeit mit Fallstudien sowie die Erarbeitung und Präsentation von Problemlösungen im Team sind ferner die Sozial-, Handlungs- und Medienkompetenzen gestärkt.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Seminaristische Vorlesung, Selbststudium, Vorträge, Erarbeitung von Fallstudien

Literatur

Crane, A. und Matten, D., Business Ethics, 3rd edition, Oxford 2010
 Hecker, F.: Management-Philosophie, (Gabler-Verlag) Wiesbaden 2012
 Lütge, Chr.; Uhl, M.: Wirtschaftsethik, (Vahlen) München 2018
 Schmidpeter, R. (Hrsg.): Management-Schriftenreihe Corporate Social Responsibility, (Springer Gabler)
 Utermöhlen, R.: Was jede Führungskraft über Green Economy und nachhaltige Unternehmensführung wissen sollte, (Welfen Akademie) Braunschweig 2015

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. F. Hecker	deutsch	Masterthesis

Modul: Unternehmensbewertung					
Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
3	ein Semester/ einmal jährlich	Pflicht	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. F. Meyer-Bullerdiel					
Lehrinhalte					
<p>Die Unternehmensbewertung, in die verschiedene Bereiche der BWL, wie z.B. Investition und Finanzierung, Steuerlehre, Entscheidungstheorie und strategisches Controlling eingehen, erfordert ein umfassendes Verständnis insbesondere der Bewertungsverfahren und auch der Konzepte der wertorientierten Unternehmenssteuerung. Vor diesem Hintergrund werden die folgenden Lehrinhalte vermittelt: Grundlagen der Unternehmensbewertung, Unternehmensbewertungsverfahren (z.B. Einzelbewertungsverfahren, Ertragswertmethode, Dividend Discount-Modell, Discounted Cash flow-Verfahren, Multiplikatorverfahren, Realoptionsansatz), wertorientierte Unternehmenssteuerung.</p>					
Kompetenzziele					
<p>Die Studierenden kennen die theoretischen Grundlagen der Unternehmensbewertung und können wichtige finanzwirtschaftliche Kennzahlen im Rahmen der Financial Due Dilligence anwenden. Sie sind in der Lage, eigenständig und auf wissenschaftlicher Basis Lösungen zur Bewertung von Unternehmen anhand der betrachteten Bewertungsverfahren zu erarbeiten und den Unternehmenswert jeweils zu ermitteln. Daneben können sie die Verfahren vergleichend analysieren und wissenschaftlich fundierte Schlussfolgerungen ziehen. Zudem können sie Methoden der wertorientierten Unternehmenssteuerung anwenden und beurteilen, inwieweit Unternehmen Wert für Eigenkapitalgeber generieren. Schließlich können sie vertiefende, wissenschaftliche Verfahren zur Lösung des Zirkularitätsproblems bei der Unternehmensbewertung einsetzen und können auch mit dem Realoptionsansatz eine wissenschaftliche Methode nutzen, bei der optionspreistheoretische Erkenntnisse auf die Unternehmensbewertung angewendet werden. Durch die Verwendung von theoretischen, mathematischen Modellen verbessern sich allgemein die Analysefähigkeit und das abstrakte Denken der Studierenden.</p>					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung mit Übungsaufgaben					
Literatur					
<p>Ballwieser, W./Hachmeister, D.: Unternehmensbewertung, 4. Auflage, Suttgart 2013 Bodie, Z./Kane, A./Marcus, A.J.: Investments, 11. Auflage, New York 2018 Bruns, C./Meyer-Bullerdiel, F.: Professionelles Portfoliomanagement, 5. Auflage, Stuttgart 2013 Drukarczyk, J./Schüler, A.: Unternehmensbewertung, 6. Auflage, München 2009 Hasler, P. T.: Aktien richtig bewerten, Berlin/Heidelberg 2011 Hommel, M./Dehmel, I.: Unternehmensbewertung case by case, 7. Auflage, Frankfurt 2013 Peemöller (Hrsg.): Praxishandbuch der Unternehmensbewertung, 6. Auflage, Herne 2015</p>					
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf / in anderen Studiengängen			
Prof. Dr. F. Meyer-Bullerdiel	deutsch	Masterthesis			

