



# **Master-Studiengang**

## **Business Administration**

### **Modulkatalog**

**SS 2016**

Stand: Mai 2016

Falls Sie ältere Versionen des Modulkatalogs benötigen, setzen Sie sich bitte mit dem Dekanat der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät in Verbindung ([dekanat.wiwi@uni-passau.de](mailto:dekanat.wiwi@uni-passau.de))

**LVA-Nr. Modultitel Prüfungs-Nr. Seite**

**Vorbemerkung**

**8**

<b>Gebiet „Methoden“ (M)</b>			
31802	<i>Empirical Finance</i>	PN 200413	9
30902	<i>Quantitative Methoden in Finance</i>	PN 261070	11
35610	<i>Paneldatenanalyse</i>	PN 261080	13
35500	<i>Multivariate Verfahren</i>	PN 201504	15
35777	<i>Methoden der Ökonometrie</i>	PN 261120	17
35510	<i>Empirische Wirtschaftsforschung</i>	PN 261130	19
35520	<i>Fortgeschrittene Empirische Wirtschaftsforschung</i>	PN 261131	21
35800	<i>Zeitreihenökonometrie</i>	PN 271010	23
35620	<i>Computergestützte Statistik 1 – Einführung in R</i>	PN 261100	25
35621	<i>Computergestützte Statistik 2 – Regression in R</i>	PN 261170	27
35622	<i>Computergestützte Statistik 3 – Programmieren in R</i>	PN 261090	29
35550	<i>Topics in Applied Econometrics</i>	PN 271030	31
35616	<i>Fortgeschrittene statistische Verfahren</i>	PN 261140	33
35802	<i>Seminar Angewandte Statistik</i>	PN 261110	35
35200	<i>Operations Research</i>	PN 200007	37
37680	<i>Data Warehousing and Data Mining</i>	PN 266149	39
37670	<i>Theorieentwicklung und Forschungsmethoden in der Wirtschaftsinformatik</i>	PN 266160	45

<b>Gebiet „Accounting, Finance and Taxation“ (AFT)</b>			
<b>Grundlagen AFT</b>			
30913	<i>Advanced Corporate Finance</i>	PN 262230	48
31803	<i>Finanzcontrolling I</i>	PN 200414	50
31814	<i>Finanzcontrolling II</i>	PN 262140	52
30900	<i>Financial Engineering and Structured Finance</i>	PN 262200	55
30000	<i>Steuerplanung und Steuerwirkung</i>	PN 262600	57
30020	<i>Merger &amp; Acquisition - Tax Aspects</i>	PN 262660	59
30000	<i>International Business Taxation</i>	PN 262640	61
30020	<i>Tax Accounting</i>	PN 262240	63
21410	<i>Allgemeines Steuerrecht I und II</i>	PN 262680	65
31359	<i>Wertorientiertes Controlling</i>	PN 262670	67
31362	<i>Unternehmensbewertung</i>	PN 262710	69
31822	<i>Risikocontrolling</i>	PN 261190	77
30920	<i>Private Equity and Leveraged Buyouts</i>	262241	73
35610	<i>Paneldatenanalyse</i>	PN 261080	13
31352	<i>Transfer Pricing - Managerial Control and Tax Aspects</i>	PN 262760	97
35510	<i>Empirische Wirtschaftsforschung</i>	PN 261130	19
35520	<i>Fortgeschrittene Empirische Wirtschaftsforschung</i>	PN 261131	21
35620	<i>Computergestützte Statistik 1 – Einführung in R</i>	PN 261100	25
35621	<i>Computergestützte Statistik 2 – Regression in R</i>	PN 261170	27
35622	<i>Computergestützte Statistik 3 – Programmieren in R</i>	PN 261090	29
30902	<i>Quantitative Methoden in Finance</i>	PN 261070	11
35802	<i>Seminar Angewandte Statistik</i>	PN 261110	35
35800	<i>Zeitreihenökonometrie</i>	PN 271010	23

<b>LVA-Nr.</b>	<b>Modultitel</b>	<b>Prüfungs-Nr.</b>	<b>Seite</b>
35550	<i>Topics in Applied Econometrics</i>	PN 271030	31
<b>Gebiet „Accounting, Finance and Taxation“ (AFT) Vertiefung AFT</b>			
30456	<i>Auditing</i>	PN 262510	75
30467	<i>Advanced Accounting according to HGB, IFRS und US-GAAP</i>	PN 262130	77
30450	<i>Intermediate Accounting according to IFRS</i>	PN 262120	79
30465	<i>Accounting for Financial Instruments under IFRS</i>	PN 262700	81
30910	<i>Workshop Finance und Banking</i>	PN 262610	83
30464	<i>Master-Seminar in Accounting and Auditing</i>	PN 262730	85
30911	<i>Seminar Finance und Banking</i>	PN 262690	87
31816	<i>Seminar Finance and Financial Control</i>	PN 262570	89
31821	<i>Kolloquium für Masterarbeiten (Prof. Dr. Niklas Wagner)</i>	PN 200305	91
30050	<i>Steuerseminar Master</i>	PN 262650	93
31354	<i>Masterseminar zu Accounting und Controlling</i>	PN 262750	95
31352	<i>Transfer Pricing - Managerial Control and Tax Aspects</i>	PN 262760	97
31354	<i>Workshop Deloitte: Unternehmenskauf und Bewertung – Ein Praxisbeispiel</i>	PN 262780	99
31824	<i>Seminar Theory in Finance and Financial Control</i>	PN 262691	102
31822	<i>Risikocontrolling</i>	PN 261190	71
35620	<i>Computergestützte Statistik 1 – Einführung in R</i>	PN 261100	25
35621	<i>Computergestützte Statistik 2 – Regression in R</i>	PN 261170	27
35622	<i>Computergestützte Statistik 3 – Programmieren in R</i>	PN 261090	29
30000	<i>Steuerplanung und Steuerwirkung</i>	PN 262600	57
30020	<i>Merger &amp; Acquisition - Tax Aspects</i>	PN 262660	59
30000	<i>International Business Taxation</i>	PN 262640	61
30020	<i>Tax Accounting</i>	PN 262240	63
30900	<i>Financial Engineering and Structured Finance</i>	PN 262200	55
30913	<i>Advanced Corporate Finance</i>	PN 262230	48
35802	<i>Seminar Angewandte Statistik</i>	PN 261110	35
35800	<i>Zeitreihenökometrie</i>	PN 271010	23
30920	<i>Private Equity and Leveraged Buyouts</i>	PN 262241	73

**LVA-Nr. Modultitel Prüfungs-Nr. Seite**

<b>Gebiet „International Management and Marketing“ (IMM) Grundlagen IMM</b>			
34102	<i>Planspiel</i>	PN 264150	104
33164	<i>Entwicklung von Managementfähigkeiten</i>	PN 264670	107
33162	<i>Management von Social Media: Expertenstatus durch Netzwerkeffekte</i>	PN 264810	110
33160	<i>Organizational Behavior - Unternehmensführung und Verhalten in Organisationen</i>	PN 264170	113
33234	<i>Advanced Empirical Methods im Bereich Management, Personal und Information</i>	PN 265109	116
32800	<i>Designing and Leading the Entrepreneurial Organization</i>	PN 264180	118
32820	<i>Organizational and Competitive Strategy</i>	PN 264190	120
33820	<i>Produkt-, Marken- und Kommunikationsmanagement</i>	PN 264950	122
34300	<i>Corporate Sustainability and CSR</i>	PN 265106	124
33705	<i>Konzeptworkshop für Masterstudierende: Erstellung eines Imagefilms</i>	PN 265110	127
35610	<i>Paneldatenanalyse</i>	PN 261080	13
39600	<i>Telecommunications Management</i>	PN 266150	194
35510	<i>Empirische Wirtschaftsforschung</i>	PN 261130	19
30000	<i>Steuerplanung und Steuerwirkung</i>	PN 262600	57
35520	<i>Fortgeschrittene Empirische Wirtschaftsforschung</i>	PN 261131	21
35620	<i>Computergestützte Statistik 1 – Einführung in R</i>	PN 261100	25
35621	<i>Computergestützte Statistik 2 – Regression in R</i>	PN 261170	27
35622	<i>Computergestützte Statistik 3 – Programmieren in R</i>	PN 261090	29
39602	<i>Electronic Markets</i>	PN 266200	200
34540	<i>Kundenmanagement</i>	PN 264940	137
34530	<i>Service Management</i>	PN 265100	139
33750	<i>Konsumentenverhalten</i>	PN 264840	141
34083	<i>Regionalisierung und Globalisierung</i>	PN 264260	166
39604	<i>Data Analytics</i>	PN 266190	202
37680	<i>Data Warehousing and Data Mining</i>	PN 266140	39
35802	<i>Seminar Angewandte Statistik</i>	PN 261110	35
35550	<i>Topics in Applied Econometrics</i>	PN 271030	31

<b>Gebiet „International Management and Marketing“ (IMM) Vertiefung IMM</b>			
33800	<i>Preismanagement</i>	PN 200519	129
33840	<i>B2B Marketing and Sales Management</i>	PN 264790	131
33860	<i>Marktforschung</i>	PN 200514	133
33901	<i>Masterseminar Marketing (Prof. Dr. Dirk Totzek)</i>	PN 264910	135
34540	<i>Kundenmanagement</i>	PN 264940	137
34530	<i>Service Management</i>	PN 265100	139

<b>LVA-Nr.</b>	<b>Modultitel</b>	<b>Prüfungs-Nr.</b>	<b>Seite</b>
33750	Konsumentenverhalten	PN 264840	141
34520	Masterseminar Marketing (Prof. Dr. Jan H. Schumann)	PN 264910	143
nach Ank.	Masterseminar im Fachbereich Marketing und Innovation mit wechselnden Themen	PN 264590	145
33155	Strategisches Human Resources Management	PN 264700	147
33173	Masterseminar im Bereich Management, Personal und Information	PN 264750	150
32810	Masterseminar im Fach Organisation, Technologiemanagement und Entrepreneurship	PN 264820	152
32842	Masterseminar Innovation Lab	PN 265030	154
32850	Masterkolloquium im Fach Organisation, Technologiemanagement und Entrepreneurship	PN 264501	156
38561	Managing and Leading Strategic Innovation and Change	PN 265070	158
38567	Corporate Strategy and Innovation	PN 264502	160
38564	Management in the Movies	PN 265080	162
38568	Strategy and Innovation Consulting	PN 265080	164
34083	Regionalisierung und Globalisierung	PN 264260	166
34075	Masterseminar im Fach Internationales Management	PN 264570	168
32840	Masterseminar Empirical Entrepreneurship Research	PN 264830	170
PHIL	Organisationskultur(en) und Internationaler Transfer – Europa-Amerika	PN 264730	172
PHIL	Gestion européenne et interculturelle des Ressources Humaines (Seminar)	PN 264740	174
39025	5-Euro-Business-Wettbewerb	PN 264960	176
34084	Alliance and Network Strategy	PN 265103	178
34301	Corporate Environmental Management and Climate Change	PN 265107	181
38553	Theory and Methods in Strategy, Leadership, and Innovation Research	PN 261150	184
38555	Executive and Entrepreneurial Thinking and Communication	PN 261160	186
39450	Masterseminar zu aktuellen Themenstellungen der Wirtschaftsinformatik	PN 266591	188
33705	Konzeptworkshop für Masterstudierende: Erstellung eines Imagefilms	PN 265110	127
39600	Telecommunications Management	PN 266150	194
32820	Organizational and Competitive Strategy (Organisations- und Wettbewerbsstrategie)	PN 264190	120
33162	Management von Social Media: Expertenstatus durch Netzwerkeffekte	PN 264810	110
35620	Computergestützte Statistik 1 – Einführung in R	PN 261100	25
35621	Computergestützte Statistik 2 – Regression in R	PN 261170	27
35622	Computergestützte Statistik 3 – Programmieren in R	PN 261090	29

<b>LVA-Nr.</b>	<b>Modultitel</b>	<b>Prüfungs-Nr.</b>	<b>Seite</b>
39602	<i>Electronic Markets</i>	PN 266200	200
35250	<i>Produktionsmanagement</i>	PN 266530	215
35100	<i>Logistikmanagement</i>	PN 266540	217
35150	<i>Seminar zu Forschungsthemen aus Produktions- und Logistikmanagement</i>	PN 266570	219
32800	<i>Designing and Leading the Entrepreneurial Organization</i>	PN 264180	118
	<i>Corporate Sustainability and CSR</i>	PN 265106	124
39604	<i>Data Analytics</i>	PN 266190	202
37680	<i>Data Warehousing and Data Mining</i>	PN 266140	39
	<i>Advanced Empirical Methods im Bereich Management, Personal und Information</i>	PN 265109	116
35802	<i>Seminar Angewandte Statistik</i>	PN 261110	35

<b>Gebiet „Wirtschaftsinformatik/Information Systems“ (WIIS)</b>			
<b>Grundlagen WIIS</b>			
37206	<i>Modellierungstools</i>	PN 201007	190
38102	<i>Modern E-Shops</i>	PN 266620	192
39600	<i>Telecommunications Management</i>	PN 266150	194
37815	<i>IT-Services und IT-Servicemanagement</i>	PN 266180	196
37500	<i>IT-Management für Fortgeschrittene</i>	PN 283003	198
39602	<i>Electronic Markets</i>	PN 266200	200
39604	<i>Data Analytics</i>	PN 266190	202
39504	<i>Computational Economics</i>	PN 283002	204
37682	<i>Einführung in Cloud-Computing</i>	PN 283005	207
37502	<i>Management von IT-Architekturen</i>	PN 283004	211
37670	<i>Theorieentwicklung und Forschungsmethoden in der Wirtschaftsinformatik</i>	PN 266160	45
35610	<i>Paneldatenanalyse</i>	PN 261080	13
35510	<i>Empirische Wirtschaftsforschung</i>	PN 261130	19
35520	<i>Fortgeschrittene Empirische Wirtschaftsforschung</i>	PN 261131	21
35620	<i>Computergestützte Statistik 1 – Einführung in R</i>	PN 261100	25
35621	<i>Computergestützte Statistik 2 – Regression in R</i>	PN 261170	27
35622	<i>Computergestützte Statistik 3 – Programmieren in R</i>	PN 261090	29
35200	<i>Operations Research</i>	PN 200007	37
37680	<i>Data Warehousing and Data Mining</i>	PN 266140	39
35802	<i>Seminar Angewandte Statistik</i>	PN 261110	35
35550	<i>Topics in Applied Econometrics</i>	PN 271030	31

<b>Gebiet „Wirtschaftsinformatik/Information Systems“ (WIIS)</b>			
<b>Vertiefung WIIS</b>			
37233	<i>Programmentwicklung unter SAP für Fortgeschrittene</i>	PN 266520	213
35250	<i>Produktionsmanagement</i>	PN 266530	215
35100	<i>Logistikmanagement</i>	PN 266540	217
35150	<i>Seminar zu Forschungsthemen aus Produktions- und Logistikmanagement</i>	PN 66570)	221

<b>LVA-Nr.</b>	<b>Modultitel</b>	<b>Prüfungs-Nr.</b>	<b>Seite</b>
37681	Masterseminar Wirtschaftsinformatik	PN 266580	221
39606	Masterseminar Internet- und Telekommunikationswirtschaft	PN 266210	223
39607	Masterkolloquium im Fach Internet- und Telekommunikationswirtschaft	PN 283001	225
39450	Masterseminar zu aktuellen Themenstellungen der Wirtschaftsinformatik	PN 266591	188
39600	Telecommunications Management	PN 266150	194
37670	Theorieentwicklung und Forschungsmethoden in der Wirtschaftsinformatik	PN 266160	45
39504	Computational Economics	PN 283002	204
35620	Computergestützte Statistik 1 – Einführung in R	PN 261100	25
35621	Computergestützte Statistik 2 – Regression in R	PN 261170	27
35622	Computergestützte Statistik 3 – Programmieren in R	PN 261090	29
33860	Marktforschung	PN 200514	133
37815	IT-Services und IT-Servicemanagement	PN 266180	196
37500	IT-Management für Fortgeschrittene	PN 283003	198
37206	Modellierungstools	PN 201007	190
39602	Electronic Markets	PN 266200	200
39604	Data Analytics	PN 266190	202
37682	Einführung in Cloud-Computing	PN 283005	207
37680	Data Warehousing and Data Mining	PN 266140	39
37502	Management von IT-Architekturen	PN 283004	211
38102	Modern E-Shops	PN 266620	192
35802	Seminar Angewandte Statistik	PN 261110	35

## **Vorbemerkung:**

Im Wahlprogramm des Master Business Administration können bis zu 15 Leistungspunkte aus Lehrveranstaltungen in anderen Masterprogrammen der wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät eingebracht werden (vgl. bitte Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang „Business Administration“, § 27 Gebiete). Die entsprechenden Lehrveranstaltungen entnehmen Sie bitte dem jeweils aktuellen Modulkatalog der weiteren Masterstudiengänge der wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät.

.....

Die Bezeichnungen der Gebiete des Studiengangs werden wie folgt abgekürzt

AFT	Accounting, Finance and Taxation
IMM	International Management and Marketing
WIIS	Wirtschaftsinformatik/Information Systems
M	Methoden

## Gebiet „Methoden“

Modultitel	<b>31802 Empirical Finance</b> (PN 200413)
Moduleinordnung	M Vertiefung AFT
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Niklas Wagner
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jeweils im Sommersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	<p>Das Modul beschäftigt sich mit der Anwendung von modernen Methoden im Bereich der empirischen Kapitalmarktforschung.</p> <p>Insbesondere werden die neuesten Forschungsergebnisse im Bereich der Kapitalmärkte, sowie in den Bereichen Corporate Finance und Corporate Governance aufgezeigt. Der Schwerpunkt der Veranstaltung liegt dabei auf der Darstellung der zugrundeliegenden Modelle, den entsprechenden statistischen und ökonometrischen Methoden, sowie ihrer Anwendung.</p> <p>Zu den behandelten Themen gehören unter anderem:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Effizienzmarkthypothese</li> <li>• Markt-Mikrostruktur</li> <li>• Eventstudien</li> <li>• Multifaktorenmodelle</li> <li>• Derivatebewertung</li> </ul>
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Das Modul soll den Studierenden insbesondere folgende Kenntnisse und Fertigkeiten vermitteln:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wissen über die grundsätzlichen Probleme der empirischen Kapitalmarktforschung</li> <li>• Die Studierenden kennen die verschiedenen Methoden der empirischen Kapitalmarktforschung und können diese entsprechend anwenden</li> <li>• Die Studierenden können empirische Studien verstehen und hinsichtlich ihrer Stichhaltigkeit bewerten</li> <li>• Die Studierenden können selbstständig Problemstellungen im Bereich der empirischen Kapitalmarktforschung erarbeiten, insbesondere im Rahmen einer Master-Arbeit in diesem Bereich</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver Frontalunterricht</li> <li>• Selbstständiges Erarbeiten eines Forschungsberichtes durch die Kursteilnehmer mit anschließender Präsentation</li> </ul>

Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.	
Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	3	
Summe	3	5
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	45	105
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Schriftliche Endklausur 60 Minuten	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	100%	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campbell/Lo/McKinlay (1997), The Econometrics of Financial Markets, Princeton University Press</li> <li>• Ausgewählte weiterführende Literatur</li> <li>• Ausgewählte Aufsätze</li> </ul>	

Modultitel	(PN 261070) <b>30902 Quantitative Methoden in Finance</b>
Moduleinordnung	M Grundlagen AFT
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Professor Dr. Oliver Entrop
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jedes Sommer- und Wintersemester, jedoch nicht im Sommersemester 2016 1 Semester
Inhalt des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in die empirische Analyse von Finanzdaten</li> <li>• Querschnitts-, Zeitreihen- und Panelregressionen in Stata</li> <li>• Logit- und Probit-Regressionen in Stata</li> <li>• Stata-Programmierung und -Automatisierung sowie erweiterte Befehle</li> <li>• Numerischen Methoden in VBA</li> <li>• Bewertung von Derivaten mittels Simulation in VBA</li> </ul>
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Modul macht Studierende mit zentralen quantitativen Methoden vertraut, die sehr häufig in Finance und verwandten Gebieten zur Lösung betriebswirtschaftlicher Fragestellungen angewendet werden.</li> <li>• Im ersten Teil werden anhand ausgewählter finanzwirtschaftlicher Fragestellungen ökonomische und statistische Methoden behandelt. Parallel dazu werden diese Methoden in Stata auf empirische Daten angewandt.</li> <li>• Im zweiten Teil lernen Studierende verschiedene numerische Methoden, insbesondere Simulationstechniken zur Bewertung von Derivaten und deren Umsetzung in VBA kennen.</li> <li>• Die Studierenden erwerben in dieser Veranstaltung Kompetenzen, die regelmäßig in quantitativen Seminaren, Abschlussarbeiten und insbesondere auch in der Finanzpraxis benötigt werden.</li> <li>• Nach der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage, komplexe betriebswirtschaftliche Probleme zu strukturieren und mit den behandelten Methoden selbständig zu lösen. Sie kennen die Möglichkeiten und Grenzen der Verfahren und können darüber hinaus diese selbständig auf Fragestellungen aus zu Finance verwandten Disziplinen übertragen.</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver Frontalunterricht</li> <li>• In der Übung werden direkt im Anschluss an die entsprechende Vorlesung die behandelten Konzepte an realen Datensätzen in Stata (1. Teil) oder realen Bewertungsfragestellungen in VBA (2. Teil) umgesetzt.</li> </ul>

Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.; Einführungsmodul in Finance wird empfohlen; weitere Bachelor-Finance-Module von Vorteil. Ein vorheriger oder paralleler Besuch von "Financial Engineering und Structured Finance" wird empfohlen. Solide Excel-Kenntnisse und Kenntnisse in Statistik und einem Statistikprogramm sind hilfreich.	
Zusammensetzung / Aufteilung des Workloads:		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	2	
Übung	2	
Tutorium (fakultativ)		
Summe	4	5
Aufteilung des Workloads (jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein. Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit (in Std.)	Eigenarbeitszeit (in Std.)
Vorlesung	30	45
Übung	30	45
Tutorium (fakultativ)		
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Klausur 60 Minuten	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Klausur 100 %	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Skript wird in StudIP zur Verfügung gestellt</li> <li>• Weiterführende Literaturhinweise in der Veranstaltung</li> </ul>	

Modultitel	(PN 561080) <b>35610 Paneldatenanalyse</b>
Moduleinordnung	M Grundlagen AFT Grundlagen IMM Grundlagen WIIS
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Harry Haupt Dr. Joachim Schnurbus
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jedes Sommersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	Zentraler Gegenstand ist die Schätzung von Regressionsmodellen für Paneldaten. Hierbei werden neben grundlegenden Schätzverfahren unter anderem die Fixed-Effects- und Random-Effects-Schätzung behandelt. Des Weiteren werden Test- und Vorhersagenverfahren (Stichwort: Best linear unbiased prediction) für den Paneldatenkontext behandelt.
Qualifikationsziele des Moduls	Ziel des Kurses ist, dass die Studierenden ein vertieftes Verständnis für die Anwendbarkeit verschiedener regressionsanalytischer Schätzverfahren im Paneldatenkontext erhalten. Das beinhaltet ein Verständnis für die Interpretation der Verfahren sowie die zugrundeliegenden Annahmen.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht, Diskussion von Lehrinhalten, Vermittlung der theoretischen Grundlagen und Illustration mit Beispielen. Vertiefung durch Übungsaufgaben und Computerübungen.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.  Für die Kursteilnahme wird die Kenntnis der Inhalte von „Methoden der Ökonometrie“ oder eines äquivalenten (Master-) Kurses dringend empfohlen.  Dies umfasst eine detaillierte Kenntnis des Multiplen linearen Regressionsmodells (OLS-Schätzung, Tests sowie entsprechende zugrundeliegende Annahmen, Projektionsmatrizen) und solide Kenntnisse im Umgang mit der statistischen Software R.
Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:	

Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Vorlesung		2	
Übung		2	
Summe		4	
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit	
Vorlesung	30 h	45 h	
Übung	30 h	45 h	
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Klausur		Abschluss-Klausur 60 Minuten	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote		100%	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		Die Theorie wird auch anhand von Beispielen in der Statistiksoftware <i>R</i> illustriert.	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)		<p>Basisliteratur (andere Auflagen dieser Bücher sind ebenfalls verwendbar):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wooldridge, J. (2013), <i>Introductory Econometrics</i>, South-Western.</li> <li>• Stock, J.H. und M.W. Watson (2007), <i>Introduction to Econometrics</i>, Pearson.</li> <li>• Greene, W.H. (2012), <i>Econometric Analysis</i>, Pearson.</li> </ul> <p>Weiterführende Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Angrist, J.D. und J.-S. Pischke (2009), <i>Mostly Harmless Econometrics</i>, Princeton University Press.</li> <li>• Baltagi, B.H. (2005), <i>Econometric Analysis of Panel Data</i>, Wiley.</li> </ul>	

Modultitel	<b>35500 Multivariate Verfahren</b> (PN 201504)
Moduleinordnung	M Grundlagen AFT, IMM; WIIS Vertiefung IMM
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Gertrud Moosmüller
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	jeweils im Wintersemester/ 1 Semester
Inhalt des Moduls	Multivariate Verfahren sind ein wichtiger Bestandteil in der empirischen Forschungspraxis, insbesondere im Bereich der Marktforschung. In diesem Modul werden grundlegende Analysetechniken für multivariate Datenstrukturen sowie deren theoretische Fundierung behandelt. Das Modul umfasst folgende Themengebiete: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Korrelationsanalyse</li> <li>○ Multivariate Varianzanalyse</li> <li>○ Diskriminanzanalyse</li> <li>○ Faktorenanalyse</li> <li>○ Clusteranalyse</li> <li>○ Logistische Regression</li> </ul>
Qualifikationsziele des Moduls	Sowohl die grundlegenden strukturprüfenden als auch die strukturentdeckenden Verfahren werden in einer Vielzahl von Praxisbereichen angewendet und dienen der Entscheidungsunterstützung. Das Modul qualifiziert die Studierenden zur Anwendung multivariater Verfahren. Konkret bedeutet dies: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Die Studierenden kennen den Unterschied zwischen strukturprüfenden und strukturentdeckenden Verfahren.</li> <li>○ Die Studierenden kennen die Voraussetzungen und Grundlagen, auf deren Basis die Verfahren angewendet werden können.</li> <li>○ Sie wissen, für welche Sachverhalte diese Verfahren prinzipiell geeignet sind und können ihr Fachwissen auf Praxisbeispiele - auch mit Hilfe statistischer Standardsoftware – übertragen.</li> <li>○ Sie sind in der Lage auf Basis dieser Veranstaltung eine statistikbezogene Masterarbeit zu schreiben.</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Interaktiver Frontalunterricht</li> <li>○ Selbstständiges Berechnen von Praxisbeispielen durch die Studierenden</li> <li>○ Anwendung einer geeigneten Software und eigenständige Output-Interpretation durch die Studierenden</li> </ul>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.

Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
a) Vorlesung	3	
b) Übung	1	
Summe	4	
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
a) Vorlesung	45	60
b) Übung	15	30
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung		Klausur 90 Minuten
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote		Klausur: 100%
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		30% Online-Anteil (Interpretation Software-Outputs)
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ HAIR, J. F.: Multivariate Data Analysis, 6. Aufl., Upper Saddle River, New Jersey 2006</li> <li>○ RUDOLF, M / MÜLLER, J.: Multivariate Verfahren. Eine praxisorientierte Einführung mit Anwendungsbeispielen in SPSS, Göttingen 2004</li> </ul>

Modultitel	(PN 261120)	
	<b>35777 Methoden der Ökonometrie</b>	
Moduleinordnung	M	
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Haupt, Dr. Joachim Schnurbus	
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jedes Wintersemester 1 Semester	
Inhalt des Moduls	<p>Der Kurs ist als Basis der Masterausbildung im Bereich der Regressions- und Testverfahren anzusehen. Themen sind u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurze Wiederholung der Inhalte einer Einführung der Ökonometrie behandelt.</li> <li>• Tiefergehende Interpretationen der Kleinst-Quadrate (KQ) Methode und deren asymptotische Eigenschaften.</li> <li>• Maximum Likelihood (ML) Testtheorie, exakte und asymptotische Testverfahren und Tests der empirischen Praxis.</li> <li>• Generalisierte KQ Verfahren.</li> </ul>	
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden erlernen die Methoden und Interpretationsmöglichkeiten der (gewichteten) KQ Schätzung, u.a. OLS, (F)GLS, 2SLS, IV und vieler, empirisch relevanter Testverfahren. Sie erwerben zudem ein Grundverständnis, wann komplexere, z.B. likelihood-basierte, Schätz- und Testverfahren einzusetzen sind.	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht, Diskussion von Lehrinhalten, Vermittlung der theoretischen Grundlagen und Illustration mit Beispielen. Vertiefung durch Übungsaufgaben und Computerübungen.	
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Voraussetzung sind Kenntnisse, die den Inhalten aller folgenden Kurse (auf Bachelorniveau) entsprechen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) „Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler“, v.a. Matrixalgebra,</li> <li>(2) „Statistik für Wirtschaftswissenschaftler“, v.a. Induktive Statistik,</li> <li>(3) „Einführung in die Ökonometrie“, v.a. Regressions- und Testverfahren.</li> </ol>	
<b>Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:</b>		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	2	
Übung	2	

Summe		4	5
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit	
Vorlesung	30	45	
Übung	30	45	
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung		Teilleistung 1: Schriftliche Klausur zur Semestermitte (30 Minuten) Teilleistung 2: Schriftliche Klausur am Semesterende (60 Minuten) Für Wiederholerklausur gilt: 1 Leistung am Semesterende (90 Minuten)	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1/3 Gewicht der 1. Teilklausur (30 Minuten)</li> <li>• 2/3 Gewicht der 2. Teilklausur (60 Minuten)</li> </ul>	
Begründung der Prüfungsleistung		Der Stoff des Moduls baut Woche für Woche auf den vorhergehenden Erkenntnissen auf. Einmal angehäuften Rückstände können erfahrungsgemäß im späteren Verlauf der Veranstaltung kaum mehr aufgeholt werden. Um ein stetiges Mitarbeiten und Lernen zu erleichtern und zu motivieren, hat es sich bewährt, nach ca. den ersten 6-8 Wochen der Veranstaltung eine erste Teilleistungskontrolle durchzuführen, die ein entsprechendes Gewicht an der Gesamtbewertung hat. In Semestern, in denen keine Vorlesung angeboten wird, repräsentiert die Wiederholungsklausur am Semesterende beide Prüfungsteile und dauert 90 Minuten.	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		Die Theorie wird auch anhand von Beispielen in der Statistiksoftware <i>R</i> illustriert.	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)		Neben den in der Veranstaltung genannten Quellen u.a. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hsiao, C., Bodkin, R.G. &amp; M.D. Intriligator (1996) <i>Econometric Models, Techniques, and Applications</i>. 2A. Prentice-Hall</li> <li>• Davidson, R. &amp; J.G. MacKinnon (2009) <i>Econometric Theory and Methods</i>. Oxford Univ. Press</li> <li>• Hansen, B. (2013) <i>Econometrics</i>. <a href="http://www.ssc.wisc.edu/~bhansen/econometrics/">http://www.ssc.wisc.edu/~bhansen/econometrics/</a></li> <li>• Wooldridge (2013) <i>Introductory Econometrics</i>. 5A</li> </ul>	

Modultitel	(PN 261130)		<b>35510 Empirische Wirtschaftsforschung</b>
Moduleinordnung	M Grundlagen AFT Grundlagen IMM Grundlagen WIIS		
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Gertrud Moosmüller		
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Unregelmäßig 1 Semester		
Inhalt des Moduls	<p>Dieses Modul bietet den Studierenden einen Einblick in Methoden, die in verschiedenen Gebieten der empirischen Wirtschaftsforschung ihre Anwendung finden.</p> <p>Inhalte dieser Veranstaltung sind Themen aus den Bereichen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Spezifikation und Schätzung von Eingleichungsmodellen</li> <li>○ Spezifikation und Schätzung von Mehrgleichungsmodellen</li> <li>○</li> </ul>		
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Die Studierenden kennen die Voraussetzungen und Grundlagen, auf deren Basis die Verfahren angewendet werden können</li> <li>○ Sie wissen, für welche Sachverhalte diese Verfahren prinzipiell geeignet sind und können ihr Fachwissen auf Praxisbeispiele übertragen</li> <li>○ Sie sind in der Lage auf Basis dieser Veranstaltung eine Masterarbeit über zeitreihenanalytische und ökonomische Fragestellungen zu schreiben</li> </ul>		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Interaktiver Frontalunterricht</li> <li>○ Selbstständiges Berechnen von Praxisbeispielen durch die Studierenden</li> <li>○ Anwendung einer geeigneten Software und eigenständige Output-Interpretation durch die Studierenden</li> </ul>		
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.</p> <p>Bachelorabschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang</p>		
<b>Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:</b>			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Vorlesung		3	

Übung	1		
Summe	4	5	
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit	
Vorlesung	45	67,5	
Übung	15	22,5	
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Klausur am Semesterende		
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Klausur: 100%		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	30% Online-Anteil		
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ MOOSMÜLLER, G.: Methoden der empirischen Wirtschaftsforschung, München 2004</li> <li>○ Eigene Vorlesungsunterlagen</li> <li>○ GREENE, W.: Econometric Analysis, 6. Aufl., München und Wien 2008</li> <li>○ WOOLDRIDGE, J.M.: Introductory Econometrics. A Modern Approach, 4. Aufl., Mason, 2008</li> <li>○ BAUER, T.K./FERTIG, M./SCHMIDT, C.M.: Empirische Wirtschaftsforschung. Eine Einführung, Berlin 2009</li> </ul>		

Modultitel	(PN 261131)		
	<b>35520 Fortgeschrittene Empirische Wirtschaftsforschung</b>		
Moduleinordnung (Grundlagen)	Methoden, Grundlagen: AFT, IMM, WIIS		
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Gertrud Moosmüller		
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Unregelmäßig 1 Semester		
Inhalt des Moduls	<p>Dieses Modul bietet den Studierenden einen Einblick in Methoden, die in verschiedenen Gebieten der empirischen Wirtschaftsforschung ihre Anwendung finden.</p> <p>Inhalte dieser Veranstaltung sind Themen aus den Bereichen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Trend- und Saisonbereinigung von Zeitreihendaten</li> <li>○ Input-Output-Analyse</li> <li>○</li> </ul>		
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Die Studenten kennen die Voraussetzungen und Grundlagen, auf deren Basis die Verfahren angewendet werden können</li> <li>○ Sie wissen, für welche Sachverhalte diese Verfahren prinzipiell geeignet sind und können ihr Fachwissen auf Praxisbeispiele übertragen</li> <li>○ Sie sind in der Lage auf Basis dieser Veranstaltung eine Masterarbeit über zeitreihenanalytische und ökonomische Fragestellungen zu schreiben</li> </ul>		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Interaktiver Frontalunterricht</li> <li>○ Selbstständiges Berechnen von Praxisbeispielen durch die Studierenden</li> <li>○ Anwendung einer geeigneten Software und eigenständige Output-Interpretation durch die Studierenden</li> </ul>		
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.</p> <p>Bachelorabschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang</p>		
<b>Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:</b>			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Vorlesung		3	
Übung		1	

Summe		4	5
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit	
Vorlesung	45	67,5	
Übung	15	22,5	
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		Klausur am Semesterende	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Gesamtnote		Klausur: 100%	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		30% Online-Anteil	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ MOOSMÜLLER, G.: Methoden der empirischen Wirtschaftsforschung, München 2004</li> <li>○ Eigene Vorlesungsunterlagen</li> <li>○ SCHLITTGEN,R./ STREITBERG,B.H.J.: Zeitreihenanalyse</li> <li>○ HAMILTON,J.D.: Time Series Analysis</li> </ul>	

Modultitel	(PN 271010)	
	<b>35800 Zeitreihenökometrie</b>	
Moduleinordnung	M Grundlagen AFT Vertiefung AFT	
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Harry Haupt Dr. Joachim Schnurbus	
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Unregelmäßig 1 Semester	
Inhalt des Moduls	Der Kurs behandelt moderne Methoden der univariaten und multivariaten Zeitreihenanalyse. Ausgehend von ARMA-Modellen werden Modellierung, Schätzung, Prognose und strukturelle Analyse mit stationären und nicht-stationären Zeitreihen behandelt. Zentrale Bestandteile des Kurses bilden (strukturelle) VAR-, Fehlerkorrektur-, State-Space- und Faktormodelle.	
Qualifikationsziele des Moduls	Erwerb der Kernkompetenzen in Theorie und Anwendung am PC in den Bereichen Spezifikation, Schätzung, Diagnose und Steuerung uni- und multivariater Zeitreihenmodelle.	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht, Vermittlung der theoretischen Grundlagen und Illustration mit Beispielen, Diskussion von Lehrinhalten. Vertiefung durch Computerübungen (Verwendung von <i>EViews</i> , <i>jMulti</i> und <i>R</i> ).	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Grundlegende Kenntnisse in Mathematik (v.a. Matrixalgebra) und multipler Regression (Schätzen, Testen, Modellspezifikation, Modelldiagnose, Asymptotik – beispielsweise durch „Methoden der Ökonometrie“) sind empfehlenswert.  Ein Basiswissen in Zeitreihenanalyse und in Umgang mit der Statistiksoftware <i>R</i> ist hilfreich.	
<b>Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:</b>		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	2	
Übung	2	
Summe	4	5
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		

	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit	
Vorlesung	30	45	
Übung	30	45	
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Schriftliche Klausur am Semesterende 60 min.		
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	100%		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)			
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<p>Einstiegsliteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kirchgässner, Wolters (2007). <i>Introduction to Modern Time Series Analysis</i>. Springer.</li> <li>• Lütkepohl, Krätzig (2004). <i>Applied Time Series Econometrics</i>. Cambridge University Press.</li> <li>• Commandeur, Koopman (2007). <i>An Introduction to State Space Time Series Analysis</i>. Oxford University Press.</li> </ul> <p>Weiterführende Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lütkepohl (2005). <i>New Introduction to Multiple Time Series Analysis</i>. Springer.</li> <li>• Durbin, Koopman (2012). <i>Time Series Analysis by State Space Methods</i>. 2nd ed. Oxford University Press.</li> <li>• Davidson (2000). <i>Econometric Theory</i>. Blackwell Publishing.</li> </ul> <p>Hamilton (1994). <i>Time Series Analysis</i>. Princeton University Press.</p>		

Modultitel	(PN 261100)		
	<b>35620 Computergestützte Statistik 1 – Einführung in R</b>		
Moduleinordnung	M Grundlagen/Vertiefung AFT, IMM, WIIS		
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Harry Haupt Dr. Joachim Schnurbus		
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	i.d.R. jedes Semester 1 Semester - Blockveranstaltung		
Inhalt des Moduls	Zentraler Gegenstand ist die Einführung in die Arbeit mit dem Statistikprogramm <i>R</i> . Dies umfasst neben der Vermittlung von programmiertechnischen Grundlagen (Objekte, Funktionen, Schleifen, etc.) auch eine Einführung in die statistische Datenanalyse (Erstellen hilfreicher Tabellen und Graphiken, deskriptive Analysen, Modell-schätzungen).		
Qualifikationsziele des Moduls	Ziel des Kurses ist, dass Studierende ein Grundverständnis für den Umgang mit dem Statistikprogramm <i>R</i> erlangen. Dies umfasst das Handling von Datensätzen, deren deskriptive Auswertung und einfache Modellschätzungen.  Der Kurs bietet als Basiskurs eine Grundlage für alle weiteren <i>R</i> -Kurse der Reihe „Computergestützte Statistik“.		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Geleitete Computerübungen; Vertiefung durch Übungsaufgaben, die selbständig in <i>R</i> bearbeitet werden.		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Dringend empfohlen werden grundlegende Kenntnisse in Statistik, Interesse am Arbeiten mit dem Computer.		
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:</b>			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Blockkurs mit Computerübungen, entspricht 2 SWS		2	
Summe		2	3
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit	
Computerübungen	30	60	

Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Abschluss-Klausur (60 Minuten); bei bestandener Abschluss-Klausur werden die R-Grundlagenkenntnisse auch mittels eines <b>Zertifikats</b> bescheinigt.		
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	100%		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Blockkurs im Computer-Pool.		
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ligges, U. (2008), <i>Programmieren mit R</i>, Springer.</li> <li>• Kleiber, C. &amp; Zeileis, A. (2008), <i>Applied Econometrics with R</i>, Springer.</li> <li>• Field, A. &amp; Miles, J. &amp; Field, Z. (2012), <i>Discovering Statistics using R</i>, SAGE.</li> <li>• Wooldridge, J.M. (2013), <i>Introductory Econometrics</i>, South Western.</li> </ul>		

Modultitel	(PN 261170)	
	<b>35621 Computergestützte Statistik 2 – Regression in R</b>	
Moduleinordnung	M Grundlagen/Vertiefung AFT, IMM, WIIS	
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Harry Haupt Dr. Joachim Schnurbus	
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Unregelmäßig 1 Semester - Blockveranstaltung	
Inhalt des Moduls	Zentraler Gegenstand ist das Schätzen von Regressionsmodellen sowie die Modelldiagnose/-validierung. Hierbei werden neben graphischen Verfahren und klassischen Validierungsmethoden und Tests auch simulationsbasierte Ansätze besprochen. Es wird auf die Modellierung unterschiedlicher Skalenniveaus sowie Variablentransformationen eingegangen. Neben Querschnittsdaten wird auch auf Zeitreihen und Paneldaten Bezug genommen.	
Qualifikationsziele des Moduls	Ziel des Kurses ist, dass Studierende ein Verständnis dafür entwickeln, unter welchen Daten- und Variablenkonstellationen welche Regressionsmodelle sinnvoll erscheinen. Zudem sollen Studierende lernen, zwischen unterschiedlichen Modellen auszuwählen und zu beurteilen, ob ein geschätztes Modell (grob) fehlspezifiziert ist.	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Geleitete Computerübungen; Vertiefung durch Übungsaufgaben, die selbständig in R bearbeitet werden.	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Empfohlen: Grundlegende Kenntnisse in Statistik. Grundlegende Kenntnisse in R, wie sie z.B. durch den Kurs Computergestützte Statistik 1 – Einführung in R vermittelt werden.	
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:</b>		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Blockkurs mit Computerübungen, entspricht 2 SWS	2	
Summe	2	3
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		

	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit	
Blockkurs	30	60	
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Abschluss-Klausur (60 Minuten); bei bestandener Abschluss-Klausur werden die R-Grundlagenkenntnisse auch durch ein <b>Zertifikat</b> bescheinigt.		
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Klausur: 100%		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Blockkurs im Computer-Pool.		
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kleiber, C. &amp; Zeileis, A. (2008), <i>Applied Econometrics with R</i>, Springer.</li> <li>• Ligges, U. (2008), <i>Programmieren mit R</i>, Springer.</li> <li>• Field, A. &amp; Miles, J. &amp; Field, Z. (2012), <i>Discovering Statistics using R</i>, SAGE.</li> <li>• Wooldridge, J.M. (2013), <i>Introductory Econometrics</i>, South Western.</li> <li>• Greene, W.H. (2012), <i>Econometric Analysis</i>, Pearson.</li> </ul>		

Modultitel	(PN 261090)	
	<b>35622 Computergestützte Statistik 3 – Programmieren mit R</b>	
Moduleinordnung	Methoden Grundlagen/Vertiefung AFT, IMM, WIIS	
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Harry Haupt, Dr. Verena Dörner (KIT) Dr. Joachim Schnurbus	
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Unregelmäßig 1 Semester – Blockveranstaltung	
Inhalt des Moduls	<p>Die Studierenden wenden die Software R zur Bearbeitung von Fallbeispielen aus den Themenbereichen E-Commerce und Entscheidungsunterstützung (DSS) an. Auf Entwicklungsebene lernen die TeilnehmerInnen, selbst Funktionen in R zu schreiben, um bspw. Unternehmensdaten zu simulieren, Auf Anwenderebene lernen die TeilnehmerInnen Methoden zur Auswertung und Visualisierung von Daten kennen, z.B. zur Analyse von Produktrezensionen.</p> <p>Schwerpunkte des Moduls sind:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Datentypen und Programmierkonzepte in R</li> <li>2. Datenselektion und –restrukturierung in Dataframes</li> <li>3. Text Mining mit R</li> <li>4. Optimierung mit R</li> <li>5. Visualisierung mit R</li> </ol>	
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden können selbständig empirische Daten, insbes. Text(sammlungen), auswerten und auch komplizierte Ergebnisse in ansprechender, verständlicher Form darstellen. Zudem sollen sie in der Lage sein, nicht vorhandene Funktionalität eigenständig in R-Funktionen zu implementieren.	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht Bearbeitung von anwendungsorientierten Fallbeispielen	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Dringend empfohlen werden grundlegende Kenntnisse in R, wie sie z.B. durch den Kurs Computergestützte Statistik 1 – Einführung in R vermittelt werden.	
Zusammensetzung / Aufteilung des Workloads:		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Blockkurs mit Computerübungen, entspricht 2 SWS	2	

Summe	2	3	
Aufteilung des Workloads (jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein. Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
	Präsenzzeit (in Std.)	Eigenarbeitszeit (in Std.)	
Computerübungen	30	60	
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Dauer der Klausur		Abschluss-Klausur (60 Minuten); bei bestandener Abschluss-Klausur werden die R-Grundlagenkenntnisse auch durch ein <b>Zertifikat</b> bescheinigt.	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote		100%	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		Blockkurs im Computer-Pool	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ligges, U. (2008), <i>Programmieren mit R</i>, Springer.</li> <li>• Jones, O., Maillardet, R., Robinson, A., <i>Scientific Programming and Simulation Using R</i>, Chapman &amp; Hall / CRC Press 2009</li> <li>• Venables, W. N., Smith, D. M. and the R Core Team, "An Introduction to R", 2015 (Version 3.2.1), <a href="http://cran.r-project.org/doc/manuals/R-intro.pdf">http://cran.r-project.org/doc/manuals/R-intro.pdf</a></li> <li>• Wickham, Hadley, <i>ggplot2: Elegant Graphics for Data Analysis (Use R!)</i>, Springer 2009 (2<sup>nd</sup> edition)</li> </ul>	

Modultitel	(PN 271030)		
	<b>35550 Topics in Applied Econometrics</b>		
Moduleinordnung	M Grundlagen AFT Grundlagen IMM Grundlagen WIIS		
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Harry Haupt Dr. Joachim Schnurbus		
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Unregelmäßig 1 Semester		
Inhalt des Moduls	Diese Kursreihe widmet sich der ökonometrischen Analyse und Interpretation wichtiger Anwendungsbeispiele aus der wirtschaftswissenschaftlichen Forschung.		
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden sollen lernen, wie ausgehend von ökonomischer Modellierung und Hypothesenbildung, statistische Schätz-, Test- und Selektionsverfahren zur Inferenz bezüglich dieser Modelle und Hypothesen angewendet werden können. Die entsprechenden Verfahren werden theoretisch erläutert und mit Hilfe statistischer Software angeleitet in Übungen und selbständig in Hausübungen angewendet.		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht, Diskussion von Lehrinhalten, Vermittlung der theoretischen Grundlagen und Illustration mit Beispielen. Vertiefung durch Übungsaufgaben und Computerübungen.		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Grundlegende Kenntnisse in Mathematik und Basiswissen in statistischen Methoden wie Regressions- und Testverfahren empfohlen.		
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workloads:</b>			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Vorlesung		2	
Übung		2	
Summe		4	
Aufteilung des Workloads (jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein. Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
	Präsenzzeit (in Std.)		Eigenarbeitszeit (in Std.)
Vorlesung	30		45
Übung	30		45

Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Dauer der Klausur	<ul style="list-style-type: none"> <li>Portfolio aus Teilleistung 1: Empirisches Projekt zur Analyse eines Datensatzes (Gruppenarbeit) und Teilleistung 2: Schriftliche Klausur am Semesterende (60 Minuten)</li> </ul>
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Jede Teilleistung 50%
Begründung der Prüfungsleistung	<p>Zur Zweiteilung der Prüfungsleistung in Teilklausuren: Der Stoff des Moduls setzt sich aus mehreren Themenkomplexen zusammen, die in Teilleistung 1 im Rahmen von Projektarbeiten empirisch zu bearbeiten sind. Der theoretische Hintergrund aller Einzelthemen ist Gegenstand von Teilleistung 2.</p> <p>Die Zweiteilung der Prüfungsleistung ermöglicht den tiefen Einstieg in ein einzelnes Thema, das zur empirischen Umsetzung auch theoretisch durchdrungen werden muss.</p>
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Geplant sind Gastvorträge zu wechselnden Themen aus der Wirtschafts- und Unternehmensforschung
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<p>Einige prominente Beispiele der angewandten Ökonometrie finden sich in</p> <p>Berndt, E.R. (1991) The Practice of Econometrics – Classic and Contemporary. Addison-Wesley.</p> <p>Stewart, K. (2005) Introduction to Applied Econometrics. Cengage</p> <p>Verbeek, M. (2012) A Guide to Modern Econometrics.4A. Wiley</p>

Modultitel	(PN 261140)		
	<b>35616 Fortgeschrittene statistische Verfahren</b>		
Moduleinordnung	M		
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Harry Haupt		
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Unregelmäßig 1 Semester		
Inhalt des Moduls	Der Kurs wird wechselnde, weiterführende Themen aus dem Bereich der uni- und multivariaten statistischen Analysemethoden behandeln. Dabei soll beispielorientiert erläutert werden, warum und wie bestimmte empirische Probleme nur mit komplexeren Methoden adressiert werden können.		
Qualifikationsziele des Moduls	Ziel des Kurses ist, den Studierenden einen ersten Einstieg in aktuelle "research-level" Methoden und deren computergestützte Anwendung zu ermöglichen und ist damit ideal als Basis für Seminar- und/oder Masterarbeit geeignet.		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht, Diskussion von Lehrinhalten, Vermittlung der theoretischen Grundlagen und Illustration mit Beispielen. Vertiefung durch Übungsaufgaben und Computerübungen.		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Grundlegende Kenntnisse in Mathematik, v.a. Matrixalgebra und ein solides Basiswissen in statistischen Methoden wie Regressions- und Testverfahren empfohlen.		
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workloads:</b>			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Vorlesung		2	
Übung		2	
Summe		4	
Aufteilung des Workloads (jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein. Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
	Präsenzzeit (in Std.)	Eigenarbeitszeit (in Std.)	
Vorlesung	30	45	
Übung	30	45	

Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Dauer der Klausur	Abschluss-Klausur (60 Minuten)
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Klausur: 100%
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Literatur hängt vom jeweiligen Thema des Kurses ab.

Modultitel	(PN 261110) <b>35802 Seminar Angewandte Statistik</b>
Moduleinordnung	M Grundlagen IMM, AFT, WIIS Vertiefung IMM, AFT, WIIS
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Harry Haupt Dr. Joachim Schnurbus
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Üblicherweise im Sommersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	Die computergestützte Anwendung statistischer Verfahren und die Interpretation der erzielten empirischen Ergebnisse sind Kernkompetenzen in diversen Berufsfeldern. Die Erlangung dieser Kompetenzen ist Ziel dieses Seminars mit wechselnden Themenschwerpunkten, die den Bereichen Zeitreihenprognose, Mikroökonomie (z.B. Marketing- und Kapitalmarktforschung) und robusten Methoden zugeordnet werden können.
Qualifikationsziele des Moduls	Die Praxis des wissenschaftlichen Arbeitens verinnerlicht zu haben ist für die am Ende des Studiums zu erstellende Masterarbeit eine zentrale Voraussetzung. Weiterhin soll den Studierenden Gelegenheit gegeben werden, ihre computergestützten Analysefähigkeiten, ihre kommunikativen Kompetenzen sowie ihre Präsentationstechniken weiter verbessern zu können. Konkret bedeutet dies: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Die Studierenden stellen die in anderen Veranstaltungen theoretisch erlernten empirischen Methoden anhand von Praxisbeispielen in einer kurzen wissenschaftlichen Arbeit vor,</li> <li>○ Sie werten diese mit Hilfe statistischer Softwareprogramme aus.</li> <li>○ In einer Präsentation können die Studierenden ihre analytisch fundierten Ergebnisse und die entsprechenden Ergebnisse anderer urteilssicher vorstellen und diskutieren.</li> <li>○ Die Studierenden sind in der Lage auf Basis dieser Veranstaltung eine wissenschaftliche Arbeit anzufertigen.</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Es ist eine Seminararbeit anzufertigen und eine computergestützte und datenbasierte Implementation der angewendeten statistischen Methoden. Der Vortragsteil gliedert sich in eine Präsentation der eigenen Arbeit sowie ein Koreferat zu einer weiteren Arbeit.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Empfohlen wird der vorherige Besuch weiterer Masterveranstaltungen aus dem Bereich Statistik.

Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Seminar	2	
Summe	2	7
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Seminar	30	180
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seminararbeit von etwa 12 Seiten Haupttext</li> <li>• Präsentation von etwa 30 Minuten</li> </ul>	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seminararbeit: 60%</li> <li>• Präsentation: 40%</li> </ul> Für beide Leistungen wird eine Note vergeben.	
Begründung der Prüfungsleistung	Die Prüfungsleistung setzt sich aus einer schriftlichen und mündlichen Leistung zusammen. Neben der Seminararbeit ist insbesondere die Präsentation der eigenen Arbeit sowie die Bewertung und Diskussion der wissenschaftlichen Arbeit andere Seminaristen/Seminaristinnen eine wichtige Kompetenz des Wissenschaftsbetriebs und ergänzt das Wissen der Teilnehmer/-innen über die eigene Themenstellung hinaus.	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Basisliteratur wird abhängig vom jeweiligen Themenschwerpunkt bekannt gegeben. Weiterführende Literatur ist von den Studierenden zusammen zu stellen.	

Modultitel	(PN 200007)	
	<b>35200 Operations Research</b>	
Moduleinordnung	M Grundlagen WIIS	
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Hans Ziegler	
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jeweils im Wintersemester 1 Semester	
Inhalt des Moduls	Modelle und Lösungsverfahren folgender Gebiete: - Lineare Programmierung - Graphen- und Netzwerktheorie - Netzplantechnik - Ganzzahlige und Kombinatorische Optimierung - Optimierung bei mehrfacher Zielsetzung	
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden sollen in der Lage sein, betriebswirtschaftliche Planungsprobleme in geeigneten formalen Modellen abzubilden und auf dieser Grundlage durch den Einsatz von Lösungsverfahren bestmögliche Lösungen zu bestimmen.	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung mit interaktivem Frontalunterricht; Übung mit Präsentation der Lösungen der Aufgaben durch die Studierenden	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang „Business Administration“.	
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:</b>		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	2	
Übung	2	
Summe	4	5
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30	45
Übung	30	45

Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Endklausur 60 Minuten
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Endklausur 100%
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Rahmenskript. Domschke, W. / Drexl, A.: Einführung in Operations Research, 8. Aufl., Berlin u.a. 2011. Neumann, K. / Morlock, M.: Operations Research, 2. Aufl., München - Wien, 2002.