Modul: Personalwirtschaft & Arbeitsrecht					
Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
3	ein Semester/ einmal jährlich	Pflicht	180 h, davon 60 h Kontaktstudium, 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. A. Heinecke					
Lehrinhalte					
Vermittlung von Entscheidungstatbeständen nach den personalwirtschaftlichen Funktionen: Personalbeschaffung, -einsatz, -entwicklung und -freisetzung unter Berücksichtigung des kollektiven Arbeitsrechts (betriebliche Mitbestimmung, Tarifrecht, Unternehmensmitbestimmung, Arbeitsnehmerschutzrechte) und des individuellen Arbeitsrechts (Arbeitsvertrag).					
Kompetenzziele					
Die Studierenden können personalwirtschaftliche Entscheidungssituationen einordnen und deren Konsequenzen erkennen. Hierbei steht die Sichtweise eines personalwirtschaftlichen Entscheidungsträgers im Vordergrund, so dass neben den personalwirtschaftlichen Sachverhalten auch deren mögliche arbeitsrechtliche Konsequenzen durch Herstellen der rechtlichen Bezüge („arbeitsrechtliche Rahmenbedingungen“) erkennbar werden (Fachkompetenz). Mit diesem Modul wird allerdings auch das Ziel verfolgt, das Denken in Zusammenhängen, hier konkret zwischen wissenschaftlichen Disziplinen, zu fördern (Methodenkompetenz und Analysefähigkeit und vernetztes Denken).					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung mit Fallstudien, Übungsteilen und Diskussionsrunden					
Literatur					
Senne, Petra: Arbeitsrecht, Das Arbeitsverhältnis in der betrieblichen Praxis, 10. Aufl., 2018 Wörlen/Kokemoor: Arbeitsrecht, 12. Aufl., 2017 Schade/Beckmann/Pfaff: Fälle zum Arbeitsrecht, 2. Aufl., 2013 Junker, Abbo: Fälle zum Arbeitsrecht, 4. Aufl., 2018 Gruber, Joachim: Standardfälle Arbeitsrecht, 9. Aufl., 2017 Oechsler, W. A./Paul, Ch.: Personal und Arbeit, 11. Aufl., 2019 Berthel, J., Becker, F. G.: Personal-Management, 11. Aufl., 2017 Jung, H.: Personalwirtschaft, 10. Aufl., 2017					
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen			
Prof. Dr. G. Theis Prof. Dr. A. Heinecke	deutsch	Masterthesis			

Modul: Intercultural Communication

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
3	ein Semester/ einmal jährlich	Pflicht	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Hausarbeit

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
Prof. Dr. Mike Hoffmeister	Studierende des 3. Semesters

Lehrinhalte

Values and Culture, Leadership accross culture, Communication Process, Negotiation and Presentation, Conflict Management, Application to Global Management, Value Based Management; Happiness at Work

Kompetenzziele

Die Studierenden analysieren die Bedeutung kultureller Besonderheiten in unterschiedlichen Ländern. Sie verstehen und bewerten alternative Kommunikations- und Denkmuster, Wertvorstellungen sowie Verhandlungs-, Präsentations- und Führungsstile unterschiedlicher Kulturkreise, die für ein erfolgreiches internationales Management notwendig sind. Die Studierenden sind in der Lage, mit dem erlernten Wissen, Theorien und Modelle Zusammenhänge zu erkennen, fachübergreifende und branchenspezifische Diskussionen zu führen sowie selbständig Lösungsoptionen zu erarbeiten und zu verteidigen.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

- Vorlesung und Workshop mit integrierten Übungsteilen.
- Gruppenarbeiten und Diskussionen
- Videoanalysen und Simulationsübungen
- Das Modul wird als Blockveranstaltung durchgeführt; Seminarsprache ist Englisch
- Die Teilnehmer*innenzahl ist auf max. 20 Studierende begrenzt.

Literatur

- Frey, B. Osterloh, M., Successful Management by Motivation, Berlin, aktuelle Auflage
- Nierenberg, J., Ross, I., Negotiate for Success, San Francisco, aktuelle Auflage
- Bjerke, B., Business Leadership and Culture, Cheltenham, aktuelle Auflage
- Keegan, W, Global Marketing, Essex, aktuelle Auflage
- Luthans, F.; Doh, J., International Management: Culture, Strategy and Behavior, Boston, aktuelle Auflage
- Hofstede, G: Cultures and Organisations, New York; aktuelle Auflage
- Hofstede, G., J., Pedersen, P. B.; Hofstede, G., Exploring Culture; aktuelle Auflage
- Trompenaars, F., Hampden-Tuner, C., Riding the Waves of Culture, London, Boston, aktuelle Auflage
- Trompenaars, F., Hampden-Tuner, C.: Building Cross-Cultural Competence, London, Boston, aktuelle Auflage
- Dignen, B. Communicating Across Cultures, Cambridge, aktuelle Auflage
- Ting-Toomey, S., Dorjee, T., Communicating Across Cultures, New York, aktuelle Auflage

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. Mike Hoffmeister	englisch	Masterthesis

Modul: Strategisches Marketing in der Automobilwirtschaft

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
1	ein Semester/ einmal jährlich	Wahl Schwerpunkt	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
NN	(wirtschaftswissenschaftlicher) Bachelor-Abschluss

Lehrinhalte

Automobilmarketing als strategischer Managementprozess; Konzeptionelle Grundlagen der Marketingstrategie; strategische Unternehmensplanung der Automobilindustrie; Strategiedimensionen der Marketingplanung; Gestaltungsdimensionen im vertikalen Automobilmarketing (Vertriebsstrategie); strategische Optionen der Markenpolitik für Automobile

Kompetenzziele

Die Studierenden sind für künftige Management- und Führungsaufgaben, u. a. in der Automobilindustrie, vorbereitet. Dazu verfügen sie über vertiefende Kenntnisse zum Automobilmarketing als strategischen Managementprozess und zu den konzeptionellen Grundlagen von Marketingstrategien. Sie können zu strategischen Entscheidungsprozessen der Automobilhersteller im Automobilmarketing eigene Fragestellungen entwickeln und diese mit Hilfe von Methoden der strategischen Unternehmens- und Marketingplanung systematisch bearbeiten. Hierzu sind sie in der Lage, systematisch strategische Analyse- und Konzeptionstechniken im Hinblick auf ausgewählte, absatzbezogene Themenstellungen der Automobilwirtschaft auszuwählen, anzuwenden und zu bewerten. Sie können anhand von exemplarischen automobilwirtschaftlichen Fragestellungen im vertikalen Marketing und bezüglich der Markenpolitik fachwissenschaftlich Theorien auswählen und Lösungsansätze umsetzungsorientiert entwickeln. Die Teilnehmer*innen verbessern ihre Fähigkeiten zur Analyse sowie zum abstrakten und vernetzten Denken.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Interaktive Vorlesung mit integrierten Übungsteilen

Literatur

Diez, W. (2015): Automobil-Marketing, 6. Aufl., München.
 Esch, F.-R. (Hrsg.) (2013): Strategie und Technik des Automobilmarketing, Wiesbaden
 Meffert, H. u. a. (2019): Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 13. Aufl., Wiesbaden.
 Seeba, H.-G. / Meffert, H. / Burmann, C. (2009): Fallstudie Volkswagen Golf V. Ein Praxisbeispiel für erfolgreiches Marketing, Wiesbaden (download unter www.gabler.de/fallstudie_vw_golf).