Modultitel	(PN 266149) <b>37680 Data Warehousing and Data Mining</b>
Moduleinordnung (Grundlagen oder Vertiefung)	WIIS Methoden, Grundlagen WIIS, Vertiefung WIIS, Grundlagen IMM, Vertiefung IMM
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Saji K. Mathew, PhD
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Im Sommersemester 2016 1 Semester Die Veranstaltung findet geblockt statt.
Inhalt der Veranstaltung	<p><b>COURSE PHILOSOPHY</b></p> <p>Data-driven decisions have become a distinctive factor defining the success mantra of high performance firms. When used wisely, analytical capabilities have enormous power to enhance the competitiveness of almost any company or enterprise. It is therefore imperative that tomorrow's business leaders learn to apply data mining techniques to enterprise data to draw management insights in decision making pertaining to their business domain.</p> <p>The course equips students with the models, tools and thinking required to use enterprise data for business decisions. Thus, the course will enable you to prepare for a career in consulting, business analytics and market research. Students who are seeking positions as function managers would also benefit from the course as future users of enterprise data. Function managers will gain insights to set directions for research, and also to commission and evaluate business research projects.</p> <p>The business context of the course is set in the backdrop of decision problems surrounding market customization: segmentation, profiling and targeting; forecasting covering sectors such as retail, manufacturing, and stock markets. This course will introduce the context of OLAP and data mining, and cover prominent modeling techniques in data mining such as decision trees, regression, clustering, association rule mining, time series and ANN. Applications would cover business problems involving scoring, classification, estimation, and forecasting.</p>

## SESSION PLAN

### **Day 1**

#### Topics:

Introduction do course, QA, why bother about data mining?, Business value, BI architecture, adoption

#### Readings:

1. Course outline
2. Case: Bizocity scoring at AT&T
3. Davenport T. H., *Competing on analytics*, HBR, Jan 2006

### **Day 2**

#### Topics:

Fundamentals of data management, RDBMS, SQL, Big data, Data warehousing, ETL, OLAP using SQL Server 2008

#### Readings:

1. Chapter 1, Han, J., & Kamber, M. (2006). *Data Mining Concepts and Techniques*. New Delhi: Elsevier.
2. Chapter 3, Han, J., & Kamber, M. (2006). *Data Mining Concepts and Techniques*. New Delhi: Elsevier.
3. IBM (2012), Understanding big data, Analytics for enterprise class, hadoop and streaming data
4. Data: Adventure works cycles, sample data for internet sales

### **Quiz 1**

### **Day 3**

#### Topics:

Data, models and data mining process, Data sources, privacy issues and ethics in data mining, Classification: Cluster analysis for segmentation and profiling

#### Readings:

1. Kumar V. and Bohling T., Six steps to better decision models, *Marketing Research*, Summer 2002
2. Case: The dark side of customer analytics, *Harvard Business Review*, May 2007.
3. SAS (2005), Clustering (Chapter 8), *Data mining techniques: theory and practice*
4. Data : Dominique's Finer Foods scanner data

### **Day 4**

#### Topics:

Classification: performance measures of data mining, scoring models, data mining using decision trees

#### Readings:

1. Malthouse E., C., Scoring models, *Kellogg on Integrated Marketing*,

2. SAS (2005), Decision trees (Chapter 5), *Data mining techniques: theory and practice*
3. Data: Adventure Works Cycles sample data set for targeted mailing

### **Quiz 2**

#### **Day 5**

Topics:

Hazard functions, survival analysis, customer churn, Customer profitability and life time value using data mining

Readings:

1. SAS (2005), Survival analysis (Chapter 9), *Data mining techniques: theory and practice*
2. Customer Profitability and Lifetime Value, *HBS Note 9-503-019*
3. Data source: RetailSense customer transaction data in MS excel format

#### **Day 6**

Topics:

Artificial neural networks for time series modeling, Financial time series modeling using ANN (in MATLAB environment)

Readings:

1. Kaastra I. and Boyd M., Designing a Neural Network for Forecasting Financial and Economic Time Series, *Journal of Neurocomputing*, 10(1996), pp. 215-236,
2. Borant L., Financial Time Series Forecasting using Neural Networks, *Master Thesis*, Babes-Bolyai University, 2004,
3. Data: Stock market data from Yahoo! Finance

#### **Day 7**

Topics:

Mining the web: Text mining, process, text mining using R- the case of a movie discussion forum

Readings:

1. Li and Wu (2010) Using text mining and sentiment analysis for online forums hotspot detection and forecast, *Decision Support Systems*, Vol. 48, pp. 354-368.
2. \*Zhao, Y. (2012) R and data mining, examples and case studies, Elsevier.
3. Data: Coding.txt and sdm.txt

### **Quiz 3**

Qualifikationsziele der Veranstaltung	<p><b>COURSE OBJECTIVES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introduce business intelligence architecture and its components covering databases, data warehouse, OLAP and data mining in business context</li> <li>• Learn to convert business problems into data mining problems and thus understand data mining process.</li> <li>• Explore data mining algorithms for classification, prediction and text data mining along with applications in business domains</li> <li>• Develop skills for using data mining software tools to solve business problems.</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden der Veranstaltung	<p><b>PEDAGOGY</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• The course will be conducted through classroom lectures, lab sessions, exercises, quizzes, assignment discussions/presentations and mini projects.</li> <li>• Small groups of students will be formed in the beginning of the course. The team projects will be based on business problems involving modeling, selected from various domains depending on the interest/experience/ambitions of the teams. The teams will also work on brief analytical presentations of research papers, BI applications in organizations, news analysis etc.</li> </ul>
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.</p> <p><b>SOFTWARE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SQL Server 2008 Business Intelligence Development Studio</li> <li>• MATLAB</li> <li>• R</li> </ul> <p>These software packages come with extensive help documentation to get started and get going. Special training to use some features of the software will be offered on demand.</p>
Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:	

Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	2	
Integrierte Übung	2	
Summe		5
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d. h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30	45
Übung	30	45

Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Dauer der Klausur	<p>EVALUATION</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Written examinations 30%</li> <li>• Project work 40%</li> <li>• Assignments 30%</li> </ul>
Gewichtung der Einzelleistungen in der Gesamtnote	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<p>DATA SOURCES</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. "Adventure Works Cycles", "SQL Server sample database"</li> <li>2. "Retail Sense transaction data", Real life data of an Indian fashion retailer</li> <li>3. UCI Machine Learning Repository, <a href="http://archive.ics.uci.edu/ml/">http://archive.ics.uci.edu/ml/</a></li> <li>4. Yahoo! Finance</li> </ol> <p>READINGS</p> <p><b>Text Book (Recommended):</b> Han, J., Kamber, M. &amp; Pei, J. (2012). <i>Data Mining Concepts and Techniques</i>, 3rd ed, MA: Elsevier.</p> <p><b>References</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bijapurkar, R. (2007). <i>We are like that only: Understanding the logic of consumer India</i>. New Delhi: Penguin Books.</li> <li>• Berry, M. J. A. and Linoff, G. S. (2006) <i>Data Mining Techniques for Marketing, Sales and Customer Relationship Management</i>, Delhi: Wiley Publications.</li> <li>• Davenport, T.H., &amp; Harris, J.G. (2007). <i>Competing on analytics, The new science of winning</i>. Boston, MA: Harvard Business School Press.</li> <li>• Hand D.J., Mannila H., &amp; Smyth P. (2001) <i>Principles of data mining</i>, MA: MIT Press.</li> </ul>

- Garfinkel, Simson (2000) *Database Nation; The Death of Privacy in the 21st Century*. O'Reilly and Associates. ISBN 0-596-00105-3

#### **Web References**

- The Data Mine- Data mining information (<http://www.the-data-mine.com/>)
- Advertising Age (<http://adage.com/datacenter/>)
- Wall Street Journal Media and Marketing News ([http://online.wsj.com/public/media?mod=0\\_0006](http://online.wsj.com/public/media?mod=0_0006))
- <http://www.thearling.com/text/dmtechniques/dmtechniques.htm> (data mining tutorials)
- MSDN tutorials on SQL Server 2008: <http://msdn.microsoft.com/en-us/library/ms167593.aspx>
- Online SQL tutorials: <http://www.w3schools.com/sql/default.asp>;  
<http://www.sql-tutorial.net/>;  
<http://www.tizag.com/sqlTutorial/>
- IBM Big data, <http://www-01.ibm.com/software/data/bigdata/>
- Oracle Business Intelligence, <http://www.oracle.com/us/solutions/business-analytics/business-intelligence/index.html>

Modultitel	(PN 266160) <b>37670 Theorieentwicklung und Forschungsmethoden in der Wirtschaftsinformatik</b>
Moduleinordnung	Methoden Grundlagen WIIS Vertiefung WIIS
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Franz Lehner
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jeweils im Sommersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	<p>In diesem Modul wird ein grundlegender Überblick über Theorien und die Theorieentwicklung in der Wirtschaftsinformatik vermittelt. Ferner werden der Forschungsgegenstand, die wissenschaftliche Positionierung der Wirtschaftsinformatik sowie ausgewählte Modelle zur Nutzenmessung von Informationssystemen vertiefend diskutiert. Im Einzelnen werden die folgenden Themen behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ziele und Gegenstandsbereich der Wirtschaftsinformatik, Einordnung in die Wissenschaftslandschaft</li> <li>• Wissenschaftstheoretische Grundlagen und Grundpositionen sowie Theorieverständnis</li> <li>• IT-Artefakte und Identität der Wirtschaftsinformatik</li> <li>• Forschungsfelder der Wirtschaftsinformatik und ihre Theoriebezüge</li> <li>• Ausgewählte Forschungsmodelle zur Nutzenmessung von Informationssystemen</li> <li>• Scientific Community der Wirtschaftsinformatik und Ethik in der Wissenschaft</li> </ul>
Qualifikationsziele des Moduls	Ziel ist es, die Grundlagen der Forschung im Bereich der Wirtschaftsinformatik zu vermitteln. Hierbei werden neben Erkenntniszielen und Gegenstandsbereich auch die Theoriebezüge und Modelle vorgestellt, die in der Wirtschaftsinformatikforschung hauptsächlich zum Einsatz kommen. Die Studierenden sollen in der Lage sein, zu ausgewählten Forschungsthemen der Wirtschaftsinformatik (z.B. Messung des Nutzens von Informationssystemen) adäquate Theoriebezüge herzustellen und geeignete Forschungsmodelle zu wählen. Diese Kenntnisse sollen in Verbindung mit wissenschaftlichen Arbeiten (z. B. Masterarbeit) selbständig angewendet werden können.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht, Diskussionsrunden, Bearbeitung von anwendungsorientierten Übungsaufgaben		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Erfolgreicher Besuch des Moduls „Grundlagen der Wirtschaftsinformatik“ (oder vergleichbare Wissensvoraussetzung) empfohlen.		
Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Vorlesung		2	
Übung		2	
Summe		4	
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit	
Vorlesung	30	45	
Übung	30	45	
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Schriftliche Klausur am Ende des Semesters (50% der Gesamtnote)</li> <li>Bewertung der Übungsleistung (50% der Gesamtnote)</li> </ul>		
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Klausur: 50% Übungsleistung: 50% Für beide Leistungen wird eine Note vergeben.		
Begründung der Prüfungsleistung	<p>Die Benotung der im Rahmen der Übung erarbeiteten und präsentierten Analyseergebnisse dient der Förderung der praktischen Anwendung der in der Vorlesung vorgestellten Theorien und Modelle. Die weitgehend selbständige Umsetzung des Gelernten ist für den Lernerfolg der Studierenden entscheidend. Die Relevanz vieler Theorien für die betriebliche Praxis kann den Studierenden meist erst durch die Anwendung in Verbindung mit realen Beispielen nahe gebracht werden.</p> <p>Die rein passive Aufnahme von theoretischen Konzepten befähigt die Studierenden noch nicht zur selbständigen Anwendung derselben. Durch die Bearbeitung von Fallbeispielen im Rahmen der Übung vertiefen die Studierenden ihr Wissen und lernen die Modelle selbständig und adäquat einzusetzen.</p> <p>Die Benotung der Lösungen und das inhaltliche Feedback zu den Übungsaufgaben ermöglichen den Studierenden, bereits während des Semesters ihren Wissens-</p>		

	<p>stand und den Lernfortschritt gut einzuschätzen. Für die Lehrenden ergibt sich hieraus der Vorteil, dass Wissenslücken und Probleme der Studierenden zeitnah und zielgenau identifiziert und in Vorlesung oder Übung adressiert werden können.</p> <p>Die Bewertung der Übungsleistung spiegelt den Aufwand für die eigenständige Bearbeitung der Fallbeispiele wieder. In Verbindung mit den Methoden der qualitativen Forschung werden auch Softwarewerkzeuge (z.B. zur Inhaltsanalyse von Texten) eingesetzt, deren Einsatz und Benutzung erlernt werden muss.</p> <p>Die Klausur am Semesterende dient der Überprüfung, ob die theoretischen Zusammenhänge und die Anwendung auf vorgegebene Fallsituationen hinreichend verstanden wurden.</p> <p>Die bisherigen Teilnehmer an Lehrveranstaltungen aus dem Bereich Wirtschaftsinformatik hoben die Integration der Vermittlung theoretischen Wissens und der praktischen Anwendung immer positiv hervor. Die Teilnehmer fühlen sich durch die Bewertung der Übungsleistungen in ihrer Motivation zur aktiven Teilnahme an der Lehrveranstaltung bestärkt. Sie geben durchweg an, dass sie durch die konsequente, praktische Anwendung während des Semesters einen nachhaltigeren Lernerfolg erzielen und ein tieferes Verständnis für die behandelten Themen entwickeln. Die hierdurch erworbene Routine und Lösungskompetenz wurde auch als wertvoller Vorteil für die spätere Berufspraxis genannt.</p>
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	<p>---</p>
<p>Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Heinrich / Heinzl / Roithmayr: Wirtschaftsinformatik. Einführung und Grundlegung. 3. Aufl., München 2007</li> <li>• Schnell, R., Hill, P.B., Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, 8. Auflage, Oldenbourg, 2008</li> <li>• Lehner, F., Wildner, S., Scholz, M.: Wirtschaftsinformatik – Eine Einführung, 2. Auflage, Hanser Verlag, 2008</li> </ul> <p>Weitere Literatur wird am Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>

## Gebiet „Accounting, Finance and Taxation“ Grundlagen

Modultitel	(PN 262230) <b>30913 Advanced Corporate Finance</b>
Moduleinordnung	Grundlagen AFT Vertiefung AFT
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Oliver Entrop
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jährlich im Sommersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortgeschrittene Methoden der Unternehmensbewertung (APV-, Entity-, Equity-Ansatz, autonome vs. wertorientierte Finanzierung, Renten- vs. 2-Phasen-Modell, Eigenkapitalkosten und Beta-Leverage, Kapitalstruktur, Steuern, Multiplikatorverfahren)</li> <li>• Determinanten der Aktienkursperformance (Grundlegende Performancemaße, Mehrfaktormodelle, Size- und Value-Faktoren, weiterführende Faktoren wie Liquidität)</li> <li>• Risikoorientierte Steuerungskonzepte bei Unternehmen (RORAC, RAROC, optimale Kapitalallokation bei verschiedenen Zielgrößen)</li> <li>• Optimale Risikopolitik und Hedging (Grundlagen, Fremdwährungsrisiken, Hedging von Währungsrisiken, Risikopolitik bei vollkommenen Märkten, Risikopolitik bei unvollkommenen Märkten, Risikopolitik und optimale Kapitalstruktur, empirische Evidenz: Unternehmenswert und Risikopolitik bei Währungsrisiken)</li> </ul>
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studierende erlangen vertiefte Kenntnisse der Unternehmensbewertung und lernen, die Möglichkeiten und Grenzen verschiedener Methoden zu beurteilen.</li> <li>• Sie verstehen den Einfluss verschiedener Wertdeterminanten auf die Aktienkursperformance von Unternehmen und können Methoden der externen Performancemessung anwenden, wobei sie eine risikoorientierte Sicht verinnerlichen.</li> <li>• Die Studierenden werden in die Lage versetzt, kapitalmarktorientierte Methoden unternehmensintern zu Steuerung und Kapitalallokation einzusetzen und können die Möglichkeiten und Grenzen der Methoden beurteilen.</li> <li>• Sie verstehen darüber hinaus die theoretischen</li> </ul>

	Grundlagen der optimalen Risikopolitik von Unternehmen und sind in der Lage, konkrete Risikoreduktionsentscheidungen mit den entsprechenden Finanzinstrumenten umzusetzen.	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver Frontalunterricht</li> <li>• Bearbeitung von Übungsaufgaben</li> </ul>	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.; Einführungsmodul in Finance; weitere Bachelor-Finance-Module von Vorteil	
Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:		
Veranstaltungen		SWS
Vorlesung		2
Übung		2
Summe		4
		5
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30	45
Übung	30	45
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung		Klausur 60 Minuten
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote		Klausur 100%
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Skript</li> <li>• Weiterführende Literaturhinweise in Veranstaltung</li> </ul>

Modultitel	(PN 200414) <b>31809 Finanzcontrolling I</b>
Moduleinordnung	Grundlagen AFT Vertiefung AFT M
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Niklas Wagner
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jährlich im Sommersemester 1 Semester Fortführung in Finanzcontrolling II
Inhalt des Moduls	<p>Die aus dem Grundmodul Corporate Finance bekannten Konzepte Kapitalstruktur, Barwert und Risiko-Return Profil werden in stochastische Kapitalmarktmodelle eingebettet, um auf dieser Basis die fortgeschrittenen Konzepte des Risikomanagements wie Hedging, Einsatz von Derivaten und Value at Risk in ihrer Funktionsweise zu erschließen. Dabei werden anhand folgender spezieller Inhalte Charakteristika einzelner Instrumente sowie die Dynamik der Ausdifferenzierung der Instrumentenvielfalt dargelegt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anleihenbewertung und Asset-Liability Management mittels Duration und Konvexität</li> <li>• Begriffe der Finanzmarktstochastik: Arbitrage, Hedging-Strategien, stochastische Prozesse, Risikoneutrale Bewertung</li> <li>• Bewertung von Derivaten im Black-Scholes-Merton Modell</li> <li>• Risikomanagement auf der Basis von Value at Risk</li> <li>• Prinzipien der Bonitätsbeurteilung und Kreditrisikomessung, Analyse von Rating-Methodologien</li> </ul>
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die fundierte Risiko-Return Analyse steht im Zentrum vieler praktischer Entscheidungen im typischen beruflichen Betätigungsfeld von Studierenden des Masterstudiengangs Accounting, Finance and Taxation. Das Modul vermittelt hierfür das Rüstzeug, als Grundlage für beständiges Lernen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden sehen die zwingende sachliche Kontinuität zwischen den traditionellen Konzepten der Finanzierung und deren moderner Ausdifferenzierung.</li> <li>• Sie wissen, dass die Ambivalenz von Arbitrage- und Hedgingstrategien in die Struktur des Risiko-Return trade-offs eingelassen ist, und mithin unhintergebar ist.</li> <li>• Sie erkennen, dass das Bewertungsproblem für Derivate sich auch unabhängig von der Entwick-</li> </ul>

	<p>lung innovativer Kapitalmarktprodukte stellt, da viele Aspekte der Finanzierungsentscheidung synthetisch durch Auszahlungsprofile von Derivaten replizierbar sind.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sie können in fundierter Weise erläutern, wie die Komplexität von Instrumenten mit Bewertungsaufwand, Bewertungsunsicherheit und Marktdatenbedarf zusammenhängt.</li> <li>• Sie können auf der Basis der Veranstaltung eine Masterarbeit im Bereich AFT in Angriff nehmen.</li> </ul>											
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<p>Interaktiver Frontalunterricht</p> <p>Bearbeitung von Übungsaufgaben</p> <p>Lösung und Präsentation von Übungsaufgaben</p>											
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Inhalte des Moduls Corporate Finance empfohlen. Solide Grundkenntnisse in Statistik und Wahrscheinlichkeitstheorie empfohlen.</p>											
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:</b>												
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Veranstaltungen</th> <th>SWS</th> <th>LP / ECTS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Vorlesung</td> <td>2</td> <td rowspan="3"></td> </tr> <tr> <td>Übungen</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Summe</td> <td>3</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table>		Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS	Vorlesung	2		Übungen	1	Summe	3	5
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS										
Vorlesung	2											
Übungen	1											
Summe	3		5									
<p>Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Präsenzzeit</th> <th>Eigenarbeitszeit</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Vorlesung</td> <td>30</td> <td>70</td> </tr> <tr> <td>Übung</td> <td>15</td> <td>35</td> </tr> </tbody> </table>			Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit	Vorlesung	30	70	Übung	15	35		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit										
Vorlesung	30	70										
Übung	15	35										
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	<p>Endklausur 60 Minuten</p>											
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	<p>Endklausur: 100%</p>											
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<p>-</p>											
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<p>S.N. Neftci, An introduction to the mathematics of financial derivatives (Academic Press) J.C. Hull, Options, Futures and other derivatives (Prentice Hall) T. Hartmann-Wendels, A. Pfingsten, M. Weber, Bankbetriebslehre (Springer)</p>											

Modultitel	<b>31814 Finanzcontrolling II</b> (PN 262140)
Modultitel / Moduleinordnung	Grundlagen AFT Vertiefung AFT
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Niklas Wagner
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Einmal im Jahr 1 Semester Kann unabhängig von Finanzcontrolling I gehört werden
Inhalt des Moduls	<p>Zielsetzung des Moduls „Finanzcontrolling II“ ist den Studierenden einen Überblick über die moderne Kapitalmarkttheorie zu vermitteln und deren Bedeutung für Entscheidungen im Investitions- und Finanzierungsbereich aufzuzeigen. Der Kurs startet mit einer kurzen Einführung in die Entscheidungstheorie unter Unsicherheit. Dem schließt sich eine umfassende Darstellung der Theorie der Portfolioselektion nach Markowitz an. Von der Theorie der Portfolioselektion wird der Bogen schließlich zur Bewertung von Investitionen gemäß der modernen Kapitalmarkttheorie geschlagen. Daraufhin werden wichtige Erweiterungen der Theorie der Portfolioselektion besprochen sowie deren Implementierung in der Software MATLAB aufgezeigt. Die Inhalte im Einzelnen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entscheidungstheorie unter Unsicherheit</li> <li>• Theorie der Portfolioselektion nach Markowitz</li> <li>• Modellvarianten und Erweiterung der Theorie der Portfolioselektion</li> <li>• Kapitalmarkttheorie: Capital Asset Pricing Model (CAPM)</li> <li>• Multi-Faktorenmodelle und Arbitrage Pricing Theory (APT)</li> <li>• Portfoliooptimierung bei Transaktionskosten</li> <li>• Benchmark Relative Optimization</li> <li>• Robuste Portfoliooptimierung</li> <li>• Bootstrap Methoden und Portfolio Resampling</li> <li>• Portfoliooptimierung bei nicht-normalverteilten Renditen</li> <li>• Implementierung von Portfoliooptimierungsmodellen in MATLAB</li> </ul>

Qualifikationsziele des Moduls	Die Veranstaltung vermittelt den Studierenden ein umfassendes Bild der wichtigsten Erkenntnisse der Theorie der Portfolioselektion sowie der modernen Kapitalmarkttheorie. Neben dem theoretischen Fundament wird den Studierenden zudem anhand von Fallbeispielen mit realen Daten aufgezeigt, wie die wichtigsten Modelle in der Software MATLAB umgesetzt werden können. Sie können auf Basis der erworbenen Kenntnisse in der Veranstaltung eine Masterarbeit im Bereich AFT in Angriff nehmen.		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht  Bearbeitung von Übungsaufgaben  Lösung und Präsentation von Übungsaufgaben		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Solide Grundkenntnisse in Statistik und Wahrscheinlichkeitstheorie werden empfohlen.		
Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Vorlesung		2	
Übungen		1	
Summe		3	
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
	Präsenzzeit		Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30	70	
Übung	15	35	
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Endklausur 60 Minuten		
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Endklausur: 100%		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Implementierung der theoretischen Modelle in MATLAB anhand von Fallbeispielen mit realen Daten		
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Huang, C.-F., Litzenberger, R. H. (1988): Foundations for Financial Economics, Elsevier, Amsterdam.</li> <li>• Greene, W. H. (2007): Econometric Analysis, Pearson, Upper Saddle River.</li> </ul>		

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Markowitz, H. M. (1987): Mean-Variance Analysis in Portfolio Choice and Capital Markets, Blackwell, New York.</li><li>• Prigent, J.-L. (2007): Portfolio Optimization and Performance Analysis, Chapman &amp; Hall/CRC, Boca Raton.</li><li>• Scherer, B. M., Martin, D. R. (2005), Modern Portfolio Optimization, Springer, New York</li></ul>
--	---

Modultitel	(PN 262200) <b>30900 Financial Engineering und Structured Finance</b>
Moduleinordnung	Grundlagen AFT Vertiefung AFT
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Oliver Entrop
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jährlich im Wintersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fixed-Income: Spot Markt und symmetrische Derivate (Zinsstrukturkurvenschätzung, Swaps, Forwards, Futures)</li> <li>• Equities: Optionen (Wertgrenzen, Ein- und Mehr-Perioden-Binomialbäume, Black/Scholes, europäische und amerikanische Derivate)</li> <li>• Fixed-Income: Zins- und Bondoptionen (Caps, Floors, Black-Modell, Zinsstrukturkurvenmodelle wie Vasicek und Cox/Ingersoll/Ross)</li> <li>• Fixed-Income: Zertifikate und Strukturierte Produkte (Marktüberblick, Capped, Floored, Collared Floater, Reverse und Fixed-Maxi-Floater, Callable Step-up Bonds, Kapitalmarktfloater, etc.)</li> <li>• Equities: Zertifikate und Strukturierte Produkte (Marktüberblick, Indexzertifikate, Aktienanleihen, Diskontozertifikate, Quantozertifikate, Turbozertifikate, etc.)</li> <li>• Strukturmodelle (Passivpositionen als Derivate auf Unternehmensassets, Agency-Konflikte zwischen Eigenkapital- und Fremdkapitalgebern, Covenants, Determinanten optimaler Unternehmensausfall, Wirkungsanalyse von Kapitalstrukturmaßnahmen, Rating aus Marktpreisen, Schätzung von Assetwerten und -volatilitäten aus Passivposition und Derivaten)</li> <li>• Reduced Form Modelle</li> <li>• Asset Backed Securities (ABS, CLOs etc), Credit Default Swaps und Structured Debt</li> </ul>
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden lernen die theoretischen Grundlagen der modernen Finanztitel- und insbesondere Derivatebewertung vertiefend kennen. Sie verstehen die allgemein ökonomischen Grundlagen und erkennen deren Möglichkeiten und Grenzen.</li> <li>• Das Modul konzentriert sich dabei auf Aktien- und Zinsderivate sowie auf strukturierte Produkte wie sie typischerweise von Privatpersonen und Unternehmen erworben werden.</li> <li>• Studierende werden in die Lage versetzt, Bewer-</li> </ul>

	<p>tungsprobleme zu erkennen, zu strukturieren und praktisch zu lösen. Sie verstehen die Einsatzmöglichkeiten verschiedenster Finanztitel und deren Risikostruktur.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studierende können ihre Kenntnisse schnell auf neue Finanztitel übertragen und auch neue Finanztitel selbst entwickeln.</li> <li>• Darüber hinaus begreifen die Studierenden ein Unternehmen als komplexes System derivativer Ansprüche und verstehen insbesondere den Wirkungseinfluss konkreter Kapitalstrukturmaßen auf schon bestehende Finanzierungsinstrumente.</li> </ul>													
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver Frontalunterricht</li> <li>• Bearbeitung von Übungsaufgaben</li> </ul>													
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration; Einführungsmodul in Finance wird empfohlen; weitere Bachelor-Finance-Module von Vorteil													
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workloads:</b>														
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Veranstaltungen</th> <th>SWS</th> <th>LP / ECTS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Vorlesung</td> <td>2</td> <td rowspan="3"></td> </tr> <tr> <td>Übung</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>Summe</b></td> <td><b>4</b></td> <td><b>5</b></td> </tr> </tbody> </table>		Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS	Vorlesung	2		Übung	2			<b>Summe</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS												
Vorlesung	2													
Übung	2													
<b>Summe</b>	<b>4</b>	<b>5</b>												
Aufteilung des Workloads (jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein. Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)														
	Präsenzzeit (in Std.)	Eigenarbeitszeit (in Std.)												
Vorlesung	30	45												
Übung	30	45												
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Dauer der Prüfung	Klausur 60 Minuten													
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Klausur 100 %													
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)														
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Skript wird elektronisch in StudIP zur Verfügung gestellt</li> <li>• Excel-Datei, mit deren Hilfe die quantitativen Inhalte interaktiv nachvollzogen werden können</li> <li>• Weiterführende Literaturhinweise in der Veranstaltung</li> </ul>													