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
T. Volkmer	deutsch	Masterthesis

Modul: Management der automobilwirtschaftlichen Wertschöpfungskette

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
2	ein Semester/ einmal jährlich	Wahl Schwerpunkt	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
NN	(wirtschaftswissenschaftlicher) Bachelor-Abschluss

Lehrinhalte

Automobilwirtschaftliche Wertschöpfungskette im betriebswirtschaftlichen Überblick; Paradigma der Wertschöpfungskette und das Konzept der Systemführerschaft der Hersteller; theoretische Entscheidungsgrundlagen zur Gestaltung der automobilen Wertschöpfungstiefe; Integrationsformen, Integrationsgrad und Gestaltungsfaktoren in automobilen Wertschöpfungsketten; Neugestaltung der Hersteller-Zulieferer-Beziehungen und Geschäftsmodelle in der automobilen Zulieferindustrie

Kompetenzziele

Die Studierenden kennen die spezifischen, übergeordneten Zusammenhänge in der automobilen Wertschöpfungskette. Sie können diese empirisch vorgefundenen Zusammenhänge im Team mit Hilfe fachwissenschaftlicher Ansätze fundiert beurteilen. Sie sind in der Lage, aufgrund von Theorien zur Gestaltung der Wertschöpfungstiefe entsprechende Problemstellungen in der Automobilindustrie methodisch zu bearbeiten und selbständig Lösungsalternativen zur Neugestaltung automobiler Wertschöpfungsketten vorzuschlagen. Sie können die besonderen Beziehungen in der automobilen Lieferkette reflektieren und fachbezogene Diskussionen zur künftigen Entwicklung der automobilen Wertschöpfungskette und neuen Geschäftsmodellen in der Automobilzulieferindustrie führen. Die Teilnehmer*innen steigern so ihre Fähigkeiten zur strategischen Analyse sowie zum abstrakten und vernetzten Denken.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Interaktive Vorlesung mit integrierten Übungsteilen

Literatur

Diez, W./Reindl, S./Brachat, H. (Hrsg.) (2016): Grundlagen der Automobilwirtschaft, 6. Aufl., München.
Ebel, B. / Hofer, M.B. (Hrsg.) (2014): Automotive Management, 2. Aufl., Berlin und Heidelberg.
Porter, M. E. (2014): Wettbewerbsvorteile: Spitzenleistungen erreichen und behaupten, 8. Aufl., Frankfurt am Main.
Verband der Automobilindustrie e. V. (Hrsg.) (2018): Jahresbericht 2018, Berlin.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
NN	deutsch	Masterthesis

Modul: Autohausmanagement					
Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
3	ein Semester/ einmal jährlich	Wahl Schwerpunkt	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
NN			(wirtschaftswissenschaftlicher) Bachelor-Abschluss		
Lehrinhalte					
Grundlagen des Autohausmanagements; strategische Marketingplanung im Autohaus; strategische Aspekte zum Management der Geschäftsfelder im Autohaus; betriebswirtschaftliche Steuerung von Autohäusern (Autohaus-Controlling)					
Kompetenzziele					
Die Studierenden sind auf Management- und Führungsaufgaben in mittelständischen Unternehmen im Automobilhandel vorbereitet. Dazu verfügen sie über vertiefende Kenntnisse der Grundlagen des Autohausmanagements. Sie sind in der Lage, mit Hilfe von Methoden der strategischen Marketingplanung Fragestellungen von Autohäusern aus deren Geschäftsführungsperspektive zu erfassen und entscheidungsorientiert zu bearbeiten. Sie können eigenständig strategische Aspekte zum Management der Autohaus-Geschäftsfelder erschließen, um sie unter Berücksichtigung der distributionspolitischen Besonderheiten im Automobilhandel kritisch zu diskutieren und zu beurteilen. Sie verfügen über vertiefende Kenntnisse über Methoden zur betriebswirtschaftlichen Steuerung von Autohäusern. Die Teilnehmer*innen verbessern ihre Fähigkeiten zur Analyse sowie zum abstrakten und vernetzten Denken mit Bezug auf KMU in der Automobilwirtschaft.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Interaktive Vorlesung mit integrierten Übungsteilen Diskussionsveranstaltung mit Geschäftsführung einer Autohauskette					
Literatur					
Diez, W./Reindl, S./Brachat, H. (Hrsg.) (2016): Grundlagen der Automobilwirtschaft, 6. Aufl., München. Ermschel, U. (2014): Die Autohaus-Zukunft, 2. Aufl., München. Hecker, F. / Hurth, J. / Seeba, H.-G. (Hrsg.) (2017): Aftersales in der Automobilwirtschaft. Konzepte für Ihren Erfolg, 3. Aufl., München. Reindl, S. (Hrsg.) (2017): Autohaus-Management, 4. Aufl., München. Zentes, J. / Swoboda, B./ Foscht, T. (2012): Handelsmanagement, 3. Aufl., München. Laufende Ausgaben der Zeitschriften „Autohaus“ und „kfz-betrieb“					
Dozent(in)		Unterrichtssprache		Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen	
Prof. Dr. F. Hecker		deutsch		Masterthesis	

Modul: Strategisches Beschaffungs- und Logistikmanagement					
Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
3	ein Semester/ einmal jährlich	Wahl Schwerpunkt	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Präsentation und Klausur 60 min.
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. J. Walther			Empfohlen: Grundlagen des Operations Research		
Lehrinhalte					
Unternehmenslogistik, Strategisches Beschaffungsmanagement, Management von Supply Chains Beer Game (Planspiel), Innovationsgenerierung in Netzwerken, Digitalisierung in der Beschaffung, Standortplanung, Transportplanung, Planung von Rundreisen und Touren					
Kompetenzziele					
Die Studierenden kennen ausgewählte Aspekte des strategischen Beschaffungs- und Logistikmanagement. Sie können diesbezügliche Instrumente und Methoden im Rahmen konkreter Entscheidungssituationen anwenden und beurteilen. Die Studierenden vertiefen ihre theoretischen Kenntnisse im Rahmen von konkreten Industrieprojekten. Die Teilnehmer*innen steigern ihre Fähigkeit zur Analyse sowie zum abstrakten und vernetzten Denken.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung mit integrierten Übungsteilen und Workshops, Projektübung, Nutzung einer interaktiven Online-Lernplattform, Exkursion zu einem Wirtschaftsforum, maximale Gruppengröße 30 Personen					
Literatur					
Cohen, S., Roussel, J.: Strategisches Supply Chain Management, aktuelle Ausgabe Garcia Sanz, F.-J., Semmler, K., Walther, J. (Hrsg.), Die Automobilindustrie auf dem Weg zur globalen Netzwerkkompetenz, Heidelberg 2007. Kuhn, A., Hellingrath, B.: Supply Chain Management, aktuelle Ausgabe Pfohl, Ch.: Supply Chain Management: Logistik Plus?, aktuelle Ausgabe					
Dozent(in)		Unterrichtssprache		Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen	
Prof. Dr. J. Walther		deutsch		Masterthesis	