Modultitel	(PN 262600)	
	<b>30000 Steuerplanung und Steuerwirkung</b>	
Moduleinordnung	Grundlagen AFT Vertiefung AFT	
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Markus Diller	
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jährlich (jedes Sommersemester) ein Semester	
Inhalt des Moduls	Das Modul befasst sich mit den Auswirkungen von Steuern auf unternehmerische Entscheidungen (Rechtsformwahl, Leasing vs. Fremdkapital, etc.). Insbesondere werden im Rahmen des Moduls investitionsneutrale Steuersysteme erörtert (Cashflow-Steuer, ökonomischer Gewinn). Des Weiteren erhalten die Studierenden einen Überblick über verschiedene Finanzierungsarten sowie die Berechnung von effektiven Steuersätzen.	
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden erlernen mehrperiodige Steuerwirkungen und sind in der Lage, diese Kenntnisse sowohl im Rahmen der Steuerplanung einzusetzen als auch komplexe, investitionstheoretische Steuerwirkungen zu verstehen.	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver Unterricht auf Vortragsbasis</li> <li>• Bearbeitung von Übungsaufgaben und geeigneten Fallbeispielen</li> </ul>	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Steuerliche Grundkenntnisse im Bereich Ertragssteuern (EStG, KStG) sind empfehlenswert.	
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen, sowie für andere Module und Studiengänge	Das Modul kann von Studierenden im Master Studiengang Business Administration als Grundlagen- oder Vertiefungsveranstaltung im Schwerpunkt Accounting, Finance and Taxation eingebracht werden. Für andere Studiengänge wird auf die jeweils geltende Prüfungs- sowie Studienordnung verwiesen.	
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:</b>		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	2	
Übung	2	
Summe	4	5
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen,		

d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30	45
Übung	30	45
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung		Klausur 60 Minuten
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote		100%
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		Gastvorträge aus der Praxis zu ausgewählten Themenkomplexen
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)		Die empfohlene Literatur wird vom jeweiligen Dozenten in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Modultitel	(PN 262660)		
	<b>30020 Merger &amp; Acquisition - Tax Aspects</b>		
Moduleinordnung	Grundlagen AFT Vertiefung AFT		
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Markus Diller		
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jährlich (jedes Sommersemester) ein Semester		
Inhalt des Moduls	Das Modul befasst sich mit den komplexen steuerlichen Aspekten im Bereich von Merger & Acquisition. Die Studierenden erhalten einen systematischen Überblick über die steueroptimale Gestaltung von Unternehmenstransaktionen sowie über die Grundlage des Umwandlungssteuerrechts.		
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden erlernen die wichtigsten steuerlichen Implikationen bei Unternehmenstransaktionen und können Bewertungen unter Steuereinfluss vornehmen. Das theoretisch erworbene Wissen kann auf komplexe Praxisverhalte angewendet werden.		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver Unterricht auf Vortragsbasis</li> <li>• Bearbeitung von Übungsaufgaben und geeigneten Fallbeispielen</li> </ul>		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Steuerliche Grundkenntnisse im Bereich der Ertragssteuern (EStG, KStG) sind empfehlenswert.		
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:</b>			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Vorlesung		2	
Übung		2	
Summe		4	
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
	Präsenzzeit		Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30	45	
Übung	30	45	

Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Klausur 60 Minuten
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	100%
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Gastvorträge aus der Praxis zu ausgewählten Themenkomplexen
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Die empfohlene Literatur wird vom jeweiligen Dozenten in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Modultitel	(PN 262640)	
	<b>30000 International Business Taxation</b>	
Moduleinordnung (Grundlagen oder Vertiefung)	Grundlagen AFT Vertiefung AFT	
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Markus Diller	
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jährlich (jedes Wintersemester) ein Semester	
Inhalt des Moduls	Das Modul befasst sich mit grenzüberschreitenden, steuerlichen Sachverhalten. Die Studierenden erhalten einen systematischen, betriebswirtschaftlichen Überblick über die steuerlichen Probleme von Steuerinländern im Ausland und Steuerausländern im Inland. Neben den nationalen und internationalen steuerrechtlichen Regelungen geht es insbesondere um wichtige Fragen bei der Steuerplanung. Es werden schwerpunktmäßig solche Regelungen betrachtet, die für international tätige Konzerne von großer Bedeutung sind. Im Vordergrund stehen Verrechnungspreise, Steuerbelastungsvergleiche von Standorten aber auch die Rechtsformwahl.	
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden erlernen die theoretischen Grundlagen des internationalen Steuerrechts. Sie erkennen die wichtigsten steuerlichen Implikationen für international tätige Unternehmen und können deren Einfluss auf unternehmerische Entscheidungssituationen beurteilen. Das theoretisch erworbene Wissen kann auf komplexe Sachverhalte angewendet werden.	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver Unterricht auf Vortragsbasis</li> <li>• Bearbeitung von Übungsaufgaben und geeigneten Fallbeispielen</li> </ul>	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang. Steuerliche Grundkenntnisse im Bereich der Ertragsteuern (EStG, KStG) sind empfehlenswert.	
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:</b>		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	2	
Übung	2	
Summe	4	5

Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30	45
Übung	30	45
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Klausur 60 Minuten	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	100%	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Gastvorträge aus der Praxis zu ausgewählten Themenkomplexen	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Die empfohlene Literatur wird vom jeweiligen Dozenten in der Veranstaltung bekannt gegeben.	

Modultitel	(PN 262240)		
	<b>30020 Tax Accounting</b>		
Modultitel / Moduleinordnung	Grundlagen AFT Vertiefung AFT		
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Markus Diller		
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jährlich (jedes Wintersemester) ein Semester		
Inhalt des Moduls	In diesem Modul werden komplexe Fälle aus den Bereichen Ertragssteuern, Steuerbilanzen sowie Interaktionen in Form latenter Besteuerungen in der Handelsbilanz (IFRS/HGB) gelöst. Es werden vertiefende Kenntnisse im Bereich der Einkommen-, Körperschaft-, sowie Gewerbeertragsteuer vermittelt. Darüber hinaus erhalten die Studierenden detaillierte Einblicke in das Steuerbilanzrecht und die Wirkung von Steuern auf die Handelsbilanz (IFRS/HGB).		
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden kennen die steuerlichen Regelungen und Besonderheiten im Ertragssteuerrecht sowie im Bereich der Steuerbilanzen. Sie sind in der Lage, komplexe Sachverhalte zu lösen und zu beurteilen.		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver Frontalunterricht</li> <li>• Falllösungen in Gruppenarbeit</li> </ul>		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang. Steuerliche Grundkenntnisse im Bereich der Ertragsteuern und Steuerbilanzen sind empfehlenswert.		
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:</b>			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Vorlesung		1	
Übung		1	
Summe		2	
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit	
Vorlesung	15	60	

Übung	15	60	
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Klausur 60 Minuten		
Gewichtung der Einzelleistungen in der Gesamtnote	100%		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)			
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Die empfohlene Literatur wird vom jeweiligen Dozenten in der Veranstaltung bekannt gegeben.		

Modultitel	(PN 262680)		<b>21410 Allgemeines Steuerrecht I und II</b>
Moduleinordnung	Grundlagen AFT Vertiefung AFT		
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Rainer Wernsmann		
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jährlich (Allg. Steuerrecht I jedes Wintersemester; Allg. Steuerrecht II jedes Sommersemester) zwei Semester		
Inhalt des Moduls	Die Vorlesung führt in das System des geltenden deutschen und internationalen Steuerrechts ein. Sie behandelt die verfassungsrechtlichen Grundlagen der Besteuerung, den Steuerbegriff, die Steuerarten und die Besteuerungsgrundsätze einschließlich ökonomischer Bezüge.		
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden erwerben die theoretischen Grundlagen des Steuerrechts, speziell das Steuerstraf- und -verfahrensrecht. Sie sind in der Lage, das theoretisch erlernte Wissen auf komplexe Sachverhalte anzuwenden.		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Unterricht auf Vortragsbasis		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang. Steuerliche Grundkenntnisse sind empfehlenswert.		
<b>Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:</b>			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Vorlesung		4	
Summe		4	5
	Präsenzzeit (in Std.)	Eigenarbeitszeit (in Std.)	
Vorlesung	60	90	
Übung			
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Klausur im Sommersemester (Allg. Steuerrecht I und II) 60 Minuten		
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	100%		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Die Veranstaltung wird als Blockseminar angeboten		

Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)

Die empfohlene Literatur wird vom jeweiligen Dozenten in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Modultitel	<b>31359 Wertorientiertes Controlling</b> (PN 262670)
Moduleinordnung	Grundlagen AFT Vertiefung AFT
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Robert Obermaier
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Sommersemester ein Semester
Inhalt des Moduls	<p>Wertorientiertes Controlling verstehen als System zur Entscheidungsunterstützung und Verhaltenssteuerung mit den Aufgaben:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• „Scorecard Keeping“</li> <li>• „Attention Directing“</li> <li>• „Problem Solving“</li> </ul> <p>Wertorientiertes Controlling durchführen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufbau und Betrieb eines wertorientierten Informationsversorgungssystems</li> <li>• Aufbau und Betrieb eines wertorientierten Planungs- und Kontrollsystems</li> </ul>
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des wertorientierten Controlling</li> <li>• Methodenkompetenz im Bereich des wertorientierten Controlling</li> <li>• Theoriegeleitete Problemlösungskompetenz: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Entscheidungsunterstützung durch wertorientierte Controllinginformation und -methoden</li> <li>○ Verständnis der Verhaltenswirkungen von wertorientierter Controllinginformation und -methoden</li> </ul> </li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktive Vorlesung</li> <li>• Bearbeitung von Übungsaufgaben und Fallstudien</li> </ul>
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang. Grundlegende Kenntnisse in Controlling, Rechnungslegung, Finanzierung und Investitionsrechnung werden empfohlen.</p>

Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	2	
Übung	2	
Summe	4	
Aufteilung der Workload (jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein. Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet, d.h. 14 Vorlesungswochen + eine Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit (in Std.)	Eigenarbeitszeit (in Std.)
Vorlesung	30 h	45 h
Übung	30 h	45 h
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	a) Klausur 60 Minuten oder b) Klausur 60 Minuten + fakultative semesterbegleitende Leistung (unter Vorbehalt)	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	a) Klausur 100 % oder b) Klausur 90 % + 10 % durch fakultative semesterbegleitende Leistung (unter Vorbehalt)	
Begründung der Prüfungsleistung	Bei geeigneter Teilnehmerzahl kann der Lehrstuhl eine freiwillige semesterbegleitende Leistung anbieten, durch welche bis zu 6 Bonuspunkte (10% der Endklausur) erworben werden können. Diese werden zur erreichten Punktzahl der Endklausur addiert.	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gastvorträge von Praktikern sind geplant.</li> <li>• Der Lehrstuhl behält sich vor, eine freiwillige semesterbegleitende Leistung anzubieten.</li> </ul>	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Wird vorlesungsbegleitend bekanntgemacht.	

Modultitel	<b>31362 Unternehmensbewertung</b> (PN 262710)
Moduleinordnung	Grundlagen AFT Vertiefung AFT
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Robert Obermaier
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Wintersemester ein Semester
Inhalt des Moduls	Die Vorlesung „Unternehmensbewertung“ behandelt eines der interessantesten, aber auch komplexesten Gebiete der Betriebswirtschaftslehre. Nach einer Systematisierung von Anlässen und Zwecken einer Bewertung ganzer Unternehmen oder Unternehmensteilen erfolgt ein Überblick über die theoretischen Grundlagen und relevanten Komponenten der Unternehmensbewertungskalkülen. Den Schwerpunkt der Vorlesung bilden Discounted Cash Flow (DCF)-Ansätze sowie die entsprechende Ermittlung adäquater Zahlungsüberschüsse und Kapitalkostensätze.
Qualifikationsziele des Moduls	Ziel ist die Vermittlung solider Kenntnisse der Unternehmensbewertung von Theorie und Praxis. Das angeeignete Wissen eignet sich zum Einsatz bei der Erstellung und kritischen Analyse von Wertgutachten aller Art, sei es als Controller, Wirtschaftsprüfer oder Investmentbanker; Empfänger von Bewertungsgutachten werden sensibilisiert für Problemfelder und sollen damit besser in der Lage sein, die Bewertungsergebnisse kritisch zu beurteilen. Desweiteren sind die Themenfelder relevant für das Beteiligungscontrolling, Mergers & Acquisitions sowie die wertorientierte Steuerung von Unternehmen und Unternehmensteilen.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktive Vorlesung</li> <li>• Bearbeitung von Übungsaufgaben und Fallstudien</li> </ul>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang. Grundlegende Kenntnisse in Rechnungslegung und Investitionsrechnung werden empfohlen.

Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	2	
Übung	2	
Summe	4	
Aufteilung der Workload (jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein. Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet, d.h. 14 Vorlesungswochen + eine Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit (in Std.)	Eigenarbeitszeit (in Std.)
Vorlesung	30 h	45 h
Übung	30 h	45 h
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	a) Klausur 60 Minuten oder b) Klausur 60 Minuten + fakultative semesterbegleitende Leistung	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	a) Klausur 100 % oder b) Klausur 95% + 5 % durch fakultative semesterbegleitende Leistung (unter Vorbehalt)	
Begründung der Prüfungsleistung	Bei geeigneter Teilnehmerzahl kann der Lehrstuhl eine freiwillige semesterbegleitende Leistung anbieten, durch welche bis zu 3 Bonuspunkte (5% der Endklausur) erworben werden können. Diese werden zur erreichten Punktzahl der Endklausur addiert.	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gastvorträge von Praktikern sind geplant.</li> <li>• Der Lehrstuhl behält sich vor, eine freiwillige semesterbegleitende Leistung anzubieten.</li> </ul>	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ballwieser, Wolfgang; Hachmeister, Dirk: Unternehmensbewertung – Prozeß, Methoden und Probleme, 4., überarb. Aufl., Stuttgart 2013</li> <li>• Drukarczyk, Jochen / Schüler, Andreas: Unternehmensbewertung, 6. Auflage, München 2009</li> <li>• Obermaier, Robert: Bewertung, Zins und Risiko, Frankfurt am Main 2004</li> <li>• weitere Quellen werden vorlesungsbegleitend bekannt gemacht</li> </ul>	

Modultitel	<b>31822 Risikocontrolling</b> (PN 261190)
Moduleinordnung	M.Sc. BA Grundlagen AFT M.Sc. BA Vertiefung AFT
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Niklas Wagner
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jährlich im Sommersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	<p>Das Modul behandelt das moderne Risikocontrolling von Banken als integralen und zentralen Bestandteil der Gesamtbanksteuerung. Im Mittelpunkt der Betrachtungen steht die Identifizierung, Analyse und Quantifizierung typischer bankspezifischer Risiken auf Basis anerkannter und verbreiteter finanzmathematischer Verfahren. Anschließend werden Elemente der Banksteuerung besprochen, indem die ermittelten Risikozahlen zur Berechnung der risikoadjustierten Performance sowie zur Kapitalallokation/ Limitierung herangezogen werden. Das Modul ist nach Risikoarten strukturiert und beinhaltet:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marktrisikocontrolling</li> <li>• Kreditrisikocontrolling</li> <li>• Controlling operationeller Risiken</li> <li>• Liquiditätsrisikocontrolling</li> <li>• Performancemessung und Kapitalallokation</li> </ul> <p>Zusätzlich werden Herausforderungen und Entwicklungen im Risikocontrolling seit Ausbruch der Finanzkrise diskutiert und Neuerungen im regulatorischen Umfeld (Basel III) besprochen.</p>
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Modul vermittelt einen Überblick über das Risikomanagement und -controlling von Banken.</li> <li>• Zentrale Elemente wie z.B. Zins-, Währungs- und Rohstoffrisiken, Aspekte des Controllings operationeller Risiken sowie Liquiditätsrisiken sind jedoch auch für Industrieunternehmen von entscheidender Bedeutung.</li> <li>• Durch die quantitative und anwendungsorientierte Ausrichtung des Moduls werden Methoden der Bewertung und Risikomessung eingeübt.</li> <li>• Auch sollten die Studierenden nach erfolgreicher Teilnahme des Moduls in der Lage sein, die vorgestellten Verfahren kritisch zu bewerten und Grenzen finanzmathematischer Modelle zu erkennen.</li> <li>• Auf Basis der Veranstaltung können Studierende eine Masterarbeit in Angriff nehmen, die sich an der Aufarbeitung der jüngsten Finanzmarkturbulenzen aus</li> </ul>

	Bankperspektive beteiligt.	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht Bearbeitung von Übungsaufgaben Lösung und Präsentation von Übungsaufgaben	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Inhalte des Moduls Corporate Finance empfohlen. Solide Grundkenntnisse in Statistik und Wahrscheinlichkeitstheorie empfohlen.	
Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:		
Veranstaltungen		SWS
Vorlesung		2
Übungen		1
Summe		3
		LP / ECTS
		5
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30	70
Übung	15	35
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Endklausur 60 Minuten	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Endklausur: 100%	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Deutsch, H.P., 2004, Derivate und interne Modelle, Schäffer-Poeschl. J.P. Morgan, 1995, Risk Metrics, Technical Document. J.P. Morgan, 1997, Credit Metrics, Technical Document. Martin, M., Reitz, S., Wehn, C., 2006, Kreditderivate und Kreditrisikomodelle, Vieweg.	

Modultitel	<b>30920 Private Equity and Leveraged Buyouts</b>	
Moduleinordnung	Grundlagen / Vertiefung AFT	
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Dr. Daniel Ilg	
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Einmalig im Sommersemester 2016 1 Semester	
Inhalt des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definition</li> <li>• Entwicklungen &amp; Trends</li> <li>• Investment-Prozess</li> <li>• Beteiligte Akteure</li> <li>• Eigenschaften eines idealen LBO-Übernahmeobjektes</li> <li>• Wertgenerierung in LBOs</li> <li>• Due Diligence</li> <li>• LBO-Bewertung</li> <li>• Grundsätzliche Exit-Strategien</li> <li>• Analyse und Beurteilung von Übernahmeobjekten</li> </ul>	
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studierende des Kurses sollen verstehen, was Private Equity und Leveraged Buyouts sind und wie die Branche ihre Rendite erwirtschaftet.</li> <li>• Studierende sollen in der Lage sein, passende Übernahmeobjekte zu identifizieren und zu analysieren.</li> <li>• Studierende sollen in der Lage sein, ein Übernahmeobjekt zu bewerten und eine Transaktion zu strukturieren.</li> <li>• Darüber hinaus sollen sie lernen, wie man eine Transaktion erfolgreich verhandelt.</li> </ul>	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorlesung</li> <li>• Fallstudien</li> <li>• Simulationen</li> </ul>	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration; Empfohlen werden Kenntnisse wie im Einführungsmodul in Finance vermittelt; weitere Finance-Module von Vorteil.	
Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung / Fallstudien	2	
Summe	2	5
Aufteilung des Workload (jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein. Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		

	Präsenzzeit (in Std.)	Eigenarbeitszeit (in Std.)
Vorlesung	20	50
Fallstudien	10	70
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Dauer der Klausur		
		Klausur (40 Minuten) und Fallstudien
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote		
		Klausur 30 % Fallstudien 70 %
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rosenbaum / Pearl: Investment Banking</li> <li>• DePamphilis: Mergers, Acquisitions, and other Restructuring Activities</li> </ul>

## Vertiefung

Modultitel	<b>30456 Auditing</b> (PN 262510)
Moduleinordnung	Vertiefung AFT
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Manuela Möller Die Veranstaltung wird in Zusammenarbeit mit der Firma PwC (Audit) durchgeführt
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Sommersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	Das Modul befasst sich mit ausgewählten Problembereichen des wirtschaftlichen Prüfungswesens. Hierbei werden insbesondere gesetzliche, betriebswirtschaftliche und sonstige Sonderprüfungen sowie das Berufsrecht behandelt, da diese Themenbereiche gerade durch aktuelle Reformen im Europäischen Bereich erheblich an Bedeutung gewonnen haben. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf Konzernabschlussprüfungen, welche durch die Anwendung unterschiedlicher Rechnungslegungsvorschriften zunehmend komplexer werden.
Qualifikationsziele des Moduls	Die Veranstaltung soll den Studierenden die elementare Aufgabe der Prüfung, ihre aktuellen Techniken, wichtige Rahmenbedingungen, ihre Grenzen und ihre tiefgreifenden Probleme nahe bringen. Die Studierenden werden mit der Vielfalt von Prüfungen in der Praxis, ihren Aufgaben, Ansatzpunkten und Vorgehensweisen, etwa am Beispiel der Ordnungsmäßigkeits-, Lage-, Geschäftsführungs- und Unterschlagungsprüfung, vertraut gemacht. Der schwache wirtschaftliche Anreiz zu normentsprechenden Prüfungen fordert Bemühungen um Abhilfe geradezu heraus, erleichtert aber auch das Verständnis für obrigkeitliche Rahmen der Prüfung, für Sanktionen "laxer" Prüfer und für die Rolle des Berufsethos. Konzepte der Prüfungsplanung – speziell der grundlegende risikoorientierte Prüfungsansatz – und übergreifende Prüfungstechniken bereiten ebenso wie die konkreten Vorgaben der ISA und der IDW-Prüfungsstandards zur Jahresabschlussprüfung direkt auf die Prüfungspraxis vor.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver, um Dialog bemühter Frontalunterricht;</li> <li>• ein auf den Inhalt der Veranstaltung abgestimmter Foliensatz;</li> <li>• Bearbeitung von Übungsaufgaben und geeigneten Fallbeispielen durch die Studierenden in der begleitenden Übung.</li> </ul>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang; in anderen Fällen individuelle Vereinbarung

	geeigneter ergänzender Studien und Lektüre empfehlenswert	
Zusammensetzung / Aufteilung des Workloads:		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	2	
Übung	2	
Summe	4	5
Aufteilung des Workloads (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30	45
Übung	30	45
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Klausur 60 Min.	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Klausur 100 %	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Gastvorträge aus der Praxis zu ausgewählten aktuellen Themen	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Literaturempfehlungen werden in der Veranstaltung gegeben.	

Modultitel	(PN 262130) <b>30467 Advanced Accounting according to HGB, IFRS and US-GAAP</b>
Moduleinordnung	Vertiefung AFT
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Manuela Möller
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Wintersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	Die Veranstaltung behandelt die Konzernrechnungslegung und konzentriert sich hierbei insbesondere auf die Anwendung der einschlägigen Normen. Im Vordergrund stehen dabei die deutschen Vorschriften des HGB und die International Financial Reporting Standards (IFRS); die US-amerikanischen Normen (US-GAAP) werden punktuell vergleichend angesprochen. Die Veranstaltung soll die Teilnehmer in die Lage versetzen, konzernspezifische Bilanzierungsprobleme einfacher und mittlerer Komplexität auf der Grundlage der einschlägigen Normen (HGB/IFRS/US-GAAP) sachgerecht zu beurteilen und systematisch zu lösen. Die Veranstaltung ist als Vorlesung mit integrierten Übungselementen und einer gesonderten, begleitenden Übung konzipiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Zielsetzung dieses Moduls ist die Vermittlung der wesentlichen Inhalte und Funktionen der Normierung der Konzernabschlusserstellung nach HGB, IFRS und US-GAAP:  Im Anschluss an eine Einführung in die Notwendigkeit und Bedeutung von Konzernabschlüssen, deren normative Grundlagen sowie den zugrunde liegenden theoretischen Konzeptionen setzt sich das Modul mit den Grundsätzen der Konzernrechnungslegung auseinander. Hierauf aufbauend werden den Studierenden die wesentlichen Normen zur Konzernabschlusserstellung sowohl nach HGB und IFRS sowie nach US-GAAP vermittelt. Zentrale Themenbereiche stellen hierbei die Pflicht zur Konzernrechnungslegung, die Abgrenzung des Konsolidierungskreises, die Vorbereitung der Konzernabschlusserstellung, die Methoden der Kapitalkonsolidierung, die Funktionsweise der Schulden-, Zwischenerfolgs-, Aufwands- und Ertragskonsolidierung sowie die Behandlung latenter Steuern dar. Aufgrund der zunehmenden Globalisierung der Unternehmensberichterstattung liegt ein wesentlicher Schwerpunkt des Moduls auf den Besonderheiten der internationalen Konzernabschlusserstellung sowie den daraus resultierenden aktuellen Herausforderungen an die Konzernrechnungslegung.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver, um Dialog bemühter Frontalunterricht;</li> <li>• abgestimmtes Lehrbuch und aktualisiertes Folienset;</li> <li>• Bearbeitung von geeigneten Fallbeispielen durch die Studenten in der begleitenden Übung.</li> </ul>

Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang; in anderen Fällen individuelle Vereinbarung geeigneter ergänzender Studien und Lektüre empfehlenswert	
Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	2	
Übung	2	
Summe	4	
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30	45
Übung	30	45
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Klausur 60 Min.	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Klausur 100 %	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Ergänzende aktuelle Aufgaben online	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Literaturempfehlungen werden in der Veranstaltung gegeben.	

Modultitel	(PN 262120)	
	<b>30450 Intermediate Accounting according to IFRS</b>	
Moduleinordnung	Vertiefung AFT	
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Manuela Möller	
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Sommersemester 1 Semester	
Inhalt des Moduls	<p>Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung geht es zunächst um die Erarbeitung eines bilanztheoretischen Fundaments. Darüber hinaus werden alternative Bilanzkonzeptionen thematisiert und die Verbindung zwischen Rechnungslegungsinformationen und Kapitalmarktreaktionen hergestellt. Im Mittelpunkt der Veranstaltung stehen anschließend die International Financial Reporting Standards (IFRS). Neben der Behandlung von grundsätzlichen Fragestellungen zur internationalen Rechnungslegung sollen einzelne Bilanzierungssachverhalte gezielt beleuchtet und problematisiert werden.</p>	
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Nach Bearbeitung dieses Moduls sollten die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Bedeutung der IAS/IFRS und ihre Einordnung in die Rechtsordnung sowie</li> <li>• den für das Verständnis der internationalen Rechnungslegung zentralen Inhalt des Rahmenkonzepts (Framework) und des IAS 1 kennen.</li> </ul> <p>Außerdem sollten sich die Teilnehmer der Veranstaltung mit einigen ausgesuchten IAS bzw. IFRS zu einzelnen Problembereichen vertraut gemacht haben. Im Einzelnen handelt es sich hierbei um Standards, die spezielle Bilanzierungs-, Bewertungs- und Ausweisfragen, die bei der Erstellung eines Jahresabschlusses auftreten können, behandeln.</p>	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver, um Dialog bemühter Frontalunterricht;</li> <li>• ein Foliensatz mit systematischer Darstellung der aktuellen Prinzipien und Regeln der IFRS;</li> <li>• Bearbeitung von geeigneten Fallbeispielen durch die Studierenden in der begleitenden Übung.</li> </ul>	
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang; in anderen Fällen individuelle Vereinbarung geeigneter ergänzender Studien und Lektüre empfehlenswert.</p>	
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workloads:</b>		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	2	
Übung	2	

Summe		4	5
Aufteilung des Workloads (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
		Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30		45
Übung	30		45
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung		Klausur 60 Minuten	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote		Klausur 100 %	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		Ergänzende aktuelle Aufgaben online	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)		Literaturempfehlungen werden in der Veranstaltung gegeben.	

Modultitel	(PN 262700)	
	<b>30465 Accounting for Financial under IFRS</b>	
Moduleinordnung	Vertiefung AFT	
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Manuela Möller  Die Veranstaltung wird in Zusammenarbeit mit der Firma PwC (Team der Abteilung „Corporate Treasury Solutions“) durchgeführt.	
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Wintersemester 1 Semester	
Inhalt des Moduls	Die Veranstaltung behandelt die Rechnungslegung von Finanzinstrumenten und konzentriert sich hierbei insbesondere auf die Anwendung der einschlägigen Normen nach den International Financial Reporting Standards (IFRS). Die Veranstaltung ist als Vorlesung mit integrierten Übungselementen konzipiert.	
Qualifikationsziele des Moduls	Die Bilanzierung von Finanzinstrumenten stellt ein anspruchsvolles und sehr kontroverses Spezialgebiet innerhalb der Bilanzierung dar. Besondere Probleme für die Bilanzierung von Finanzinstrumenten werden insbesondere durch die starken Wertschwankungen verursacht, denen Finanzinstrumente aufgrund von Zinsänderungen, Wechselkursveränderungen, Bonitätsänderungen etc. unterliegen. Weitere praktische und konzeptionelle Probleme bereiten die Bilanzierung derivativer Finanzinstrumente (Termingeschäfte, Optionen etc.) sowie die bilanzielle Abbildung von Kurssicherungszusammenhängen. In der Veranstaltung setzen sich die Studierenden mit den konzeptionellen Problemen der Bilanzierung von Finanzinstrumenten nach IFRS auseinander. Die theoretischen Erkenntnisse werden anhand von praxisnahen Fallbeispielen vertieft.	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver, um Dialog bemühter Frontalunterricht;</li> <li>• ein auf den Inhalt der Veranstaltung abgestimmter Foliensatz;</li> <li>• Bearbeitung von Übungsaufgaben und geeigneten Fallbeispielen durch die Studierenden in begleitenden Übungsfällen.</li> </ul>	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang; in anderen Fällen individuelle Vereinbarung geeigneter ergänzender Studien und Lektüre empfehlenswert	
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:</b>		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	1	
In Vorlesung integrierte Übungen	1	

Summe	2	5
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung/Übung	30	120
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Klausur 60 Min.	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Klausur 100 %	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Dozierende aus der Praxis  Firma PwC (Team der Abteilung „Corporate Treasury Solutions“)	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Literaturempfehlungen werden in der Veranstaltung gegeben.	

Modultitel	(PN 262610)	
	<b>30910 Workshop Finance und Banking</b>	
Moduleinordnung	Vertiefung AFT	
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Oliver Entrop	
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jährlich im Sommersemester 1 Semester	
Inhalt des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• In diesem Modul erarbeiten sich Studierende die Inhalte aus ausgewählten Papern, die in international führenden Zeitschriften im Bereich Finance erschienen sind.</li> <li>• Die Paper sind in der Regel empirisch ausgerichtet.</li> <li>• Die inhaltlichen Schwerpunkte des Workshops variieren. Beispielhafte Themenschwerpunkte sind „Unternehmenswert und Derivate“, „Kapitalmärkte und Banken“, „Finanzinnovationen“ oder „Behavioral Corporate Finance“.</li> </ul>	
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden gewinnen tiefere Einblicke in aktuelle Forschungsfragestellungen in Finance und lernen adäquate Lösungsmethoden kennen.</li> <li>• Dadurch werden sie insbesondere auch mit internationalen wissenschaftlichen Standards vertraut, wie sie sie typischerweise in einer Masterarbeit benötigen.</li> </ul>	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Präsentation wissenschaftlicher Veröffentlichungen durch Studierende in Teams</li> <li>• Diskussion</li> </ul>	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration; das Modul sollte gegen Ende des Masterstudiums belegt werden, fortgeschrittene Finance- und solide Statistik-Kenntnisse sollten vorhanden sein.	
<b>Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:</b>		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Workshop	2	
Summe	2	5
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit

Workshop	30	120	
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Vortrag ca. 45 Minuten pro Person und Diskussion		
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Der Vortrag und die verbundene Diskussion werden als eine Prüfungsleistung gewertet. Für beide Leistungen wird eine Note vergeben.		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)			
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Literaturhinweise zu Beginn der Veranstaltung		

Modultitel	(PN 262730)		<b>30464 Master-Seminar in Accounting and Auditing: „Accounting &amp; Auditing Research“</b>
Moduleinordnung	Vertiefung AFT		
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Manuela Möller		
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Wintersemester 1 Semester		
Inhalt des Moduls	Im Rahmen des Moduls befassen sich die Studierenden mit aktuellen Forschungsfragen im Bereich Accounting and Auditing. Sie verfassen eigenständig eine Seminararbeit nach wissenschaftlichen Standards.		
Qualifikationsziele des Moduls	In diesem Modul lernen die Studierenden das selbständige Erarbeiten von wissenschaftlichen Texten, das Präsentieren von Zusammenhängen im Bereich „Accounting and Auditing“ und die Diskussion über aktuelle Forschungsthemen in diesem Bereich. Sie verfügen über das nötige Wissen, um sich differenziert mit Publikationen aus dem internationalen Bereich in diesem Forschungsgebiet auseinander zu setzen und diese hinsichtlich ihrer Forschungsfrage und Methodik zu beurteilen. Die Studierenden sind in der Lage, selbständig eine wissenschaftliche Arbeit zu verfassen und werden auf ihre Masterarbeit vorbereitet.		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Fähigkeit entwickeln, systematische Literaturrecherchen durchzuführen und auf dieser Basis ein Problem zu verstehen sowie in wissenschaftlicher Form darzustellen;</li> <li>• Vermittlung von Präsentationserfahrung und -routine durch einen eigenen Vortrag;</li> <li>• durch praktische Übung im Seminar Weiterentwicklung der Fähigkeit zur wissenschaftlichen Diskussion von Problemen.</li> </ul>		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Ausreichende Vorkenntnisse auf dem speziellen Gebiet, das im Seminar aufgegriffen wird – etwa in Form des Leistungsnachweises in der Veranstaltung aus dem Schwerpunkt, an dem das Seminar anknüpft empfohlen. Statistische Grundkenntnisse sowie Kenntnisse im Umgang mit statistischen Auswertungsprogrammen werden empfohlen.		
<b>Zusammensetzung / Aufteilung der Workloads:</b>			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Seminar		2	

Summe	2	7
Aufteilung des Workloads (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Workshop	30	180
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Schriftliche Ausarbeitung und Präsentation einer Seminararbeit	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Die Seminararbeit und die auf das Themengebiet der Seminararbeit bezogene Präsentation werden zusammen als eine Prüfungsleistung gewertet.	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Die empfohlene Literatur ist in Abhängigkeit der jeweiligen Forschungsarbeit und wird den Studierenden individuell mitgeteilt bzw. muss eigenständig erarbeitet werden.	

Modultitel	(PN 262690)																
Modultitel / Moduleinordnung	<b>30911 Seminar Finance und Banking</b>																
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Vertiefung AFT																
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Prof. Dr. Oliver Entrop																
Inhalt des Moduls	Jährlich im Wintersemester 1 Semester																
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>In diesem Modul führen 2er-Teams von Studierenden eine abgegrenzte eigene wissenschaftliche Untersuchung durch, die sich in der Regel an einer aktuellen Forschungsarbeit aus einer international führenden Zeitschrift orientiert. Die eigene Untersuchung ist je nach Thema entweder empirisch oder modellorientiert ausgerichtet.</li> </ul>																
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>Studierende gewinnen tiefere Einblicke in aktuelle praktische und theoretische Fragestellungen der Finanzierung, Bankbetriebslehre und Kapitalmarkttheorie.</li> <li>Darüber hinaus werden inhaltliche und weitere methodische Grundlagen vermittelt, die für die Anfertigung einer Masterarbeit in diesem Bereich unverzichtbar sind.</li> </ul>																
Voraussetzungen für die Teilnahme	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wissenschaftliche Untersuchung einer Forschungsarbeit in einem 2er-Team, je nach Thema empirisch oder modellorientiert ausgerichtet</li> <li>Vortrag</li> <li>Seminararbeit</li> </ul>																
Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:	<p>Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Das Modul sollte unmittelbar vor der Masterarbeit absolviert werden. Im Idealfall wurden die anderen Mastervorlesungen des Lehrstuhls bereits absolviert oder werden parallel besucht</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;">Veranstaltungen</th> <th style="width: 20%;">SWS</th> <th style="width: 20%;">LP / ECTS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Seminar</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td></td> </tr> <tr> <td> </td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>Summe</b></td> <td style="text-align: center;"><b>2</b></td> <td style="text-align: center;"><b>7</b></td> </tr> </tbody> </table> <p>Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%;"></td> <td style="width: 35%; text-align: center;">Präsenzzeit</td> <td style="width: 35%; text-align: center;">Eigenarbeitszeit</td> </tr> </table>		Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS	Seminar	2					<b>Summe</b>	<b>2</b>	<b>7</b>		Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS															
Seminar	2																
<b>Summe</b>	<b>2</b>	<b>7</b>															
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit															

Seminar	30	180	
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Portfolio aus Seminararbeit ca. 25.000 Zeichen Haupttext pro Person, Vortrag ca. 45 Minuten pro Person</li> </ul>		
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Seminararbeit, Vortrag(100%) Für beide Leistungen wird eine Note vergeben.		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)			
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	in Veranstaltung		

Modultitel	(PN 262570) <b>31816 Seminar Finance and Financial Control</b>
Moduleinordnung	Vertiefung AFT
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Niklas Wagner
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jeweils im Wintersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	<p>In dem Seminar <b>Finance and Financial Control</b> sollen verschiedene, ausgewählte Themenfelder des Finanzcontrollings näher beleuchtet werden. Hierbei handelt es sich beispielsweise um Themen aus folgenden Bereichen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wertpapierallokation und Asset Management</li> <li>• Performancemessung</li> <li>• Beteiligungscontrolling</li> <li>• Fondsmanagement (z.B. Hedge Fonds, Fondsratings)</li> <li>• Risikomanagement (Markt- und Kreditrisiko)</li> <li>• Bonität und Kreditcontrolling</li> <li>• Zinsstrukturmodelle</li> <li>• Aspekte ökonomischer Modelle im Finanzcontrolling</li> </ul>
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primäres Qualifikationsziel des Moduls besteht darin, die Teilnehmer mit der Methodik des wissenschaftlichen Arbeitens vertraut zu machen.</li> <li>• Die Studierenden bearbeiten die oben angesprochenen Fragestellungen nicht nur theoretisch, sondern führen empirische Analysen mit einschlägiger Fincon-Software durch.</li> <li>• Anfertigung einer wissenschaftlichen Arbeit</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selbstständige Bearbeitung wissenschaftlicher Fragestellungen anhand quantitativer Forschungsmethoden</li> <li>• Präsentation der einzelnen Ergebnisse durch Studierende</li> </ul>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang.

Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Seminar	2	
Summe	2	7
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Seminar	30	180
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Schriftliche Hausarbeit (12 – 15 Seiten) und mündliche Präsentation (ca. 20 Minuten) der Teilnehmer.	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Hausarbeit: 2/3 Präsentation: 1/3	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Vom Lehrstuhl bereitgestellte Seminarthemenliste sowie Anleitung zur Verfassung wissenschaftlicher Arbeiten.	

Modultitel	(PN 200305)	
	<b>31821 Kolloquium für Masterarbeiten</b>	
Modultitel / Moduleinordnung	Grundlagen AFT Vertiefung AFT	
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Niklas Wagner	
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jeweils im Winter- und Sommersemester 1 Semester	
Inhalt des Moduls	<p>In dem Kolloquium werden verschiedene, ausgewählte Themenfelder des Finanzcontrollings näher beleuchtet werden. Hierbei handelt es sich beispielsweise um Themen aus folgenden Bereichen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Finanzierung und Kapitalmärkte</li> <li>• Empirische Kapitalmarktforschung</li> <li>• Asset Management</li> <li>• Quantitatives Bank- und Risikomanagement</li> <li>• Derivate und Financial Engineering</li> </ul>	
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primäres Qualifikationsziel des Moduls besteht darin, die Teilnehmer mit der Methodik des wissenschaftlichen Arbeitens vertraut zu machen.</li> <li>• Anfertigung einer wissenschaftlichen Arbeit</li> </ul>	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selbstständige Bearbeitung wissenschaftlicher Fragestellungen anhand quantitativer Forschungsmethoden</li> <li>• Präsentation der einzelnen Ergebnisse durch Studierende</li> </ul>	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration bzw. Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang und Masterarbeit am Lehrstuhl für Finanzcontrolling.	
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:</b>		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Seminar	2	
Summe	2	3
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		

	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Seminar	30	60
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Mündliche Präsentation (ca. 30 Minuten)	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	100% mündliche Präsentation	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Theisen, M. R. (2011): Wissenschaftliches Arbeiten, 15. Auflage, Vahlen	

Modultitel	(PN 262650)		
	<b>30050 Steuerseminar Master</b>		
Moduleinordnung	Vertiefung AFT		
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Markus Diller		
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jährlich (jedes Wintersemester) ein Semester		
Inhalt des Moduls	Im Rahmen des Moduls befassen sich die Studierenden mit aktuellen Forschungsfragen der betriebswirtschaftlichen Steuerlehre. Sie verfassen eigenständig eine Seminararbeit nach wissenschaftlichen Standards.		
Qualifikationsziele des Moduls	In diesem Modul lernen die Studierenden das selbstständige Erarbeiten von wissenschaftlichen Texten, das Präsentieren von steuerlichen Zusammenhängen und die Diskussion über aktuelle steuerliche Forschungsthemen. Sie verfügen über das nötige Wissen, um sich differenziert mit Publikationen aus dem Bereich der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre auseinander zu setzen und diese hinsichtlich ihrer Forschungsfrage und Methodik zu beurteilen. Die Studierenden sind in der Lage, selbstständig eine wissenschaftliche Arbeit zu verfassen und werden auf ihre Masterarbeit vorbereitet.		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selbstständige Erarbeitung von Fachliteratur</li> <li>• Interaktive Präsentation und Diskussion</li> </ul>		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang. Steuerliche Grundkenntnisse werden empfohlen.		
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:</b>			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Vorlesung		2	
Summe		2	7
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
		Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Seminar	30	180	

Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Seminararbeit (15 Seiten) Präsentation (20 Minuten)		
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Seminararbeit: 60% Präsentation: 40%		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Bei Überschreitung einer bestimmten Anmeldezahl, können die Seminarthemen ggf. als Gruppenarbeit vergeben werden!		
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Die empfohlene Literatur ist abhängig von der jeweiligen Forschungsarbeit und wird den Studierenden individuell mitgeteilt bzw. muss eigenständig erarbeitet werden.		

Modultitel	(PN 262750)		
	<b>31354 Masterseminar zu Accounting und Controlling</b>		
Moduleinordnung	Vertiefung AFT		
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Robert Obermaier		
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	jedes Semester (nach Ankündigung) ein Semester		
Inhalt des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kritische Analyse ausgewählter Themen aus dem Bereich der Controllingforschung</li> <li>• Erstellung einer Seminararbeit</li> <li>• Präsentation der Seminararbeit</li> <li>• Aktive Diskussion der vorgestellten Arbeiten</li> </ul>		
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eigenständige Bearbeitung einer Forschungsfrage</li> <li>• Selbständige Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit</li> <li>• Vorbereitung auf eine Masterarbeit</li> <li>• Präsentationsfähigkeit</li> <li>• Kommunikations- und Diskussionsfähigkeit vor einem Kreis kritischer Zuhörer</li> </ul>		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gemeinsame Erarbeitung der Lehrinhalte</li> <li>• Selbständige Erarbeitung der Fachinhalte</li> <li>• Präsentation und Diskussion durch die Studierenden</li> </ul>		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Bachelorabschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.		
<b>Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:</b>			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Seminar		2	
Summe		2	7
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
	Präsenzzeit		Eigenarbeitszeit
Seminar	30	180	

Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Portfolio aus Seminararbeit (4.000 Wörter)</li> <li>• Vorbereitende Präsentation (ca. 10 Minuten)</li> <li>• Vortrag (ca. 20 Minuten)</li> <li>• Koreferat (ca. 10 Minuten)</li> </ul>		
Gewichtung der Einzelleistungen in der Gesamtnote	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seminararbeit 70%</li> <li>• Vorbereitende Präsentation 5%</li> <li>• Vortrag 20%</li> <li>• Koreferat 10%</li> </ul> <p>Für alle drei Leistungen wird eine Note vergeben.</p>		
Begründung der Prüfungsleistung	<p>Die Prüfungsleistung setzt sich aus einer schriftlichen und mündlichen Leistung zusammen. Neben der Seminararbeit ist insbesondere die Präsentation der eigenen Arbeit sowie die Bewertung und Diskussion der wissenschaftlichen Arbeit andere Seminaristen/Seminaristinnen eine wichtige Kompetenz des Wissenschaftsbetriebs und ergänzt das Wissen der Teilnehmer/-innen über die eigene Themenstellung hinaus.</p>		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<p>Durchführung in Form eines Blockseminars, um „echte“ Seminaratmosphäre entstehen zu lassen.</p>		
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<p>Literatur wird zum Seminarbeginn passend zum Seminarthema bekanntgegeben.</p>		

Modultitel	(PN 262760) <b>31352 Transfer Pricing – Managerial Control and Tax Aspects</b>
Moduleinordnung	Grundlagen AFT Vertiefung AFT
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Markus Diller Prof. Dr. Robert Obermaier Lehrbeauftragte aus der Praxis
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Sommersemester ein Semester
Inhalt des Moduls	Die Vorlesung „Transfer Pricing“ hat die Ermittlung und Analyse von Verrechnungspreisen zum Gegenstand. Hierunter versteht man Wertansätze, zu denen Leistungen zwischen den Teilbereichen eines Unternehmens ausgetauscht werden. Verrechnungspreise werden insbesondere vor dem Hintergrund folgender Problemstellungen gebildet: a) Die Erfolgsermittlung in dezentralen Unternehmen erfordert eine Allokation der bei der Leistungserstellung entstehenden Kosten. b) Im Rahmen der Ausrichtung dezentraler Entscheidungen bzw. Aktivitäten auf übergeordnete Ziele der Unternehmensleitung werden Verrechnungspreise zur Etablierung eines Marktmechanismus im Unternehmen genutzt. c) Verrechnungspreise grenzüberschreitender Transaktionen beeinflussen die steuerliche Belastung eines multinationalen Unternehmens, wodurch die optimalen Verrechnungspreise aus a) und b) regelmäßig verändert werden. Des Weiteren existieren gerade aufgrund der Möglichkeit von Steuerplanung durch Verrechnungspreise äußerst detaillierte steuerliche Vorschriften zu deren Bestimmung, die ebenfalls Gegenstand der Veranstaltung sind.
Qualifikationsziele des Moduls	Ziel der Veranstaltung ist die Vermittlung solider Kenntnisse des Transfer Pricing in Theorie und Praxis. Das angeeignete Wissen eignet sich zum Einsatz bei der Ermittlung und kritischen Analyse von Verrechnungspreisen für Zwecke der Kostenallokation, Anreizgewährung und Besteuerung.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktive Vorlesung</li> <li>• Bearbeitung von Übungsaufgaben und Fallstudien</li> </ul>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang. Grundlegende Kenntnisse in Rechnungslegung, Investitionsrechnung und Unternehmensbesteuerung werden empfohlen.

Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	2	
Summe	2	3
Aufteilung der Workload (jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein. Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet, d.h. 14 Vorlesungswochen + eine Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit (in Std.)	Eigenarbeitszeit (in Std.)
Vorlesung	30 h	60 h
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung		Klausur 60 Minuten
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote		Klausur: 100 %
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		Die Veranstaltung wird zu je einem Drittel von Praktikern einer großen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft mit besonderer Expertise im Bereich Verrechnungspreise, vom Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt-Taxation und vom Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Accounting und Controlling bestritten. Dadurch soll den Studierenden in besonderer Weise die praktische Relevanz und theoretische Herausforderung des Themenfeldes nahegebracht werden.
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)		Wird im Verlauf der Vorlesung bekanntgegeben.

Modultitel	(PN 262780) <b>31354 Workshop Deloitte: Unternehmenskauf und Bewertung - ein Praxisbeispiel</b>
Moduleinordnung (Grundlage oder Vertiefung)	Vertiefung AFT
Name des Hochschullehrers/ der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Robert Obermaier Dipl.-Kfm. WP/StB Andreas Suerbaum, Partner Deloitte München Diplom-Kaufmann Uwe Haubold, Director Deloitte München Master of Science Florian Kaiser, Wissenschaftlicher Mitarbeiter
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	nach Ankündigung ein Semester
Inhalt des Moduls	<p>1. Fallstudie zur Planungerstellung und -plausibilisierung am 15. April 2016</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurze Einführung in die Praxis der Unternehmensbewertung</li> <li>• Die Referenten („Management“) stellen ihr Unternehmen („Target“) vor („Management Präsentation“).</li> <li>• Die Studierenden analysieren anhand der Management Präsentation die Ertragskraft und Werttreiber und modellieren - z.T. unter Anleitung, z.T. in der Gruppe, in kleinen Teams und einzeln - eine Planungsrechnung für das Target.</li> <li>• Ziel des 1. Workshops ist die Ableitung einer integrierten und verabschiedeten Planungsrechnung (Gewinn- und Verlust-Rechnung, Bilanz- und Cash-Flow-Planung), die die Grundlage für die Ermittlung der Kaufangebote sein soll („Base Case“).</li> </ul> <p>2. Abgabe verbindlicher Kaufpreisangebote (15. April bis 6. Mai 2016)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden werden in Teams konkurrierender potenzieller Käufer eingeteilt.</li> <li>• Jedes Team erhält am Ende der Fallstudie eine spezielle Aufgabenstellung / Rolle im Bieterprozess (Verkäufer, strategischer Investor oder Private Equity-Investor).</li> <li>• Jedes Team erstellt eine Bewertung des Base Case und leitet darauf aufbauend ihre verbindlichen Kaufpreisangebote ab.</li> <li>• Während der Angebotsphase kann jedes Team schriftlich bis zu 3 Fragen an das Management richten (Q&amp;A).</li> <li>• Bis zum 6. Mai 2016, 12:00 Uhr sind die verbindlichen Kaufpreisangebote abzugeben. Diese sollen (mindestens) die angewandten Verfahren, die wesentlichen Prämissen, den Entity- und den Equity-Value sowie ggf. Bedingungen enthalten. Zusätzlich sind wesentliche Bewertungsparameter auf einem Lösungsblatt zusammenzufassen (Muster wird gestellt)</li> </ul> <p>3. Unternehmensbewertung – Binding Offer (9. Mai 2016)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zunächst präsentieren die drei Teams ihre Bewertung des Base Case.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Danach stellen die Teams ihre Angebote ausführlich vor (einschließlich Überleitung vom Base Case zum Angebot). Die jeweils anderen Teams haben die Aufgabe, diese Angebote als fiktive Verkäufer(berater) kritisch zu hinterfragen.</li> </ul>															
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Anhand eines Fallbeispiels werden ausgewählte Themengebiete der Unternehmensbewertung vertieft. Die Studierenden sollen ökonomische Grundlagen und Zusammenhänge erläutern und Bewertungsthemen fachlich diskutieren. Schwerpunkt ist die praktische Anwendung der Bewertungstheorie. Dazu wird eine Praxissituation simuliert. Es wird sowohl eine integrierte Planungsrechnung erstellt, als auch ein Kaufangebot (binding offer) vorbereitet und „verteidigt“. Die Studierende sollen – z.T. in Teamarbeit – eine Bewertung durchführen, ihre Ergebnisse knapp und verständlich präsentieren, eigene Positionen / Ergebnisse erläutern und verhandeln, (Rück-)Fragen beantworten und kritische Einwände behandeln.</p>															
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktive Vorlesung</li> <li>• Fallstudien und Präsentationen</li> </ul>															
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.  Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang.  Grundkenntnisse aus Veranstaltungen zur Unternehmensbewertung und –analyse werden dringend empfohlen  Grundlegende Kenntnisse in Rechnungslegung, Investitionsrechnung und Unternehmensbesteuerung werden empfohlen.</p>															
Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:																
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Veranstaltungen</th> <th>SWS</th> <th>LP / ECTS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Workshop als Blockveranstaltung</td> <td>4</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Summe</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table>		Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS				Workshop als Blockveranstaltung	4					Summe	4	5
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS														
Workshop als Blockveranstaltung	4															
Summe	4	5														
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)																
<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Präsenzzeit</th> <th>Eigenarbeitszeit</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Workshop</td> <td>60</td> <td>90</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit	Workshop	60	90									
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit														
Workshop	60	90														
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schriftlich ausgearbeitetes Referat: Schriftliche Ausarbeitung der Fallstudie in Gruppen (Bearbeitungszeit: 3Wochen)</li> <li>• Referate (15 Minuten für die Bewertung des Base Case + circa 30 Minuten für das Angebot) pro Gruppe, anschließend Diskussion circa 15 Minuten)</li> </ul>															

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktive Teilnahme an beiden Terminen des Workshops (insbes. Mitarbeit bei Fallstudie, Diskussion der Präsentationen,)</li> </ul>
Gewichtung der Einzelleistungen in der Gesamtnote	
Ergänzende Hinweise	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Für den 1. Präsenztermin ist ein PC mit einem Kalkulationsprogramm (z.B. Excel) erforderlich.</li> <li>• Die Dozenten stehen im Rahmen der Vorbereitung zur Verfügung für Rückfragen (telefonisch oder per Email).</li> <li>• Die Fallstudie ist in Gruppen zu bearbeiten. Die Aufgabenverteilung innerhalb der Teams ist selbst zu vereinbaren. Es wird ein Lösungsblatt ausgeteilt, das von jeder Gruppe zusammen mit der Präsentation abzugeben ist.</li> <li>• Die Bewertung des Base Case und das Kaufangebot sind in zwei Präsentationen von insgesamt circa 45 Minuten von der gesamten Teilnehmergruppe vorzustellen, wobei die einzelnen Teilnehmer etwa gleiche Vortragsdauern übernehmen sollen.</li> <li>• Die Präsentation der Fallstudie, das Kaufpreisangebot und die Angebotspräsentation sind bis zum Abgabetermin als Powerpoint- und als PDF-Datei per Email an die Dozenten und an den Modulbeauftragten des Lehrstuhls zu senden.</li> <li>• Die jeweils präsentierenden Teilnehmergruppen sollen Ausdrücke ihrer Präsentation den Dozenten, den Teilnehmern der anderen Gruppen zur Verfügung stellen.</li> <li>• Literaturquellen sind zu recherchieren und heranzuziehen. Es gelten die wissenschaftlichen Standards für Quellenangaben.</li> <li>• Den Unterlagen ist eine eidesstattliche Erklärung zu ihrer Einhaltung (vgl. Prüfungsordnung) beizufügen.</li> </ul>
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	wird zu Beginn der Veranstaltung bekanntgegeben

Modultitel	(PN 262691) <b>31824 Seminar Theory in Finance and Financial Control</b>
Moduleinordnung (Grundlage oder Vertiefung)	Vertiefung AFT
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Niklas Wagner
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Sommersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	<p>Den Schwerpunkt des Seminars <b>Theory in Finance and Financial Control</b> bilden Methoden der Parameterschätzung von stochastischen Prozessen im Rahmen von Asset Pricing und Risikomanagement.</p> <p>Ziel ist es, ein besseres Verständnis der Dynamik von Finanzaktiva bzw. Risikofaktoren (insbesondere Liquiditätsrisiko) und deren Abhängigkeitsstruktur untereinander während der vergangenen Finanzkrisen zu gewinnen.</p> <p>Hierzu werden geeignete Modelle (Reduced Form- und Structural Models) an Finanzmarktdaten/ Zeitreihen von Staats- und Unternehmensanleihen des Euroraums sowie deren Derivate kalibriert.</p> <p>Zur Modellierung von Abhängigkeiten bieten sich Copulafunktionen an.</p> <p>Neben Wiener-Prozessen sind außerdem Sprungprozesse, Ornstein-Uhlenbeck-Prozesse, Wurzelfusionsprozesse (CIR) u.a. relevant, deren Parameter mit:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Numerischen Verfahren</li> <li>• Maximum-Likelihood-Methoden</li> <li>• Kleinste-Quadrate-Methode</li> <li>• Generalized Methods of Moments</li> <li>• Simulationsmethoden</li> </ul> <p>geschätzt werden.</p>
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primäres Qualifikationsziel des Moduls besteht darin, die Teilnehmer mit der Methodik des wissenschaftlichen Arbeitens vertraut zu machen.</li> <li>• Die Studierenden bearbeiten die oben angesprochenen Fragestellungen hauptsächlich theoretisch, führen aber zusätzlich empirische Analysen mit einschlägiger Fincon-Software durch.</li> <li>• Anfertigung einer wissenschaftlichen Arbeit</li> </ul>

Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selbstständige Bearbeitung wissenschaftlicher Fragestellungen anhand quantitativer Forschungsmethoden</li> <li>• Präsentation der einzelnen Ergebnisse durch Studierende</li> </ul>												
Voraussetzungen für die Teilnahme	Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang.												
Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:													
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Veranstaltungen</th> <th>SWS</th> <th>LP / ECTS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Seminar</td> <td>2</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Summe</td> <td>2</td> <td>7</td> </tr> </tbody> </table>		Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS	Seminar	2					Summe	2	7
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS											
Seminar	2												
Summe	2	7											
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)													
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit											
Seminar	30	180											
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Hausarbeit (ca. 12-15 Seiten) und mündliche Präsentation (ca. 30 Minuten) der Teilnehmer.												
Gewichtung der Einzelleistungen in der Gesamtnote	Hausarbeit: 2/3 Präsentation: 1/3												
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-												
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Vom Lehrstuhl bereitgestellte Seminarthemenliste sowie Anleitung zur Verfassung wissenschaftlicher Arbeiten.												