Modul: Strategisches Finanzmanagement					
Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
1	ein Semester/ einmal jährlich	Wahl Schwerpunkt	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. M. Spiwoks					
Lehrinhalte					
Es werden bedeutende Theoriebereiche der Finanzwirtschaft erörtert:					
<ol style="list-style-type: none"> 1. Geldtheorie 2. Zinstheorie 3. Finanzierungstheorie 4. Finanzwirtschaftliche Prinzipal-Agenten-Theorie 5. Finanzwirtschaftliche Transaktionskostentheorie 6. Theorie komparativer Kostenvorteile bei der Fremdkapitalbeschaffung 7. Portfoliotheorie (Markowitz- und Tobin-Modell) 8. Kapitalmarkttheorie (CAPM, Marktmodell, Theorie der Informationseffizienz) 9. Ausgewählte Ansätze der Behavioral Finance 10. Ausgewählte Ansätze der Neuro-Psycho-Economics 					
Kompetenzziele					
Die Studierenden lernen die wichtigsten theoretischen Ansätze der Finanzwirtschaftslehre kennen. Im Rahmen der Erörterung konkreter finanzwirtschaftlicher Problemstellungen vertiefen die Studierenden diese theoretischen Ansätze. Sie sind schließlich in der Lage, sich strategischen finanzwirtschaftlichen Problemen selbständig und theoretisch fundiert zuzuwenden und auf diese Weise neue Problemlösungsstrategien zu entwerfen. Insbesondere durch Einbeziehung aktueller Forschungsergebnisse werden vor allem die Methodenkompetenzen der Studierenden entwickelt. Analysefähigkeiten, Kreativität, abstraktes und vernetztes Denken werden besonders geschult. Ferner wird die Handlungskompetenz gestärkt und die Medienkompetenz geschärft.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung mit integrierten Übungsteilen. Es werden konkrete Arbeitsaufträge für das Zeitbudget des Selbststudiums erteilt. Diese umfassen vor allem ein begleitendes Studium der als relevant ausgewiesenen Literatur. Die Erledigung dieser vorlesungsbegleitenden Aufgaben wird durch entsprechende Aufgabenstellungen in der Klausur sichergestellt.					
Literatur					
Perridon/Steiner/Rathgeber: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Auflage, 2017 Heuser/Abdalalem (Hrsg.): Strategisches Finanzmanagement, 1. Auflage, 2018 Schwenker/Spremann: Unternehmerisches Denken zwischen Strategie und Finanzen, 1. Auflage, 2008					
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen			
Prof. Dr. M. Spiwoks	deutsch	Masterthesis Die Veranstaltung unterstützt das grundlegende Verständnis insbesondere der Veranstaltungen Asset Management und Risikomanagement (weitere Fächer des Schwerpunkts Finanzwirtschaft im Studiengang).			

Modul: Asset Management

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
2	ein Semester/ einmal jährlich	Wahl Schwerpunkt	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 132 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r) Voraussetzung für die Teilnahme

Prof. Dr. F. Meyer-Bullerdiek

Lehrinhalte

Das strategische Management der Assets (Vermögenswerte) von Unternehmen erfordert ein umfassendes Verständnis von Methoden und Ansätzen des modernen Portfoliomanagements von Wertpapieren unter Risiko- und Ertragsgesichtspunkten sowie von Methoden zur Analyse des Anlageerfolgs. Vor diesem Hintergrund werden die folgenden Lehrinhalte vermittelt: Grundbegriffe des Asset Managements, Strategische und taktische Asset Allocation, Rendite- und Risikodefinitionen, Theoretische Kernfundamente des Portfoliomanagements, Faktormodelle, Portfolio Insurance-Strategien, Performancemessung und -attribution.

Kompetenzziele

Die Studierenden kennen die konzeptionellen Unterschiede zwischen der strategischen und taktischen Asset Allocation. Sie sind in der Lage, aktuelle, in Wissenschaft und Praxis angewendete Risikomaße zu erläutern, eigenständig auf Wertpapierportfolios anzuwenden und zu berechnen. Außerdem können sie das optimale risikobehaftete Portfolio aus theoretischer Sicht grafisch und analytisch bestimmen unter Berücksichtigung der individuellen Risikoaversion des Anlegers. Die Studierenden verstehen, wie mit Hilfe von Mehrfaktorenmodellen Renditeerwartungen auf wissenschaftlicher Basis bestimmt werden, und können auf der Grundlage einer Analysis of Variance (ANOVA) die Ergebnisse der statistischen Verfahren (z.B. multiple lineare Regression) interpretieren. Ferner sind sie in der Lage, dynamische Portfolio Insurance-Verfahren auf Wertpapierportfolios eigenständig anzuwenden und den jeweiligen Erfolg zu berechnen. Darüber hinaus können die Studierenden zahlreiche Performancemaße unterscheiden, für Wertpapierportfolios berechnen und auf wissenschaftlicher Grundlage bewerten. Sie können mit Hilfe entsprechender Methoden der Attribution wissenschaftlich fundiert beurteilen, ob der Erfolg eines Portfolios zufällig oder systematisch erzielt wurde. Durch die Verwendung von theoretischen, mathematischen und statistischen Modellen verbessern sich allgemein die Analysefähigkeit und das abstrakte Denken der Studierenden.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesung mit Übungsaufgaben