## Gebiet „International Management and Marketing“ Grundlagen

Modultitel	<b>34102 Planspiel</b> (PN 264150)
Moduleinordnung	Grundlagen IMM
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Carola Jungwirth
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Nach Ankündigung jeweils im Sommersemester i.d.R. 1 Durchlauf pro Semester 1 Semester (dreitägige Blockveranstaltung)
Inhalt des Moduls	<p>Dieses Modul dient der Ergänzung zur Veranstaltung „Unternehmensgrenzen“ sowie „Management Multinationaler Unternehmen II“. Die vermittelten Inhalte stellen eine wertvolle Ergänzung zu den genannten Lehrveranstaltungen dar, die von den Studierenden nicht in einer bestimmten vordefinierten Kombination gewählt werden. Um den zusätzlichen Wissenserwerb für unterschiedliche Gebiete zu unterstützen und den Studierenden eine flexible Wahlmöglichkeit zu bieten, wird dieses Modul zudem als Blockveranstaltung organisiert, so dass der Aufwand lediglich 3 ECTS entspricht.</p> <p>Wie auch im Bachelor-Planspiel wird ein Unternehmen mit zwei Produkten (Schwarz-weiß- und Farbkopierer) auf zwei Märkten (Inland und Europa) mit insgesamt fünf konkurrierenden Unternehmen abgebildet. Die Spieler müssen sämtliche Entscheidungen des Unternehmensablaufes vom Rohstoffeinkauf über die Produktions- und Personalplanung bis zum Absatz treffen und können sich dabei verschiedener Simulationstechniken bedienen. Für jede Periode erhalten sie die Marktergebnisse, die sie aufgrund ihrer und der Konkurrenzentscheidungen realisieren konnten, um auf dieser Basis für die nächste Periode zu planen. Inhaltlich erweitern die „Pro-Szenarien“ das Grundmodell GENERAL MANAGEMENT II aus dem Bachelor-Studiengang um aktuelle Themen wie die Lieferung an Schwellenländer, Commodity-Falle, Natural Hedging, Kundenpräferenzen (wie z.B. die Wichtigkeit des Energieverbrauchs) und die Kapitalintensität bzw. Handling von Überkapazitäten im Personalbereich.</p>
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse in den Bereichen der internationalen Unternehmensstrategie, indem sie zusätzlich zu den Alltagsherausforderungen die Herausforderung der Internationalisierung bewältigen müssen.</li> <li>• Sie erwerben sich Praxiskompetenz, indem sie in simulierten, aber realitätsnahen Problemsituationen folgenschwere Entscheidungen unter Unsicherheit</li> </ul>

	<p>treffen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sie verstehen die Zusammenhänge zwischen den oben genannten Bereichen, und sie verstehen die Wechselwirkungen, die zwischen ihnen bestehen.</li> <li>• Sie sind in der Lage, Verantwortung in ihrem Team zu übernehmen und gemeinsam wichtige Entscheidungen zu treffen.</li> <li>• Sie können die Grundlagen für ihre Entscheidungen formulieren und argumentativ verteidigen.</li> </ul>																		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in die Simulation in Form von Frontalunterricht</li> <li>• Erarbeitung der unternehmerischen Entscheidungen und Auswertung der Ergebnisse in Gruppenarbeit</li> <li>• Präsentationen der erarbeiteten Strategie durch die Studierenden</li> </ul>																		
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Das Modul kann ab dem 1. Semester des Masterstudiums absolviert werden. Grundkenntnisse in den oben genannten Teildisziplinen der Betriebswirtschaftslehre werden empfohlen.</p>																		
Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:																			
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Veranstaltungen</th> <th>SWS</th> <th>LP / ECTS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Blockveranstaltung</td> <td>2</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Summe</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Präsenzzeit</td> <td>Eigenarbeitszeit</td> </tr> <tr> <td>Vorlesung</td> <td>30</td> <td>60</td> </tr> </tbody> </table>		Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS	Blockveranstaltung	2		Summe	2	3	Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)				Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit	Vorlesung	30	60
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS																	
Blockveranstaltung	2																		
Summe	2	3																	
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)																			
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit																	
Vorlesung	30	60																	
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	<p>Klausur/40 Minuten Simulationsergebnis (ein Simulationsergebnis ist das Ergebnis der Berechnung der kumulierten Aktienkurse der verschiedenen Perioden; sowie ca. 15 minütiger Präsentation)</p> <p>Die Anwesenheit während der gesamten Veranstaltungsdauer ist Voraussetzung für den Scheinerwerb. Die Anwesenheitspflicht besteht wegen folgenden Gründen: Um den Erfolg des Moduls zu gewährleisten, ist eine verstärkte Interaktion der Studierenden untereinander aber auch zwischen Studierenden und Betreuern während der verschiedenen aufeinander aufbauenden Perioden der Simulation notwendig. Bei der Interaktion mit den Betreuern oder den Kommilitonen/Kommilitoninnen können die Studierenden Probleme besprechen und Lösungsstrategien erarbeiten. In der Präsentation vermitteln die Studierenden ihr Spezialwissen den anderen Studierenden. Damit sichergestellt wird, dass die Studierenden dieses</p>																		

	Spezialwissen vermittelt bekommen, müssen sie anwendend sein.
Bewerbungsverfahren	<p>Die Bewerbung zum Planspiel erfolgt durch das Eintragen in eine Teilnehmerliste, die 3 Wochen vor Beginn des Planspiels für eine Woche am Lehrstuhl aushängt. Zusätzlich muss ein aktueller Notenauszug am Lehrstuhl eingereicht werden.</p> <p>Das Modul ist kein Pflichtmodul. Der Notenauszug ist notwendig, um eine geeignete Auswahl der TeilnehmerInnen treffen zu können, wenn mehr Anmeldungen als verfügbare Plätze vorliegen.</p> <p>Das Planspiel ist auf max. 25 Teilnehmer begrenzt. Das Planspiel kann nur stattfinden, wenn mindestens 15 Studierende teilnehmen. Die Teilnehmerbegrenzung (minimal wie maximal) ist notwendig, da andernfalls die IT-gestützte Umsetzung aus technischen Gründen nicht erfolgen kann.</p>
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	<p>Klausur: 50%</p> <p>Simulationsergebnis: 50%</p>
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Die Simulation der Unternehmens- und Marktergebnisse erfolgt rechnergestützt anhand der Software TOPSIM General Management II
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TOPSIM General Management II Pro-Szenarien - Teilnehmerhandbuch</li> <li>• Ausgewählte Aufsätze</li> </ul>

Modultitel	(PN 264670) <b>33164 Entwicklung von Managementfähigkeiten</b>
Moduleinordnung	Grundlagen IMM Vertiefung IMM
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Marina Fiedler
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Genauere Informationen bezüglich Häufigkeit des Angebots können Sie auf der Lehrstuhlhomepage entnehmen/ 1 Semester
Inhalt des Moduls	<p>Ziel des Moduls ist die Hervorhebung der Bedeutung und Wichtigkeit von Managementfähigkeiten, das Kennenlernen grundlegender Managementfähigkeiten, die Erläuterung eines Lernmodells zur Entwicklung von Managementfähigkeiten und die kritische Betrachtung der Vorlesungsinhalte.</p> <p>Hierzu werden im Wesentlichen folgende Aspekte behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persönliche Fähigkeiten</li> <li>• Glück, Well-Being und Arbeit</li> <li>• Stressmanagement</li> <li>• Analytische und kreative Problemlösung</li> <li>• Kommunikation</li> <li>• Macht und Einfluss</li> <li>• Motivation</li> </ul> <p>Nähere Informationen zur Veranstaltung finden sich jeweils zum Start der Veranstaltung in Stud.IP.</p>
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hervorheben der Bedeutung und Wichtigkeit von Managementfähigkeiten</li> <li>• Kennenlernen grundlegender Managementfähigkeiten</li> <li>• Erläuterung eines Lernmodells zur Entwicklung von Managementfähigkeiten und kritische Analyse</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver Frontalunterricht</li> <li>• Gastvorträge verschiedener Experten zum Thema der Bedeutung und Entwicklung von Managementfähigkeiten</li> <li>• Erstellung eines anwendungsbezogenen Gruppenprojekts, in dem Bedeutung und Entwicklung einer Managementfähigkeit in einem eigens kreierte Unternehmenskontext umgesetzt werden.</li> </ul>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.

Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	2	
Summe	2	5
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30	120
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Schriftliche Klausur (70% der Gesamtnote), 60 Minuten</li> <li>Erstellung eines Gruppenprojekts zu einer ausgewählten Managementfähigkeit (Durchschnittsnote beider Projektteile geht zu 30 % in die Gesamtnote ein)</li> </ul>	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Klausur: 70% Gruppenprojekt: 30%	
Begründung der Prüfungsleistung	<p>Die Benotung der von den Gruppen der Studierenden zu erstellenden Projekte soll nicht nur den Aufwand reflektieren, den die Studierenden investieren, sondern stellt auch einen wesentlichen Bestandteil des für die Veranstaltung vorgesehenen Lernprozesses dar. In den Projekten sollen die Teilnehmer der Veranstaltung das in der Vorlesung erlernte theoretische Wissen praktisch anwenden und in einem Unternehmenskontext vollumfänglich anwenden können. Dies bedeutet, dass sie für ein von ihnen kreierte Unternehmen den Prozess der Analyse, welche Managementfähigkeiten für das Unternehmen bedeutsam sind bis hin zu wie diese gemessen und weiterentwickelt werden können in vollem Umfang erarbeiten. Die Anwendung der erlernten Inhalte soll das Verstehen anstelle eines passiven Lernens begünstigen. Eine solche Aufgabe trägt direkt zur Berufsbefähigung der Studierenden bei, wäre jedoch innerhalb einer 60-minütigen Klausur aufgrund der Länge und Komplexität nicht umsetzbar. Gleichzeitig soll die Erarbeitung dieser Aufgabe darüber hinaus die Fach- und Methodenkompetenz auf individueller Ebene stärken und die Reflektion eigener Managementfähigkeiten anregen. Eine Rückmeldung durch die Korrektur des Inhalts soll den Studierenden eine Rückmeldung zum eigenen Kenntnisstand bieten. Auf Basis dieses Zwischenschritts kann im Verlauf der Veranstaltung der Lernprozess der Studierenden enger begleitet werden, mögliche Defizite erkannt und be-</p>	

	<p>hoben werden. Das Ziel des Moduls, das im Erkennen der Bedeutung von Managementfähigkeiten und dem Wissen um deren mögliche Weiterentwicklung liegt, kann daher wesentlich besser und in detaillierterem Ausmaß erreicht werden.</p> <p>Zusätzlich soll das Erarbeiten der Projekte in einer Gruppe nicht nur eine sich für die Studierenden im zukünftigen Berufsleben realisierenden Situation darstellen, sondern auch deren Problemlösungskompetenz im Team sowie die damit verbundenen sozialen Fähigkeiten stärken. Zusätzlich zur Projektarbeit werden am Ende des Semesters die erlernten theoretischen Kenntnisse im Rahmen einer Klausur auf individueller Ebene bewertet. Dies soll den Lernerfolg des Moduls insgesamt sicherstellen.</p>
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Werden in der Vorlesung und in den zur Vorlesung gehörenden Unterlagen im Stud.IP bekannt gegeben.
Ansprechpartner für Fragen	Kim Strunk ( <a href="mailto:Kim.Strunk@uni-passau.de">Kim.Strunk@uni-passau.de</a> ) Andreas Ihl ( <a href="mailto:Andreas.ihl@uni-passau.de">Andreas.ihl@uni-passau.de</a> )

Modultitel	(PN 264810)	
	<b>33162 Management von Social Media: Expertenstatus durch Netzwerkeffekte</b>	
Moduleinordnung	Grundlagen IMM Vertiefung IMM	
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Marina Fiedler	
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Genauere Informationen finden Sie auf der Lehrstuhlhomepage. (nächstes Mal: WS 2015/2016) 1 Semester	
Inhalt des Moduls	<p>In der Veranstaltung „Management von Social Media: Expertenstatus durch Netzwerkeffekte“ wird ein Einblick in die theoretische und praktische Auseinandersetzung mit den sozialen Netzwerkzeugen wie Facebook, Youtube, oder Blogs im professionellen Kontext gewährt. Neben theoretischen Grundlagen zur Netzwerkökonomie und digitalen Medien werden die fünf Ebenen einer strategisch ausgerichteten Expertenpositionierung vermittelt. Dazu zählen die Profil- und Zielentwicklung, die Themenfindung, das Filtern relevanter Informationen, der Aufbau eines Netzwerks aus Fans und Influencern sowie die Erfolgsmessung. Ethische und rechtliche Aspekte runden die Veranstaltung ab.</p> <p>Die Studierenden werden im Rahmen der Übung zur aktiven Beteiligung aufgefordert, ihr eigenes Expertenprofil anzulegen und mittels ausgewählter Tools umzusetzen. Das Modul soll die Studierenden befähigen, sich ein strategisches Netzwerk für ihr eigene berufliche Zukunft aufzubauen.</p>	
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verständnis für Social Media</li> <li>• Anlegen eines Expertenprofils</li> <li>• Expertenpositionierung mit Social Media</li> <li>• Messung von Social Media Performance</li> </ul>	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Blended Learning Ansatz, bei denen sich Präsenz- und Distant Learning Module abwechseln</li> </ul>	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang.	
<b>Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:</b>		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	2	

Summe		2	5
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit	
Vorlesung	30	120	
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Abgabe von zwei Teilleistungen sowie Präsentation der erarbeiteten Ergebnisse und 60 Minuten Klausur. Voraussetzung für das erfolgreiche Bestehen der Veranstaltung ist das Bestehen beider Teilleistungen und die Klausur. Beachten Sie hierfür bitte die aktuellen Hinweise in der Veranstaltung sowie im StudIP.		
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teilleistung 1: Strategische Planung des eigenen Projekts, 20%</li> <li>• Teilleistung 2: Umsetzung und Präsentation des eigenen Projekts, 30%</li> <li>• Klausur: 50%</li> </ul>		
Begründung der Prüfungsleistung	<p>Ziel dieses Moduls ist es, neben der Vermittlung theoretischer Kenntnisse die Studierenden in die Lage zu versetzen, eigene Social Media Projekte zu erstellen sowie eine Einschätzung des potentiellen Erfolgs dieser Projekte zu erfahren. Die Aufteilung der Prüfungsleistung in mehrere Bestandteile soll daher den Zweck erfüllen, die Güte der praktischen Anwendung des theoretischen Wissens für die Studierenden sichtbar zu machen und ihnen eine Rückmeldung über ihren Kenntnisstand in Bezug auf die Lernziele des Moduls zu geben. Da für den erfolgreichen Einsatz von Social Media Erfahrungswissen besonders bedeutsam ist, sollen die Studierenden dies im Rahmen der eigenen Erstellung von Projekten sowie durch Austausch und die Diskussion mit anderen Gruppen erlangen. Aus den im Rahmen des Moduls entstandenen erfolgreichen sowie auch den fehlgeschlagenen Versuchen können die Studierenden Erfahrungswissen für den Einsatz von Social Media in ihrer späteren beruflichen Tätigkeit sammeln. Eine Benotung der Projekte erscheint nicht nur vor dem Hintergrund sinnvoll, dass die Studierenden eine Rückmeldung über den Erfolg ihrer Projekte und ihren eigenen Kenntnisstand erfahren, sondern soll auch den Aufwand widerspiegeln, den die Gruppen in ihre Arbeit investieren. Am Ende des Semesters soll dann eine schriftliche Klausur die fachlichen Kompetenzen und das erlernte theoretische Wissen überprüfen und damit den Lernerfolg des Moduls insgesamt bewerten. Eine Klausur ist hierfür das geeignete Mittel, da auf individueller Basis anstelle einer Gruppenarbeit die in der Vorlesung erlernten Inhalte ohne Möglichkeit der langfristigen Vorbereitung der konkreten Aufgaben abgefragt werden sollen.</p>		

Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aktuelle Journalartikel</li></ul>
Ansprechpartner für Fragen	Kim Strunk ( <a href="mailto:Kim.Strunk@uni-passau.de">Kim.Strunk@uni-passau.de</a> ) Andreas Ihl ( <a href="mailto:Andreas.ihl@uni-passau.de">Andreas.ihl@uni-passau.de</a> )

Modultitel	(PN 264170) <b>33160 Organizational Behavior – Unternehmensführung und Verhalten in Organisationen</b>
Moduleinordnung	Grundlagen IMM Vertiefung IMM
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Marina Fiedler
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Genauere Informationen bezüglich Häufigkeit des Angebots können Sie auf der Lehrstuhlhomepage entnehmen  1 Semester
Inhalt des Moduls	Zahlreiche Untersuchungen zeigen, dass das Verhalten von Mitarbeitern Einfluss auf so zentrale unternehmerische Kenngrößen wie Mitarbeiter-Fluktuation, Gewinn und Umsatz hat und so nachhaltige Wettbewerbsvorteile für das Unternehmen schaffen kann. Ziel der Veranstaltung ist die Hervorhebung der Bedeutung und Wichtigkeit von Unternehmensführung und Verhalten in Organisationen mit besonderem Bezug auf Wandel in Organisationen. Hierzu werden im Wesentlichen folgende Aspekte behandelt: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Führungsstile</li> <li>• Kommunikation und Feedback</li> <li>• Verhandlungsmanagement</li> <li>• Konfliktmanagement</li> <li>• Messung von Stärken</li> <li>• Verschiedene Methoden und Ansätze des Change Management</li> </ul> Nähere Informationen zum Modul finden sich jeweils zum Start der Veranstaltung in Stud.IP.
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verdeutlichung der Bedeutung und Wichtigkeit von Unternehmensführung und Verhalten in Organisationen</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver Frontalunterricht</li> <li>• Diskussion der Change Inhalten mit Vertretern aus der Praxis</li> <li>• Erarbeitung von eigenen Tools zu den verschiedenen Themenbereichen</li> </ul>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang. Für die Teilnahme gelten die Zugangsvoraussetzungen der jeweiligen Prüfungsordnung.

Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	2	
Summe	2	5
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30	120
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	60-minütige schriftliche Klausur am Ende des Semesters. Voraussetzung für die Teilnahme an der Klausur ist die Abgabe und das Bestehen der ersten Teilleistung, deren Bearbeitung parallel zur Veranstaltung verläuft. Zum Bestehen der Veranstaltung müssen beide Teilleistungen einzeln bestanden werden. Beachten Sie hierfür bitte die aktuellen Hinweise in der Veranstaltung sowie im StudIP.	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Teilleistung 1: Bewertung der selbsterstellten Tools, 30% Teilleistung 2: 60-minütige Klausur, 70%	
Begründung der Prüfungsleistung	Die Benotung der schriftlichen Stellungnahmen zu den verschiedenen Thesen soll zum einen der Umsetzung des theoretisch erlernten Stoffs in praxisrelevante Situationen dienen. Aufgrund der Thematik aus dem Bereich des Verhaltens von Mitarbeitern wäre ohne das Fördern des direkten und selbständigen Anwendens des Stoffs der für das Modul vorgesehene Lernprozess auf zu viele theoretische Komponenten beschränkt. Die praktische Anwendbarkeit wird den Studierenden häufig erst durch das aktive und selbstgesteuerte Durchdenken verschiedener Thematiken bewusst. Das eigentliche Verstehen geschieht erst dann, wenn die Studierenden dazu aufgefordert werden, auf Basis des erlernten Stoffs eigene Lösungswege für praxisrelevante Situationen und Probleme zu entwickeln. Daher soll das Erstellen der kurzen Stellungnahme (jeweils ca. 1 Seite) den vollen Lernerfolg des Moduls bei den Studierenden begünstigen. Gleichzeitig erfolgt durch die Korrektur der eingereichten Stellungnahmen eine Rückmeldung an die Studierenden über ihren Kenntnisstand und hilft somit, den Lernprozess des Moduls zu begleiten. Mögliche offene Fragen und Wissens- oder Verständnislücken können somit sehr viel zielgenauer aufgegriffen und in der Veranstaltung diskutiert werden. Gleichzeitig soll das Erarbeiten der Stellungnahmen in der Gruppe die sozialen Fähigkeiten der Studierenden trainieren. Schlüsselqualifikationen wie das Arbeiten im Team oder die Problemlösungskompe-	

	<p>tenz in der Gruppe sollen dadurch ausgebaut werden. Da es sich bei den Thesen um durchaus kritische Themen handelt (z.B. „Konflikte sind ineffizient“ oder „Die großen Leistungen in der Geschichte sind insbesondere von Individuen geschaffen worden“) soll durch die in Gruppen entstehenden Diskussionen auch die Konfliktfähigkeit der Studierenden gefördert werden. Gleichzeitig sollen die auf den Umgang mit Menschen in Organisationen zugeschnittenen Fragestellungen eine Diskussion über ethisches Verhalten von Führungskräften sowie Mitarbeitern in Unternehmen anregen. Diese Diskussionen tragen enorm zum Erreichen der Qualifikationsziele des Moduls bei und könnten im Rahmen einer Klausur nicht annähernd abgedeckt werden. Zum Ende der Veranstaltung folgt zur Überprüfung der fachlichen Kompetenzen und des erlernten theoretischen Wissens zusätzlich eine Klausur. Diese soll zur abschließenden Bewertung des Lernerfolgs der Studierenden auf individueller Basis dienen.</p>
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Werden in der Vorlesung und in den zur Vorlesung gehörenden Unterlagen im StudIP bekannt gegeben.
Ansprechpartner für Fragen	Kim Strunk ( <a href="mailto:Kim.Strunk@uni-passau.de">Kim.Strunk@uni-passau.de</a> ) Andreas Ihl ( <a href="mailto:Andreas.ihl@uni-passau.de">Andreas.ihl@uni-passau.de</a> )

Modultitel	(PN 265109) <b>33234 Advanced Empirical Methods im Bereich Management, Personal und Information</b>
Moduleinordnung (Grundlage oder Vertiefung)	Grundlagen IMM Vertiefung IMM
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Marina Fiedler
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jedes Semester 1 Semester
Inhalt des Moduls	<p>Die Veranstaltung thematisiert die verschiedenen empirischen Methoden im Bereich Management, Personal und Information. Dabei werden folgende Fragen behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche Methoden stehen in der empirischen Managementforschung zur Verfügung?</li> <li>• Welche Arten von Daten gibt es? Wie werden sie erhoben?</li> <li>• Wie können Experimente umgesetzt und durchgeführt werden?</li> <li>• Wie können diese Daten mittels der Verwendung von statistischer Analysesoftware (SPSS) aufbereitet werden?</li> <li>• Welche Möglichkeiten zur Auswertung stehen zur Verfügung?</li> <li>• Wie werden deskriptive, bi- und multivariate Verfahren mit der Software durchgeführt? Worauf muss hierbei geachtet werden?</li> <li>• Wie können die Ergebnisse interpretiert werden?</li> <li>• Wie können Datenanalysen selbstständig durchgeführt werden?</li> </ul> <p>Die Veranstaltung wird in einem Rechnerpool durchgeführt und soll durch die interaktive Konzeption dem Studenten ermöglichen das erlernte Wissen direkt an konkreten Beispielen zu vertiefen. Nähere Informationen zur Veranstaltung finden sich jeweils zum Start der Veranstaltung in StudIP</p>
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erlangung eines tieferen Verständnisses für den Bereich der empirischen Methoden</li> <li>• Eigenständige Umsetzung einer wissenschaftlichen Datenanalyse</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kennenlernen empirischer Analysemethoden</li> <li>• Vertiefung bestehender Kenntnisse</li> </ul>

Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.</p> <p>Die Veranstaltung richtet sich explizit an Studierende, die eine Abschlussarbeit am Lehrstuhl für Management, Personal und Information anstreben. Eine zeitgleiche Teilnahme am Masterseminar des Lehrstuhls wird ausdrücklich empfohlen.</p>	
Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	4	
Übung		
Summe	4	5
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 180 Minuten auf 8 Semesterwochen, d.h. 7 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	60	90
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Eigenständige Bearbeitung eines empirischen Projekts auf fortgeschrittenem Niveau.	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Gesamtnote	Projektarbeit: 100%	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lehrbücher im Bereich der multivariaten Analysemethoden</li> <li>Grundlagenwerke zur Erstellung einer empirischen Arbeit</li> </ul>	
Ansprechpartner für Fragen	Andreas Ihl ( <a href="mailto:andreas.ihl@uni-passau.de">andreas.ihl@uni-passau.de</a> )	

Module title	(PN 264180)	
	<b>32800 Designing and Leading the Entrepreneurial Organization</b>	
Applicability (Basics, Extension module)	Grundlagen IMM Vertiefung IMM	
Name of instructor	Prof. Dr. Carolin Häussler	
Frequency and duration of the course	Every summer term 1 Semester	
Module content	<p>The lecture focuses on the strategic and organizational challenges concerning the foundation of a technology company.</p> <p>The lecture will be structured as follows:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Venture Opportunity, Concept and Strategy</li> <li>• Venture Formation and Planning</li> <li>• Functional Planning for the Venture</li> <li>• Financing and Building the Venture</li> </ul>	
Course objectives	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Understanding of the concepts in Entrepreneurship and their application</li> <li>• Knowledge of Entrepreneurship theories and the findings in scientific studies on Entrepreneurship</li> <li>• Analysis of entrepreneurial strategies and their implications for the economy</li> <li>• Formulation of adequate recommendations for the entrepreneurial organization</li> </ul>	
Teaching methods	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interactive lecture</li> <li>• Discussion of contents</li> </ul>	
Requirements	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.	
Distribution / Workload:		
Course	SWS	LP / ECTS
Lecture	2	
Sum	2	5

Distribution of the workload (every sem./hrs. has been calculated to be 60 minutes. 15 semester weeks are expected, which leads to 14 lectures + 1 exam period)		
	Attendance (in hrs.)	Self-study (in hrs.)
Lecture	30	120
Type of exam / Requirements for the granting of credits / Duration of exam	Final exam 60 minutes	
Weighting of individual performances/ final mark	Final exam: 100%	
Other remarks (e.g. Online-component, practical examples, guest lectures, etc.)	Guest lectures Integration of videos into lectures Self-study questions (instead of an exercise class) Language of the lecture: <b>English</b>	
Recommended literature	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Byers, T.H./Dorf, R./Nelson, A.J. (2010): Technology Ventures – From Idea to Enterprise, McGraw-Hill.</li> <li>• Selection of essays and articles</li> </ul>	

Modultitel	(PN 264190)		
	<b>32820 Organizational and Competitive Strategy</b>		
Module title/ Applicability	Basic Studies: International Management and Marketing Advanced Studies: International Management and Marketing		
Name of instructor	Prof. Dr. Carolin Häussler		
Frequency and duration of the course	Winter term 1 Semester		
Module content	<p>This lecture focuses on the organizational and strategic challenges companies face in order to obtain a sustainable competitive advantage. It engages in an application-oriented analysis of intercompany interaction along the value chain. Using simple game theoretic models, we discuss how companies decide for strategic moves in order to attain competitive advantages.</p> <p>Amongst others, central topics will be pricing decisions, market entry decisions, intellectual property protection, network effects, and vertical relations within the value chain.</p>		
Course objectives	<ul style="list-style-type: none"> <li>• To understand concepts in the analysis of competition and strategy.</li> <li>• To master basic tools and instruments used in this analysis.</li> <li>• To apply the theoretical concepts to real-world examples.</li> <li>• To be able to evaluate corporate strategies and to analyze competitive environments.</li> </ul>		
Teaching methods	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interactive lecture</li> <li>• Discussion of contents</li> <li>• Discussion of questions and case studies linked to the organizational and competitive strategy of companies</li> <li>• Interactive surveys and classroom experiments</li> </ul>		
Requirements	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.		
Distrubution/ Workload			
Course	Sem./hours	LP / ECTS	
Lecture	2		
Practice session	2		

Tutorial (optional)			
Sum		4	5
Distribution of the workload (every sem./hrs. has been calculated to be 60 minutes.15 semester weeks are expected, which leads to 14 lectures + 1 exam period)			
	Attendance (in hrs.)	Selfstudy (in hrs.)	
Lecture	30	45	
Practice session	30	45	
Type of exam / Requirements for the granting of credits / Duration of exam		Final exam 60 minutes	
Weighting of individual performances/ final mark		Final exam: 100%	
Other remarks (e.g. Online-component, guest lectures, etc.)		<p>Guest lectures</p> <p>Lecture and exercise classes will be held in English.</p>	
Recommended literature		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Besanko/Dranove/Shanley/Schaefer (2010): Economics of Strategy, John Wiley &amp; Sons 2010</li> <li>• Dixit/Nalebuff (2010): The Art of Strategy: A Game Theorist's Guide to Success in Business and Life, Norton Paperback</li> <li>• Selected essays and journal articles</li> </ul>	