Literatur

Bodie, Z./Kane, A./Marcus, A.J.: Investments, 11. Auflage, New York 2018
 Bruns, C./Meyer-Bullerdiek, F.: Professionelles Portfoliomanagement, 5. Auflage, Stuttgart 2013
 Poddig, T./Dichtl, H./Petersmeier, K.: Statistik, Ökonometrie, Optimierung, 3. Auflage, Bad Soden 2003

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf / in anderen Studiengängen
Prof. Dr. F. Meyer-Bullerdiek	deutsch	Masterthesis

Modul: Risikomanagement					
Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
3	ein Semester/ einmal jährlich	Wahl Schwerpunkt	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. Meyer-Bullerdiek					
Lehrinhalte					
<p>Die zunehmende Ausrichtung auf eine wertorientierte Unternehmensführung erfordert ein professionelles Risikomanagement, dessen größte Herausforderung darin besteht, das heterogene Spezialwissen unterschiedlicher wissenschaftlicher Disziplinen (z.B. Ökonomie, Mathematik, Ökonometrie) zu vernetzen und insbesondere auf die finanziellen Unternehmensziele auszurichten. Vor diesem Hintergrund wird in der Vorlesung der Schwerpunkt auf das finanzielle Risikomanagement mit Bezug u.a. auf Banken und Finanzinvestoren gelegt. Im Einzelnen werden die folgenden Inhalte vermittelt: Grundlagen des Risikomanagements, Risikomessung mit Hilfe des Value-at-Risk-Ansatzes, Risikokalküle einer Bank, Konzepte der risikobasierten Asset Allocation, Ausgewählte derivative Instrumente zur Steuerung von Marktrisiken, Management ausgewählter Risiken (z.B. Zinsänderungsrisiko, Kreditrisiko, Währungsrisiko).</p>					
Kompetenzziele					
<p>Die Studierenden kennen grundlegende Aspekte des finanziellen Risikomanagements unter Berücksichtigung strategischer Überlegungen. Sie sind in der Lage mit Hilfe des Varianz-Kovarianz-Verfahrens, der historischen Simulation und der Monte-Carlo-Simulation einen Value-at-Risk zu bestimmen und wissenschaftlich fundiert zu beurteilen. Zudem können sie spezielle Varianten, wie den Conditional Value-at-Risk und den Modified Value-at-Risk auf bestimmte Risikoparameter anwenden und interpretieren. Für eine Bank sind sie in der Lage Risikopotenzial und -deckungsmassen zu verknüpfen, Risikolimits zu bestimmen und den Geschäftserfolg mit Hilfe von risikoadjustierten Performancekennzahlen zu beurteilen. Für einen Finanzinvestor können die Studierenden die neuesten risikobasierten Asset Allocation-Ansätze nutzen, vergleichend analysieren und dadurch eigenständig Risikosteuerungs-Lösungen auf wissenschaftlicher Basis erarbeiten. Darüber hinaus sind die Studierenden in der Lage, den Einsatz ausgewählter derivativer Finanzinstrumente zur Risikoabsicherung zu bewerten unter Berücksichtigung vertiefender wissenschaftlicher Erkenntnisse (z.B. im Hinblick auf alternative Hedge Ratio-Verfahren). Schließlich können sie wichtige Instrumente zur Steuerung von Zinsänderungs-, Kredit- und Währungsrisiken wissenschaftlich fundiert bewerten. Über den rein fachlichen Bezug hinaus verbessern sich allgemein das vernetzte Denken sowie das abstrakte und analytische Denkvermögen.</p>					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung mit Übungsaufgaben					
Literatur					
<p>Bruns, C./Meyer-Bullerdiek, F.: Professionelles Portfoliomanagement, 5. Auflage, Stuttgart 2013 Meyer-Bullerdiek, F.: Risikobasierte Asset Allocation mit dem Risk Parity-Ansatz, Eine theoretische und empirische Analyse für den deutschen Markt, Wolfsburg Working Papers No. 16-01, Wolfsburg 2016 Schierenbeck, H. et al.: Ertragsorientiertes Bankmanagement, Bd. 2, 9. Auflage, Wiesbaden 2008</p>					
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf / in anderen Studiengängen			
Prof. Dr. F. Meyer-Bullerdiek	deutsch	Masterthesis			

Modul: Finanz- und Risiko-Controlling

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
3	ein Semester/ einmal jährlich	Wahl Schwer- punktfach	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)

Dipl.-Kfm. T. Volkmann

Voraussetzung für die Teilnahme

Lehrinhalte

Aufgaben und Instrumente des strategischen Controllings; Finanzcontrolling; Bilanz, GuV, Kapitalflussrechnung; Kennzahlen; Risiko; Risikocontrolling; Finanz- und Risikocontrolling; übergreifende Fallstudie zum Finanz- und Risikocontrolling unter Anwendung einer Software für Monte-Carlo-Simulationen

Kompetenzziele

Die Studierenden können die theoretische Diskussion der Begriffe Risiko und Controlling wiedergeben. Außerdem erfolgt eine anwendungsorientierte Wissensvertiefung hinsichtlich der Modellierung von Risiken mithilfe einer Software für Monte-Carlo-Simulationen. Die Studierenden können diese Kenntnisse und Fähigkeiten auf ein komplexes Unternehmensplanungsproblem anwenden. Bei diesem Transfer sind selbstständig finanzielle Kennzahlen und mögliche Risiken auszuwählen und deren Eignung bzw. Plausibilität kritisch zu würdigen. Die Studierenden werden so befähigt, die finanzielle Risikosituation eines Unternehmens darzustellen, zu bewerten und zu kommunizieren. Zur Steigerung der Problemlösungskompetenz und der Professionalität sind Maßnahmen, die zu einer Verbesserung der Situation führen können zu diskutieren, auszuwählen und zu modellieren sowie deren Effektivität und Effizienz zu beurteilen. Auch hier werden Optionen aufgezeigt und gewählte Annahmen sowie geplante Aktionen theoretisch und methodisch begründet.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Seminar mit integrierten Übungsanteilen, Projektarbeit

Im Kurs wird eine Software für Monte-Carlo-Simulationen eingesetzt, die die Studierenden in ihrer Prüfungsleistung selbstständig anwenden müssen.

Literatur

Alter, R.: Strategisches Controlling, 3. Auflage, voraussichtlich September 2019.

Burger, A./ Buchhart, A.: Risiko-Controlling, 2002.

Cottin, C./ Döhler, S.: Risikoanalyse, 2. Auflage, 2013.

Diederichs, M.: Risikomanagement und Risikocontrolling, 4. Auflage, 2017.

Joos, T.: Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement, 5. Auflage, 2014.

Mensch, G.: Finanz-Controlling, 2. Auflage, 2008.

Prätsch, J./ Schikorra, U./ Ludwig, E.: Finanzmanagement, 4. Auflage, 2012.

Dozent(in)

Dipl.-Kfm. T. Volkmann

Unterrichtssprache

deutsch

Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen

Masterthesis