Modultitel	(PN 264950) <b>33820 Produkt-, Marken- und Kommunikationsmanagement</b>
Moduleinordnung	Grundlagen IMM
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Dirk Totzek
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Wintersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	<p>Das Modul behandelt die Bedingungen und Herausforderungen des Managements von Produkten bzw. Marken sowie der Kommunikation. Die Inhalte umfassen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Präferenztheoretische Grundlagen des Konsumentenverhaltens</li> <li>• Modellierung und Messung der Kommunikationswirkung</li> <li>• Instrumente zur Budgetierung von Kommunikationsausgaben</li> <li>• Grundlagen für die Gestaltung und Führung von Marken</li> <li>• Messung des Markenerfolgs</li> <li>• Zentrale Entscheidungsfelder der Ausgestaltung und Führung von Produktprogrammen und Markenarchitekturen.</li> </ul>
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sollen am Ende in der Lage sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzepte und Methoden zur Führung von Produktprogrammen und Marken anzuwenden</li> <li>• Methoden zur Bewertung und Steuerung von Marken einzusetzen</li> <li>• Wirkungen von Kommunikationsmaßnahmen zu messen</li> <li>• Optimale Kommunikationsbudgets zu planen</li> <li>• Optimale Verteilungen von Kommunikationsbudgets über verschiedene Medien und über die Zeit zu planen</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.</p> <p>Kenntnisse in „Marketing“ und Modulen des Gebiets Methoden (z.B. „Multivariate Verfahren“) werden nachdrücklich empfohlen.</p>

Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	2	
Summe	2	5
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30	120
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, 60 Minuten	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Gesamtnote	Klausur: 100%	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Im Rahmen der Veranstaltung finden punktuell Gastvorträge statt.	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<p>Basisliteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Herrmann, A., Huber, F. (2009), Produktmanagement, 2. Aufl., Wiesbaden.</li> <li>• Homburg, Ch. (2015), Marketingmanagement, 5. erw. Aufl., Wiesbaden.</li> <li>• Esch, F.-R. (2012), Strategie und Technik der Markenführung, 7. Aufl., München.</li> <li>• Shimp, T.A., Andrews, J.C. (2013), Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications, 9. Aufl., Stamford.</li> </ul> <p>Ausgewählte Aufsätze als Pflichtlektüre</p>	

Module title	(PN 265106) <b>34300 Corporate Sustainability and CSR</b>
Applicability (Basics, Extension module)	Grundlagen IMM Vertiefung IMM
Module title / Applicability (Basics, Extension module)	Dr. Ágnes Zsóka (Corvinus Universität Budapest)
Frequency and duration of the course	Once in summer semester 2016 (Block course) 1 Semester
Module content	The course aims to highlight the most important issues of Corporate Sustainability and Social Responsibility. Due to the challenges of our rapidly changing world like mitigation of climate change impacts, the need for radical (system) innovation, or solving social, environmental and economic problems simultaneously, the triple bottom line has become a business case in the corporate world. The course focuses on exploring the drivers behind Corporate Sustainability and CSR strategy and the implications of sustainability challenges to corporate reality.
Course objectives	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Understanding the relationship between sustainable development and corporate sustainability.</li> <li>• Understanding why it is necessary to integrate social and environmental aspects into corporate strategy.</li> <li>• Understanding the motives and influential factors behind the CSR activity of companies.</li> <li>• Becoming familiar with the most crucial and critical issues of practiced CSR today, as a result of lectures, discussions and analyzed cases.</li> <li>• Critical assessment of corporate sustainability reporting.</li> </ul>
Teaching methods	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lectures on the theoretical contents</li> <li>• Discussion of contents (also in teams)</li> <li>• Presentation of specific topics by the students</li> <li>• Analysis of corporate sustainability reports and sustainability indicators</li> </ul>
Requirements	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration
Applicability of the module in the appropriate degree program, for other modules and courses of studies	The module may be accredited in the basics- or extension module in the field of „International Management and Marketing“. It also applies for all courses of studies that wish to offer their students possibilities in this specific area.

Distribution / Workload:		
Course	SWS	LP / ECTS
Lecture	2	
Sum	2	5
Distribution of the workload (every sem./hrs. has been calculated to be 60 minutes. 15 semester weeks are expected, which leads to 14 lectures + 1 exam period)		
	Attendance (in hrs.)	Self-study (in hrs.)
Lecture	30	120
Type of exam / Requirements for the granting of credits / Duration of exam	<p>Summary of a scientific article in written form, 8 pages  Presentation in team, 20 minutes  Individual analysis of sustainability indicators, 5 pages plus reporting on it in the class  Participation in the lectures and seminars, contribution to discussions, according to depth and activity</p>	
Weighting of individual performances/ final mark	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Summary of a scientific article in written form – 25%</li> <li>2. Presentation in team – 25%</li> <li>3. Individual analysis of sustainability indicators – 25%</li> <li>4. Participation at the lectures and seminars, contribution to discussions – 25%</li> </ol>	
Rationale for partial performances	<p>The final mark is composed of different written and oral partial performances.  Next to the written summary and analysis, the presentation of teamwork, oral contributions to discussions, and communicating one's arguments are important competences in the academic and professional context and thus considerably add to the individual learning outcomes.</p>	
Other remarks (e.g. Online-component, practical examples, guest lectures, etc.)	<p><b>Please follow the updates on the webpage of the Chair of International Management (<a href="http://www.wiwi.uni-passau.de/internationales-management/">http://www.wiwi.uni-passau.de/internationales-management/</a>) for further important information on this course!</b></p> <p>Language of the lecture: English</p>	
Recommended literature	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Important documents for CSR: EU Green Paper on CSR, UN Global Compact, ISO 26 000</li> <li>2. Important documents for Sustainability: Sustainability Reporting Guidelines of GRI, Dow Jones Indices, AccountAbility</li> <li>3. Dyllick, Thomas – Hockerts, Kai (2002): Beyond the Business Case for Corporate Sustainability, Business Strategy and the Environment 11, pp 130-141.</li> <li>4. Fassin, Yves (2005): The Reasons behind Non-ethical Behaviour in Business and Entrepreneurship, Journal of Business Ethics, 60, pp. 265–279</li> <li>5. McWilliams, A. – Siegel, D.S. – Wright, P.M. (2006): Corporate Social Responsibility: Strategic Implications. Journal of Management Studies. Vol. 43:1, pp.</li> </ol>	

	<p>1-18.</p> <ol style="list-style-type: none"><li data-bbox="718 224 1498 324">6. Porter, M. – Kramer, M. (2006): The Link between Competitive Advantage and CSR, Strategy and Society. Harvard Business Review, 1-15</li><li data-bbox="718 324 1498 430">7. Porter, M. – Kramer, M. (2011): Creating Shared Value, Harvard Business Review, January-February, 1-17</li></ol>
--	---

Modultitel	(PN 265110)		
	<b>33705 Konzeptworkshop für Masterstudierende: Erstellung eines Imagefilms</b>		
Moduleinordnung	IMM Grundlagen, IMM Vertiefung		
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Dirk Totzek		
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer des Moduls	Sommersemester 2016		
Inhalt des Moduls	Masterstudierende entwickeln in Teams auf Basis eigenständiger Recherchen fundierte Konzepte für die Inhalte eines neuen Imagefilms für die Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät.		
Qualifikationsziele des Moduls	Die Masterstudierenden sammeln fortgeschrittene Erfahrung im Handeln und Erstellen von strategischen Empfehlungen für das Hochschulmarketing sowie der Umsetzungsmaßnahmenplanung.		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recherche und Konzepterstellung in Gruppenarbeit</li> <li>• Austausch und Diskussion der Ergebnisse</li> </ul>		
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.</p> <p>Studierende auf Masterniveau aller Studiengänge</p>		
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workloads:</b>			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Praxisseminar/Übung		1	
Summe		1	3
Aufteilung des Workloads (jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein. Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit	
Praxisseminar	15	75	

<p>Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Dauer der Klausur</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstellung eines Filmkonzepts</li> <li>• Jury-Präsentation des Filmkonzepts</li> </ul> <p>Für beide Leistungen wird eine Note vergeben.</p>
<p>Gewichtung der Einzelleistungen in der Gesamtnote</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Filmkonzept: 70%</li> <li>• Präsentation: 30%</li> </ul>
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	<p>Nach einer Ablaufplanung und Einführungsveranstaltung entwickeln die Masterstudierenden in Teams fundierte Konzepte, z.B. in Form von Filmbeiträgen, Blogs, Rollenspielen oder Storyboards, für den zu erstellenden Imagefilm.</p> <p>Weitere Informationen zum Workshop und Seminar, zu Ablauf und Anmeldeformalitäten können der offiziellen Website unter <a href="http://www.wiwi.uni-passau.de/studium/imagefilm-der-fakultaet/">http://www.wiwi.uni-passau.de/studium/imagefilm-der-fakultaet/</a> entnommen werden.</p>
<p>Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trogele, Ulrich (1997), Strategisches Marketing für deutsche Universitäten: die Anwendung von Marketing-Konzepten amerikanischer Hochschulen in deutschen Universitäten, 2. Aufl., Frankfurt am Main.</li> </ul> <p>Weitere Hinweise werden zu Beginn der Veranstaltung gegeben.</p>

## Vertiefung

Modultitel	<b>33800 Preismanagement</b> (PN 200519)
Moduleinordnung	Grundlagen IMM Vertiefung IMM
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Dirk Totzek
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Sommersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	Das Modul behandelt folgende Themen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Allgemeine Grundlagen des Preismanagements</li> <li>• Grundlagen der klassischen Preistheorie</li> <li>• Verhaltenswissenschaftliche Preisforschung</li> <li>• Preisstrategie und Preisstruktur</li> <li>• Preisbestimmung</li> <li>• Preisimplementierung</li> </ul>
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Das Preismanagement ist ein zentrales Marketing-Mix-Instrument. In diesem Modul werden wesentliche preispolitische Entscheidungsfelder vorgestellt. Zudem liegt ein Schwerpunkt des Moduls auf der Vermittlung der zentralen Theorien und Konzepte der klassischen ökonomischen Preistheorie und der verhaltenswissenschaftlichen Preisforschung. Schließlich sollen den Studierenden die zentralen Preismanagement-Probleme der aktuellen Marketing-Praxis vermittelt werden.</p> <p>Den Studierenden sollen insbesondere folgende Fähigkeiten vermittelt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenntnis der grundlegenden Theorien und Konzepte des Preismanagements</li> <li>• Kenntnis von Vorgehen und Anwendungsproblemen zentraler Ansätze zur Bestimmung von Preis-Absatz-Funktionen</li> <li>• Formal-analytische Bestimmung optimaler Preise</li> <li>• Kenntnis der zentralen Entscheidungsprobleme bei der Ausgestaltung von Preisstrategien und Preisstrukturen</li> <li>• Kenntnis der zentralen Probleme der Preisimplementierung sowie möglicher Lösungsansätze</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht

Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.</p> <p>Kenntnisse in „Marketing“ und mathematischen Methoden werden nachdrücklich empfohlen.</p> <p>Grundkenntnisse in Modulen des Gebiets Methoden (z.B. „Multivariate Verfahren“) sind von Vorteil.</p>	
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:</b>		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	2	
Übung	1	
Summe	3	5
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30	90
Übung	15	15
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, 60 Minuten	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Gesamtnote	Klausur: 100%	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Im Rahmen der Veranstaltung finden punktuell Gastvorträge statt.	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<p>Basisliteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Homburg, Ch. (2015), Marketingmanagement, 5. erw. Aufl., Wiesbaden</li> <li>• Homburg, Ch./Totzek, D. (2011), Preismanagement auf Business-to-Business-Märkten, Wiesbaden.</li> <li>• Monroe, K. B. (2003), Pricing – Making Profitable Decisions, 3. Aufl., New York 2003</li> <li>• Simon, H., Fassnacht, M. (2009), Preismanagement, 3. Aufl. Wiesbaden.</li> </ul> <p>Ausgewählte Aufsätze als Pflichtlektüre.</p>	

Modultitel	(PN 264790)	
Modultitel / Moduleinordnung	<b>33840 B2B Marketing and Sales Management</b>	
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Dirk Totzek	
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Wintersemester 1 Semester	
Inhalt des Moduls	<p>Das Modul in englischer Sprache behandelt insbesondere folgende Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Besonderheiten des Business-to-Business-Marketings</li> <li>• Ausgestaltung des Marketings für unterschiedliche Geschäftstypen</li> <li>• Kundenbeziehungsmanagement</li> <li>• Gestaltung und Management von Vertriebssystemen und Vertriebssteuerung</li> <li>• Persönlicher Verkauf</li> </ul>	
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sollen am Ende insbesondere in der Lage sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Besonderheiten des Marketings auf Business-to-Business-Märkten und deren Implikationen für die Gestaltung der Marketing- und Vertriebsstrategie zu kennen</li> <li>• Die herausgehobene Bedeutung des Kundenbeziehungsmanagements aus theoretischer Perspektive zu verstehen.</li> <li>• Zentrale Herausforderungen der Implementierung von Instrumenten des Kundenbeziehungsmanagements in der Marketing- und Vertriebspraxis zu kennen</li> </ul>	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht	
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.</p> <p>Kenntnisse in „Marketing“, „Marktforschung“ und Modulen des Gebiets Methoden (z.B. „Multivariate Verfahren“) werden nachdrücklich empfohlen.</p>	
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:</b>		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	2	
Summe	2	5

Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30	120
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Klausur, 60 Minuten		
Gewichtung der Einzelleistungen in der Gesamtnote		
Klausur: 100%		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		
Die Veranstaltung und die Klausur finden in <b>englischer Sprache</b> statt. Im Rahmen der Veranstaltung finden punktuell Gastvorträge statt.		
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)		
<p>Basisliteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Homburg, Ch., Schäfer, H., Schneider, J. (2012), Sales Excellence, Heidelberg.</li> <li>• Lilien, G., Grewal, R. (2012, Hrsg.), Handbook of Business-to-Business Marketing, Cheltenham.</li> <li>• Palmatier, R.W., Stern, L.W., El-Ansary, A.I. (2014), Marketing Channel Strategy, 8th edition, Upper Saddle River.</li> </ul> <p>Ausgewählte Aufsätze als Pflichtlektüre. Weitere Literaturhinweise werden zu Veranstaltungsbeginn gegeben.</p>		

Modultitel	<b>33860 Marktforschung</b> (PN 200514)
Moduleinordnung	Vertiefung IMM, WIIS
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Dirk Totzek
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Wintersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	Das Modul behandelt insbesondere folgende Themen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedeutung der Marktforschung für Marketingentscheidungen</li> <li>• Prozess der Marktforschung und Diskussion zentraler Problemstellungen</li> <li>• Konzeption und Durchführung von Befragungen, Experimenten und Studien auf Grundlage von Sekundärdaten</li> <li>• Grundlegende statistische Analyseverfahren</li> <li>• Messmodelle</li> <li>• Moderations- und Mediationseffekte</li> <li>• Fortgeschrittene statistische Analyseverfahren</li> </ul>
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden sollen am Ende der Veranstaltung für die Marketingforschung und -praxis zentrale fortgeschrittene Marktforschungsmethoden kennen, kritisch bewerten und anwenden können. Insbesondere sollen Studierende, die im Fach Marketing eine empirische Abschlussarbeit schreiben möchten, fundierte Kenntnisse hierzu erlangen. Im einzelnen sollen Studierende: <ul style="list-style-type: none"> <li>• einen Überblick über den Prozess der Marktforschung haben und in der Lage sein, kritisch über die zentralen Problemstellungen auf den einzelnen Prozessstufen zu reflektieren</li> <li>• selbstständig eine Primär- oder Sekundärdatenerhebung planen und durchführen zu können</li> <li>• Hypothesen zur Struktur von Daten sowie Hypothesen zu linearen und komplexen Abhängigkeitsbeziehungen zwischen Variablen testen können</li> <li>• selbstständig einfache und fortgeschrittene multivariate Analyseverfahren anwenden können.</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Kenntnisse in „Marketing“ und in Modulen des Gebiets Methoden (z.B. „Multivariate Verfahren“) sind von Vorteil.

	Grundkenntnisse der Statistik werden nachdrücklich empfohlen.	
Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	2	
Übung	1	
Summe	3	
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30	60
Übung	15	45
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, 60 Minuten	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Gesamtnote	Klausur: 100%	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Im Rahmen der Veranstaltung finden punktuell Gastvorträge statt.	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<p>Basisliteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Herrmann, A., Homburg, Ch., Klarmann, M. (2008, Hrsg.), Handbuch Marktforschung, 3. Aufl., Wiesbaden.</li> <li>Homburg, Ch.(2015), Marketingmanagement, 5. erw. Aufl., Wiesbaden.</li> </ul> <p>Ausgewählte Aufsätze als Pflichtlektüre. Weitere Literaturhinweise werden zu Veranstaltungsbeginn gegeben.</p>	

Modultitel	(PN 264910)		
	<b>33901 Masterseminar Marketing (Prof. Dr. Dirk Totzek)</b>		
Moduleinordnung	Vertiefung IMM		
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Dirk Totzek		
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jedes Semester 1 Semester		
Inhalt des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Seminar dient der Verbesserung des selbstständigen wissenschaftlichen Arbeitens im Fach Marketing und als Vorbereitung auf die Masterarbeit.</li> <li>• Die Studierenden fertigen in Einzelarbeit eine Seminararbeit zu Themen aus den Forschungsfeldern des Lehrstuhls an.</li> </ul>		
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden können ein komplexes Forschungsfeld hinsichtlich der zentralen theoretischen Grundlagen und des Stands der empirischen Forschung strukturiert aufarbeiten und eine kritische Bewertung des Standes der Forschung zum Thema vornehmen.</li> <li>• Die Studierenden sind für die Anfertigung ihrer Masterarbeit im Fach Marketing vorbereitet.</li> </ul>		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anfertigung der Seminararbeit in Einzelarbeit</li> <li>• Präsentationen des einzelnen Themas durch die jeweiligen Studierenden</li> </ul>		
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.</p> <p>Empfohlene Voraussetzung: Erfolgreicher Besuch von mindestens zwei Master-Vorlesungen im Fach Marketing, davon mindestens eine am Lehrstuhl für Marketing und Services.</p>		
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:</b>			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Seminar		2	
Summe		2	7
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
		Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit

Seminar	30	180	
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Seminararbeit, 20 bis 25 Seiten Präsentation, ca. 20 Minuten		
Gewichtung der Einzelleistungen in der Gesamtnote	Seminararbeit: 60% Präsentation: 40%		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)			
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eine Liste mit Startliteratur zum Seminararbeits-thema wird zum Start des Seminars über die Be-treuer mitgeteilt.</li> <li>• Basisliteratur: Homburg, Ch. (2015), Marketing-management, 5. erw. Aufl., Wiesbaden.</li> </ul>		

Modultitel	<b>34540 Kundenmanagement</b> (PN 264940)
Moduleinordnung	Vertiefung IMM Grundlagen IMM
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Jan H. Schumann
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jedes Wintersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	Inhalt der Vorlesung sind die Grundlagen des (datenbasierten) Kundenmanagements. Im Rahmen der Vorlesung lernen die Studierenden typische Problemstellungen des Kundenmanagements und deren Lösungsansätze kennen. Dazu werden grundlegende Methoden und Konzepte (z.B. Kundenakquise, Cross-Selling, Kundenbindung, Beschwerdemanagement und Churn) und deren Umsetzung in der Praxis besprochen.
Qualifikationsziele des Moduls	Mit Abschluss des Moduls haben die Studierenden folgende Fähigkeiten erlangt: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundverständnis des CRM-Ansatzes sowie des wertorientierten Kundenmanagements.</li> <li>• Verständnis für den Unterschied zwischen vergangenheitsbezogener Kundenbewertung und prognostizierter Kundenbewertung sowie deren jeweiligen Stärken und Schwächen.</li> <li>• Kenntnis von wichtigen Kundenmanagementstrategien und Kenngrößen.</li> <li>• Verständnis für die spezifischen Herausforderungen, die die Einführung eines wertorientierten Kundenmanagements mit sich bringt und geeignete Ansätze, diesen zu begegnen.</li> <li>• Kritische Auseinandersetzung mit typischen Kundenmanagementszenarien.</li> <li>• Ableitung von Kundenmanagementstrategien auf Basis der Schlüsselgrößen Customer Lifetime Value und Customer Equity.</li> <li>• Bewertung von Handlungsalternativen im Kundenmanagement.</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht

Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang. Grundkenntnisse in „Marketing“ sind vorteilhaft.		
Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Vorlesung		2	
Summe		2	5
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit	
Vorlesung	30	120	
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Endklausur, 60 Minuten		
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Endklausur: 100 %		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Die Veranstaltung wird durch Gastvorträge ergänzt werden.		
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<p>Blattberg, Robert C., Byung-Do Kim and Scott A. Neslin (2008), Database Marketing: Analyzing and Managing Customers, Berlin: Springer.</p> <p>Kumar, V. and Werner Reinartz (2005), Customer Relationship Management: A Databased Approach, Hoboken: John Wiley &amp; Sons</p> <p>Kumar, V. (2008), Managing Customers for Profit, Upper Saddle River: Wharton School Publishing.</p> <p>Aktuelle Forschungsliteratur aus internationalen Fachzeitschriften (wird im Rahmen der Vorlesung angegeben).</p>		

Modultitel	(PN 265100)		
	<b>34530 Service Management</b>		
Moduleinordnung	Vertiefung IMM Grundlagen IMM		
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Jan H. Schumann		
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	WS 2014/15 (danach jedes zweite Wintersemester) 1 Semester		
Inhalt des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Focus on the characteristics of service marketing</li> <li>• Distinction between services and products</li> <li>• Organizational challenges of service management</li> <li>• Tools used to market services</li> <li>• Overarching tools for planning and strategic control such as Customer Relationship Management and examples of selected service industries (media, financial services)</li> </ul>		
Qualifikationsziele des Moduls	<p>At the end of the lecture students will be able to...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ...understand the specific challenges regarding management and marketing of services versus physical products</li> <li>• ...develop and establish the organizational preconditions for an effective service management</li> <li>• ...plan and implement the marketing mix for services</li> <li>• ...obtain a deeper understanding of customers' perceptions of services</li> <li>• ...understand and use management tools such as Customer Relationship Management</li> </ul>		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht		
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang. Grundkenntnisse in „Marketing“ sind vorteilhaft.</p>		
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:</b>			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Vorlesung		2	
Summe		2	5

Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30	120
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung		Endklausur, 60 Minuten
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote		Endklausur: 100 %
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		Die Veranstaltung soll durch Gastvorträge ergänzt werden. Die Veranstaltung findet in <b>englischer Sprache</b> statt.
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)		<p>Fitzsimmons, J.A. &amp; Fitzsimmons, M. J. (2013). Service Management: Operations, Strategy, Information Technology (8<sup>th</sup> ed.). McGraw-Hill: New York.</p> <p>Lovelock, C. &amp; Wirtz, J. (2011). Services Marketing: People, Technology, Strategy (7<sup>th</sup> ed.). Prentice Hall: Upper Saddle River.</p> <p>Meffert, H. &amp; Bruhn, M. (2012). Dienstleistungsmarketing: Grundlagen, Konzepte, Methoden (7. Aufl.). Gabler: Wiesbaden.</p> <p>Wilson, A. et al. (2012). Services Marketing. Integrating Customer Focus Across the Firm. 2. europäische Auflage, New York: McGraw-Hill.</p>

Modultitel	(PN 264840)	
	<b>33750 Konsumentenverhalten</b>	
Moduleinordnung	Vertiefung IMM Grundlagen IMM	
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Jan H. Schumann	
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jedes Sommersemester / 1 Semester <b>(findet im Sommersemester 2016 <u>nicht</u> statt, das Modul wird zum Sommersemester 2017 wieder angeboten)</b>	
Inhalt des Moduls	Das Modul gibt einen Überblick über konsumrelevante Wahrnehmungs-, Bewertungs- und Entscheidungsprozesse im Rahmen der individuellen Informationsverarbeitung. Hierbei werden aktuelle Erkenntnisse aus der Motivations-, Emotions-, Wahrnehmungs- und Sozialpsychologie berücksichtigt und aus einer problem- und managementorientierten Perspektive dargestellt. Zahlreiche Beispiele illustrieren, wie diese grundlegenden theoretischen Prinzipien in der Unternehmenspraxis zur Anwendung kommen können.	
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Durch aktive Teilnahme und das dazugehörige Selbststudium sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die wesentlichen Aussagen der zentralen verhaltenswissenschaftlichen Theorien zu verinnerlichen</li> <li>• verhaltenswissenschaftliche Theorien und Erkenntnisse auf praktische Problemstellungen des Marketing anzuwenden</li> <li>• die Anwendung der Instrumente des Marketing-Mix im Hinblick auf den Konsumenten optimal zu gestalten</li> <li>• die ethischen Konsequenzen der Anwendung der gelernten Inhalte vor dem Hintergrund einer gesamtgesellschaftlichen Verantwortung kritisch zu hinterfragen.</li> </ul>	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Grundkenntnisse in „Marketing“ werden empfohlen.	
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:</b>		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	2	
Summe	2	5

Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30	120
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Endklausur, 60 Minuten	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Endklausur: 100%	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Die Veranstaltung soll durch Gastvorträge ergänzt werden.	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kroeber-Riel, W./Weinberg, P./Gröppel-Klein, A. (2008): Konsumentenverhalten (9. Aufl.), München: Vahlen.</li> <li>• Hoyer, W. D./MacInnis, D. J. (2009): Consumer Behavior, International Edition (5th ed.), Cengage Learning Services.</li> <li>• Trommsdorff, H. (2004): Konsumentenverhalten (6. Aufl.), Stuttgart.</li> </ul>	

Modultitel	(PN 264910)	
	<b>34520 Masterseminar Marketing (Prof. Dr. Jan H. Schumann)</b>	
Moduleinordnung	Vertiefung IMM	
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Jan H. Schumann	
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jedes Sommer- und Wintersemester 1 Semester	
Inhalt des Moduls	<p>Das Seminar dient zur Einführung in das selbstständige wissenschaftliche Arbeiten mit Übungen, Diskussionen und Vorträgen der Studierenden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Es wird jeweils ein Thema aus dem Forschungsfeld des Lehrstuhls angeboten und in Einzelthemen zerlegt, welche die Studierenden in ihrer Seminararbeit bearbeiten.</li> <li>• Der Lehrstuhl bemüht sich zudem um Projekte, die in Kooperation mit Praxispartnern als Einzel- oder Gruppenarbeit bearbeitet werden.</li> </ul>	
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden sind auf ihre Masterarbeit vorbereitet.</li> <li>• Sie können eine wissenschaftliche Arbeit nach den Regeln des wissenschaftlichen Arbeitens formal korrekt, aber auch inhaltlich kreativ erstellen.</li> <li>• Sie können ihre Forschungsergebnisse präsentieren und vor wissenschaftlichen und nichtwissenschaftlichen Publikum auf jeweils geeignetem Niveau verständlich kommunizieren.</li> <li>• Sie sind in der Lage, sowohl qualifizierte Kritik zu üben, als auch kritische Anmerkungen in ihrer Arbeit umzusetzen.</li> </ul>	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstellen einer Seminararbeit</li> <li>• Präsentation von Lernfortschritt und Ergebnis</li> </ul>	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.	
<b>Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:</b>		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Seminar	2	
Summe	2	7

Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Seminar	30	180
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Seminararbeit (15 Seiten) Präsentation (ca. 15 Minuten)	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	i.d.R. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Seminararbeit: 60 %</li> <li>• Zwischenpräsentation: 20 %</li> <li>• Präsentation der Seminararbeit: 20%</li> </ul> Für alle drei Leistungen wird eine Note vergeben.  Bitte beachten Sie, dass sich sowohl die Zusammensetzung als auch die Gewichtung der Teilleistungen je nach Seminar ändern kann. Veränderungen werden rechtzeitig bekannt gegeben.	
Begründung der Prüfungsleistung	Eines der Hauptziele des Moduls „Masterseminar Marketing“ ist es, die Studierenden auf ihre Masterarbeit vorzubereiten. Im Rahmen des Seminars wird den Studierenden vermittelt, wie eine wissenschaftliche Arbeit nach den Regeln des wissenschaftlichen Arbeitens formal korrekt, aber auch inhaltlich kreativ erstellt wird. Durch das Anfertigen einer schriftlichen Seminararbeit lernen die Studierenden aktuelle und relevante Literatur eines Fachgebietes zu identifizieren und zu verstehen sowie komplexes Wissen verständlich darzustellen.  Des Weiteren sollen die Studierenden befähigt werden, ihre Forschungsergebnisse zu präsentieren und vor wissenschaftlichen und nichtwissenschaftlichen Publikum auf jeweils geeignetem Niveau verständlich zu kommunizieren. Durch Präsentationen kann die Fähigkeit zur Teilnahme an fachlichen Diskussionen, die durch die Fragen der Zuhörer initiiert werden, belegt werden.	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	---	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Literatur wird zum Seminarbeginn passend zum Seminarthema bekannt gegeben.	

Modultitel	(PN 264590)	
	<i>nach</i>	<b>Marketingseminar im Fachbereich Marketing und Innovation mit wechselnden Themen</b>
	<i>Ank.</i>	
Moduleinordnung	Vertiefung IMM	
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Jan H. Schumann	
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Nach Ankündigung 1 Semester	
Inhalt des Moduls	<p>Das Seminar dient zur Einführung in das selbstständige wissenschaftliche Arbeiten mit Übungen, Diskussionen und Vorträgen der Studierenden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Es wird jeweils ein Thema aus dem Forschungsfeld des Lehrstuhls angeboten und in Einzelthemen zerlegt, welche die Studierenden in ihrer Seminararbeit bearbeiten.</li> <li>• Der Lehrstuhl bemüht sich zudem um Projekte, die in Kooperation mit Praxispartnern als Einzel- oder Gruppenarbeit bearbeitet werden.</li> </ul>	
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden sind auf ihre Masterarbeit vorbereitet.</li> <li>• Sie können eine wissenschaftliche Arbeit nach den Regeln des wissenschaftlichen Arbeitens formal korrekt, aber auch inhaltlich kreativ erstellen.</li> <li>• Sie können ihre Forschungsergebnisse präsentieren und vor wissenschaftlichen und nichtwissenschaftlichen Publikum auf jeweils geeignetem Niveau verständlich kommunizieren.</li> <li>• Sie sind in der Lage, sowohl qualifizierte Kritik zu üben, als auch kritische Anmerkungen in ihrer Arbeit umzusetzen.</li> </ul>	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forschungsprojekt im Fall der Zusammenarbeit mit einem Praxispartner in Einzel- oder Gruppenarbeit</li> <li>• <u>Oder:</u> Seminararbeit in Einzel- oder Gruppenarbeit</li> <li>• Präsentation von Lernfortschritt und Ergebnis</li> </ul>	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.	
<b>Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:</b>		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Seminar	2	
Summe	2	7

Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Seminar	30	180
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forschungsprojekt im Fall der Zusammenarbeit mit einem Praxispartner in Einzel- oder Gruppenarbeit mit Ergebnisbericht (15 Seiten)</li> <li>• <u>Oder:</u> Seminararbeit in Einzel- oder Gruppenarbeit (15 Seiten)</li> <li>• Präsentation (einzeln oder in der Gruppe, ca. 15 Minuten)</li> </ul>	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	i.d.R. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Seminararbeit 60 %</li> <li>• Zwischenpräsentation 20 %</li> <li>• Präsentation der Seminararbeit 20%</li> </ul> Bitte beachten Sie, dass sich sowohl die Zusammensetzung als auch die Gewichtung der Teilleistungen je nach Seminar ändern kann. Veränderungen werden rechtzeitig bekannt gegeben.	
Begründung der Prüfungsleistung	<p>Eines der Hauptziele des Moduls „Masterseminar im Fachbereich Marketing und Innovation mit wechselnden Themen“ ist es, die Studierenden auf ihre Masterarbeit vorzubereiten. Im Rahmen des Seminars wird den Studierenden vermittelt, wie eine wissenschaftliche Arbeit nach den Regeln des wissenschaftlichen Arbeitens formal korrekt, aber auch inhaltlich kreativ erstellt wird. Durch das Anfertigen einer schriftlichen Seminararbeit lernen die Studierenden aktuelle und relevante Literatur eines Fachgebietes zu identifizieren und zu verstehen sowie komplexes Wissen verständlich darzustellen.</p> <p>Des Weiteren sollen die Studierenden befähigt werden, ihre Forschungsergebnisse zu präsentieren und vor wissenschaftlichen und nichtwissenschaftlichen Publikum auf jeweils geeignetem Niveau verständlich zu kommunizieren. Durch Präsentationen kann die Fähigkeit zur Teilnahme an fachlichen Diskussionen, die durch die Fragen der Zuhörer initiiert werden, belegt werden.</p>	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Gegebenenfalls Zusammenarbeit mit Praxiskooperationspartnern	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Literatur wird zum Seminarbeginn passend zum Seminarthema bekannt gegeben.	

Modultitel	(PN 264700) <b>33155 Strategisches Human Ressourcen Management</b>
Moduleinordnung	Grundlagen IMM Vertiefung IMM
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Marina Fiedler
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Genauere Informationen bezüglich Häufigkeit des Angebots können Sie auf der Lehrstuhlhomepage entnehmen  1 Semester
Inhalt des Moduls	<p>Strategisches Human Ressourcen Management verbindet die Felder Strategisches Management und Human Ressourcen Management zu einem systematischen Bezugsrahmen. Viele Manager und Organisationen erkennen zunehmend, dass Wettbewerbsvorteile oft nicht vom besten Produktdesign, der besten Marketingstrategie oder durch die beste Produktionstechnologie entstehen, sondern durch Nutzung eines effektiven Systems, um Mitarbeiter zu gewinnen, zu mobilisieren und zu managen. Eine Reihe von neueren Entwicklungen, wie beispielsweise der demographische Wandel, schneller technologischer Wandel, gesteigerter weltweiter Wettbewerb und neue Organisationsformen wie virtuelle Teams machen Human Resource Management zunehmend bedeutsam sowohl für Manager in Großunternehmen als auch für Entrepreneure. Dieses Modul hat zwei zentrale Themen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) Wie kann man systematisch und strategisch über Aspekte des Managements von Mitarbeitern nachdenken?</li> <li>(2) Wie kann man Human Resource Management so einsetzen, dass Wettbewerbsvorteile zu erzielen sind?</li> </ol> <p>Zur Untersuchung dieser Fragen wird zunächst die Implementierung von Strategie und die Bedeutung der Ausrichtung der Human Resource Praktiken auf die Strategie thematisiert, so dass HR Management und Strategie konsistent aufeinander abgestimmt sind. Darauf aufbauend werden HR Hebel mit Hilfe von Fallstudien analysiert, die Managern zu Verfügung stehen, um ein effektives Personalsystem zu schaffen.</p> <p>Nähere Informationen zur Veranstaltung finden sich jeweils zum Start der Veranstaltung in StudIP</p>
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenntnis des Zusammenhangs zwischen HRM und Strategie</li> </ul>

Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver Frontalunterricht</li> <li>• Gastvorträge von Experten aus der Praxis der HR Strategie sowie des HR Managements</li> <li>• Bearbeitung und Lösung verschiedener Fallstudien zu unterschiedlichen strategischen Kontexten</li> </ul>																								
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.																								
Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Veranstaltungen</th> <th>SWS</th> <th>LP / ECTS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Vorlesung</td> <td>2</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Summe</td> <td>2</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Präsenzzeit</td> <td>Eigenarbeitszeit</td> </tr> <tr> <td>Vorlesung</td> <td>30</td> <td>120</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS	Vorlesung	2					Summe	2	5	Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)				Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit	Vorlesung	30	120			
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS																							
Vorlesung	2																								
Summe	2	5																							
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)																									
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit																							
Vorlesung	30	120																							
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schriftliche Klausur, 60 Minuten</li> <li>• Fallstudienbearbeitung in Gruppenarbeit, jeweils vor der dazugehörigen Vorlesung in Form von Kurzesays</li> </ul> <p>Beachten Sie hierfür bitte die aktuellen Hinweise in der Veranstaltung sowie im StudIP.</p>																								
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	<p>Klausur: 70%</p> <p>Fallstudienbearbeitung: 30%</p>																								
Begründung der Prüfungsleistung	<p>Die Benotung der von den Gruppen der Studierenden zu erstellenden Fallstudienbearbeitung soll nicht nur den Aufwand reflektieren, den die Studierenden investieren, sondern stellt auch einen wesentlichen Bestandteil des für die Veranstaltung vorgesehenen Lernprozesses dar. In den Fallstudien sollen die Teilnehmer der Veranstaltung das in der Vorlesung erlernte theoretische Wissen praktisch anwenden und in einem Unternehmenskontext vollumfänglich anwenden können. Die Anwendung der erlernten Inhalte soll das Verstehen anstelle eines passiven Lernens begünstigen. Eine solche Aufgabe trägt direkt zur Berufsbefähigung der Studierenden bei, wäre jedoch innerhalb einer 60-minütigen Klausur aufgrund der Länge und Komplexität nicht umsetzbar. Gleichzeitig soll die Erarbeitung dieser Aufgabe darüber hinaus die Fach- und Methodenkompetenz auf individueller Ebene stärken. Eine Rückmeldung durch die Korrektur des Inhalts soll den Studierenden eine Rückmeldung zum eigenen</p>																								

	<p>Kenntnisstand bieten. Auf Basis dieses Zwischenschritts kann im Verlauf der Veranstaltung der Lernprozess der Studierenden enger begleitet werden, mögliche Defizite erkannt und behoben werden. Das Ziel des Moduls, kann daher wesentlich besser und in detaillierterem Ausmaß erreicht werden.</p> <p>Zusätzlich soll das Erarbeiten der Fallstudien in einer Gruppe nicht nur eine sich für die Studierenden im zukünftigen Berufsleben realisierenden Situation darstellen, sondern auch deren Problemlösungskompetenz im Team sowie die damit verbundenen sozialen Fähigkeiten stärken. Zusätzlich zur Fallstudienbearbeitung werden am Ende des Semesters die erlernten theoretischen Kenntnisse im Rahmen einer Klausur auf individueller Ebene bewertet. Dies soll den Lernerfolg des Moduls insgesamt sicherstellen.</p>
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Evtl. Gastvorträge aus der Praxis
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Werden in der Vorlesung und in den zur Vorlesung gehörenden Unterlagen im StudIP bekannt gegeben.
Ansprechpartner für Fragen	Kim Strunk ( <a href="mailto:Kim.Strunk@uni-passau.de">Kim.Strunk@uni-passau.de</a> ) Andreas Ihl ( <a href="mailto:Andreas.ihl@uni-passau.de">Andreas.ihl@uni-passau.de</a> )

Modultitel	(PN 264750) <b>33173 Masterseminar im Bereich Management, Personal und Information</b>
Moduleinordnung (Grundlage oder Vertiefung)	Vertiefung IMM
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Marina Fiedler
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Detaillierte Informationen finden Sie auf der Lehrstuhl-homepage 1 Semester
Inhalt des Moduls	Dieses Seminar thematisiert Fragen zu aktuellen Forschungsbereichen auf den Gebieten Management, Personal und Information
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kennenlernen allgemeine Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten</li> <li>• Verständnis für die jeweilige Themenstellung</li> <li>• Vorbereitung auf die Masterarbeit</li> <li>• Arbeiten im Team</li> <li>• Einblicke in wissenschaftliches Arbeiten</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diskussion und gemeinsame Erarbeitung der Lehrinhalte</li> <li>• Präsentationen einzelner Themen durch die Studierenden</li> </ul>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Das Modul sollte im Masterstudium absolviert werden. Studierende mit erfolgreich abgeschlossenen Masterseminar (Note 2,3 oder besser) werden zu Masterarbeiten am Lehrstuhl zugelassen.

**Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:**

Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Seminar	2	
<b>Summe</b>	<b>2</b>	<b>7</b>
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	<b>Präsenzzeit</b>	<b>Eigenarbeitszeit</b>
Seminar	30	180

Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Theoretische und empirische Seminararbeit (3200 Worte) Präsentation der Ergebnisse in Form eines Referats
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Seminararbeit: 70% Präsentation: 30% Für beide Leistungen wird eine Note vergeben.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Die Teilnehmerzahl der Veranstaltung ist begrenzt
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Literatur wird zum Seminarbeginn passend zum Seminarthema bekannt gegeben
Ansprechpartner für Fragen	Kim Strunk ( <a href="mailto:Kim.Strunk@uni-passau.de">Kim.Strunk@uni-passau.de</a> ) Andreas Ihl ( <a href="mailto:Andreas.ihl@uni-passau.de">Andreas.ihl@uni-passau.de</a> )

Modultitel	(PN 264820)	
Modultitel / Moduleinordnung (Grundlage oder Vertiefung)	<b>32810 Masterseminar im Fach Organisation, Technologiemanagement und Entrepreneurship</b>	
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Carolin Häussler	
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jeweils im Sommersemester 1 Semester	
Inhalt des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dieses Seminar thematisiert Fragen zu aktuellen Forschungsbereichen im Bereich Organisation, Technologiemanagement und Entrepreneurship</li> <li>• Die Studierenden erstellen eine Seminararbeit und präsentieren diese</li> <li>• Sie befassen sich außerdem mit den Seminararbeiten ihrer Mitstudierenden und kommentieren diese durch ein Korreferat</li> </ul>	
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorbereitung auf die Masterarbeit</li> <li>• Kennenlernen der Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten</li> <li>• Sorgfältige Aufarbeitung eines aktuellen Themas im Fachgebiet nach den Regeln des wissenschaftlichen Arbeitens</li> <li>• Präsentation der wissenschaftlichen Arbeit mit anschließender Diskussion</li> <li>• Kritische Auseinandersetzung mit den Arbeiten anderer Seminaristen</li> <li>• Anfertigen und präsentieren eines Korreferats</li> </ul>	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diskussion und gemeinsame Erarbeitung der Lehrinhalte</li> <li>• Präsentationen einzelner Themen durch die Studierenden</li> </ul>	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Das Modul sollte im Masterstudium absolviert werden. Studenten mit erfolgreich abgeschlossenem Masterseminar werden bevorzugt zu Masterarbeiten am Lehrstuhl zugelassen.	
<b>Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:</b>		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Seminar	2	

Summe	2	7
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Seminar	30	180
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Portfolio aus Seminararbeit (12 Seiten), Referat (ca. 20 Minuten), Ko-Referat (ca. 7 Minuten)</li> </ul>	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Seminararbeit: 60% Referat und Ko-Referat: 40% Für beide Leistungen wird eine Note vergeben.	
Begründung der Prüfungsleistung	Die Prüfungsleistung setzt sich aus einer schriftlichen und mündlichen Prüfung zusammen. Neben der Seminararbeit ist insbesondere die Präsentation der eigenen Arbeit sowie die Bewertung und Diskussion der wissenschaftlichen Arbeit anderer Seminaristen/Seminaristinnen eine wichtige Kompetenz des Wissenschaftsbetriebs und ergänzt das Wissen der Teilnehmer/ -innen über die eigene Themenstellung hinaus.	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Literatur wird zum Seminarbeginn passend zum Seminarthema bekannt gegeben	

Modultitel	(PN 265030) <b>32842 Masterseminar Innovation Lab</b>
Moduleinordnung (Grundlage oder Vertiefung)	Vertiefung IMM
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Carolin Häussler Patrick Figge
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	im Sommersemester 2014 1 Semester
Inhalt des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Um langfristig Innovationen hervorzubringen und auf neue Technologien und Wettbewerber zu reagieren, müssen Unternehmen im Innovationsmanagement neue Wege zur Generierung von Innovationen bestreiten.</li> <li>• Im Seminar lernen die Studierenden Konzepte des offenen Innovationsmanagements, wie z.B. die Lead-User-Methode, Design-Thinking und User Toolkits for Innovation, sowie insbesondere ihre Anwendung in der Unternehmenspraxis kennen.</li> <li>• Im Seminar wenden die Studierenden Methoden zur Ideengenerierung an und erarbeiten innovative Ideen als potentielle Lösungen für ein reales Innovationsprojekt aus der Unternehmenspraxis</li> </ul>
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eigenständige Einarbeitung in das Wettbewerbsumfeld und die Herausforderungen für das Innovationsmanagement in der betrachteten Branche</li> <li>• Eigenständiges Erarbeiten (einzeln und in Gruppen) kreativer Lösungen für Innovationsaufgaben aus der Unternehmenspraxis</li> <li>• Anwendung von Konzepten zur Ideengenerierung</li> <li>• Präsentation der erarbeiteten Ideen und Problemlösungen durch die Studierenden mit anschließender Diskussion</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diskussion und gemeinsame Erarbeitung der Lehrinhalte</li> <li>• Präsentation der potentieller Problemlösungen durch die Studierenden</li> </ul>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.

Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Seminar	2	
Summe	2	5
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Seminar	30	120
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Portfolio aus Fallstudienbearbeitung als Individualleistung (6 Seiten). Erarbeitung und Präsentation (ca. 30 Min.) von Lösungen für eine Innovationsaufgabe in Gruppenarbeit.</li> </ul>	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Fallstudienbearbeitung: 40% Präsentation während des Innovationsworkshops: 60% (etwaige Änderungen werden zu Seminarbeginn bekannt gegeben) Für beide Leistungen wird eine Note vergeben.	
Begründung der Prüfungsleistung	Die Teilnahme an der Gruppenarbeit ist Voraussetzung für den Scheinerwerb, da es sich um eine eintägige Kompaktveranstaltung handelt und eine Prüfung des Lernerfolges anderweitig in diesem Falle nicht möglich ist.	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Literatur wird zum Seminarbeginn bekannt gegeben.	

Modultitel	(PN 264501)		
	<b>32850 Masterkolloquium im Fach Organisation, Technologiemanagement und Entrepreneurship</b>		
Moduleinordnung (Grundlage oder Vertiefung)	Vertiefung IMM		
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Carolin Häussler		
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jedes Semester 1 Semester		
Inhalt des Moduls	Das Kolloquium ermöglicht den Studierenden die eigene Masterarbeit im Plenum zu präsentieren und zu diskutieren.		
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reflektion des eigenen wissenschaftlichen Vorgehens</li> <li>• Verständnis für wissenschaftliches Arbeiten</li> <li>• Präsentationsfähigkeiten</li> <li>• Umgang mit Kritik und Umsetzen kritischer Anmerkungen</li> </ul>		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diskussion und gemeinsame Erarbeitung der Lehrinhalte</li> <li>• Präsentation einzelner Themen durch die Studierenden</li> </ul>		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Das Modul ist begleitend zur Erstellung der Masterarbeit zu absolvieren.		
<b>Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:</b>			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Kolloquium		2	
Summe		2	3
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
	Präsenzzeit		Eigenarbeitszeit
Kolloquium	30	60	

<p>Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung</p>	<p>Vorstellen der Zwischenergebnisse der eigenen wissenschaftlichen Arbeit Mündliche Arbeit</p>
<p>Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote</p>	
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	<p>Bitte die Regelungen zur Anmeldung von Abschlussarbeiten am Lehrstuhl beachten. Die Zulassung zur Abschlussarbeit gilt als Voraussetzung für die Teilnahme am Kolloquium.</p>
<p>Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)</p>	<p>Eine erste Literaturliste wird im ersten Betreuungsgespräch zur Verfügung gestellt.</p>

Modultitel	(PN 265070)	
	<b>38561 Managing and Leading Strategic Innovation and Change</b>	
Moduleinordnung (Grundlage oder Vertiefung)	Vertiefung IMM	
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Andreas König	
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jeweils im Sommersemester 1 Semester	
Inhalt des Moduls	Over the past decades, few challenges have become more vital to organizations that creating value and growth through strategic innovation. This course illuminates the focal issues involved in such breakthroughs of creating and capturing value in an industry. Our journey starts by looking at the specific difficulties of incumbent firms when engaging in strategic innovation and ends by investigating the opportunities that emerge as a consequence of the inertia of incumbent organizations. We particularly focus on how leaders of teams and organizations can shape strategic change, both by looking at real-life cases and by reading, and reflecting on, state-of-the-art scholarly work on strategic innovation.	
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sound understanding of what strategic innovation is</li> <li>• Sound understanding of the specific challenges involved in strategic innovation</li> <li>• The ability to apply recent frameworks and knowledge to real-life cases of strategic change, both from the perspective of established organizations as well as entrepreneurial start-ups</li> </ul>	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver Unterricht</li> <li>• Kritische Reflektion aktueller wissenschaftlicher Literatur</li> <li>• Bearbeitung und Präsentation von Fallstudien und Übungsaufgaben</li> </ul>	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.	
<b>Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:</b>		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	2	

Summe	2	5
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30	120
Übung		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung		Klausur, 60 Minuten
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote		Klausur 100%
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		Veranstaltungssprache: Englisch
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)		Wird zu Beginn der Veranstaltung bekanntgegeben.

Modultitel	(PN 264502)		<b>38567 Corporate Strategy and Innovation</b>
Moduleinordnung (Grundlage oder Vertiefung)	Vertiefung IMM		
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Andreas König		
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jeweils im Wintersemester 1 Semester		
Inhalt des Moduls	This course focuses on selected theories, concepts, and tools of strategic management in multibusiness firms. In contrast to business strategy, which focuses on the creation and capturing of competitive advantage, corporate level strategy deals with the challenge of designing a portfolio of businesses and managing it in a way that adds value to the overall firm. In this course, we address the fundamental challenges of corporate strategy, including (1) diversification and portfolio planning; (2) mergers, acquisitions, and divestitures; and (3) the roles and instruments of the corporate center. Above and beyond these issues, we aim to shed light on an issue that has been highlighted in recent research: the role of the corporate center in fostering or deflecting (discontinuous) innovation and change, and the dynamic capabilities involved.		
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sound understanding of the focal challenges of corporate strategy</li> <li>• The ability to apply classic instruments of corporate strategy to real-life cases</li> <li>• Ability to critically assesses the tools of corporate strategy in the context of discontinuous change and to develop corporate strategies for conglomerates active in dynamic environments</li> </ul>		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver Unterricht</li> <li>• Fallstudien mit Übungsaufgaben</li> </ul>		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.		
<b>Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:</b>			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Vorlesung		2	

Summe	2	5
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30	120
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Klausur, 60 Minuten	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Klausur: 100%	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Veranstaltungssprache: Englisch	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekanntgegeben.	

Modultitel	(PN 265080)		
	<b>38564 Management in the Movies</b>		
Moduleinordnung (Grundlage oder Vertiefung)	Vertiefung IMM		
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Andreas König		
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jeweils im Sommersemester 1 Semester		
Inhalt des Moduls	<p>In this highly interactive seminar, we explore central issues and theories of Strategic Management, Leadership, and Innovation by using cinema movies as case studies. Goal of the seminar is to gain a profound, grounded, and “engaged” (Van de Ven, 2007) understanding of the challenges organizational leaders face when steering individuals, teams, and organizations towards organizational aims. At the end of the seminar, participants will produce their own short movies and appropriate facilitation materials on a specific management-related topic.</p>		
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A sound understanding of central challenges organizational leaders face when steering individuals, teams, and organizations towards organizational aims</li> <li>• The ability to reflect on and critically assess real-life managerial challenges</li> <li>• The ability to apply instruments of leadership to real-life managerial issues, particularly in the context of innovation and change</li> </ul>		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktive Diskussion</li> <li>• Diskursive Reflektion</li> <li>• Action Learning</li> </ul>		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.		
<b>Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:</b>			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Seminar		2	
Summe		2	7
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			

		Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30		180
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung		Portfolio aus <ul style="list-style-type: none"> <li>• Präsentation (einschließlich Film) (ca. 45 Minuten) und</li> <li>• Hausarbeit (Teaching Notes und kommentiertes Drehbuch, 15 Seiten)</li> </ul>	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote		40% Präsentation 60% Hausarbeit Für beide Leistungen wird eine Note vergeben	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		Veranstaltungssprache Englisch	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)		Van de Ven, A. H. 2007. <b>Engaged scholarship. A guide for organizational and social research.</b> New York: Oxford University Press.  Weitere Literatur wird zu Beginn des Seminars bekanntgegeben.	

Modultitel	(PN 265080)		<b>38568 Strategy and Innovation Consulting</b>
Moduleinordnung (Grundlage oder Vertiefung)	Vertiefung IMM		
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Andreas König		
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jeweils im Sommersemester 1 Semester		
Inhalt des Moduls	Over the past decades, management consulting has evolved into one of the most important fields of application for theory on strategy and innovation. Consulting services are not only provided by big external players such as BCG and McKinsey, but also by a wide array of service functions within medium-sized and large enterprises. However, what is consulting really? And how does successful strategy and innovation consulting work? In this unique and newly designed seminar, participants develop a profound understanding of the process and powerful consulting techniques in order to be prepared for a task that has become quintessential in today's organizations.		
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A sound understanding of central issues of the challenges involved in management consulting</li> <li>• The ability to reflect on and critically assess real-life consulting challenges such as management of, and exchange with, information, management of data, leading terms, pitching for projects</li> <li>• The ability to apply instruments of consulting to real-life managerial issues, particularly in the context of strategic innovation and change</li> </ul>		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver Unterricht</li> <li>• Praktische Übungen und Fallstudien</li> <li>• Praxisvorträge</li> </ul>		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.		
<b>Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:</b>			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Seminar		2	

Summe	2	7	
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit	
Seminar	30	180	
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Portfolio aus Präsentation (ca. 30 Minuten) und</li> <li>• Hausarbeit (10 Seiten)</li> </ul>		
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Präsentation 40%</li> <li>• Hausarbeit 60%</li> </ul> <p>Für beide Leistungen wird eine Note vergeben.</p>		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Veranstaltungssprache: Englisch</li> <li>• Kooperation mit Praxispartnern aus der Beratung</li> </ul>		
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekanntgegeben.		

Modultitel	(PN 264260) <b>34083 Regionalisierung und Globalisierung</b>
Moduleinordnung	Grundlagen IMM Vertiefung IMM
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Carola Jungwirth
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jeweils im Sommersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Analyse von Unternehmensstrategien im Spannungsfeld zwischen Regionalisierung und Globalisierung steht im Fokus der Veranstaltung.</li> <li>• Die Idee einer vollständigen Globalisierung wird kritisch betrachtet, da multinationale Konzerne sehr viel stärker regional verankert sind als bisher angenommen.</li> <li>• Im Modul Regionalisierung und Globalisierung untersuchen wir die Standortwahlentscheidungen von Unternehmen.</li> <li>• Das Modul betrachtet die Europäische Union als Handlungsrahmen. Hierbei wird analysiert, inwiefern Europa als Antwort auf Marginalisierung der Nationalstaaten betrachtet werden kann und inwiefern sich die EU im Spannungsfeld zwischen regulativer und deregulativer Politik befindet.</li> <li>• Wichtige Konzepte des Moduls sind Theorien multinationaler Unternehmen, die Standortwahlüberlegungen von Buckley und Ghauri (1999) sowie Branchen- und Produkteigenschaften als zentrale Determinante für das Globalisierungspotential. Außerdem werden wichtige Europakonzepte und die EU als politischer und wirtschaftlicher Handlungsrahmen analysiert.</li> <li>• Das Modul stellt ausführliches Zahlenmaterial vor und stützt sich auf aussagekräftige Fallstudien.</li> </ul>
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden verstehen die Internationalisierungs- und Standortwahlentscheidungen von multinationalen Unternehmen.</li> <li>• Die Studierenden können wichtige Treiber und Determinanten der Internationalisierung identifizieren.</li> <li>• Sie kennen Analysemethoden, mit deren Hilfe lokale Ressourcen auf ihre internationale Einsetzbarkeit überprüft werden können und können diese auf verschiedene Branchen und Kontexte übertragen.</li> <li>• Sie kennen die institutionellen und politischen Rahmenbedingungen der Europäischen Union.</li> <li>• Sie kennen wichtige Europakonzepte und das Spannungsfeld zwischen Regulierung und Deregulierung, in dem sich die EU bewegt.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sie lernen, wissenschaftliche Inhalte eigenständig zu erarbeiten und Vorlesungen interaktiv mit zu gestalten.</li> </ul>		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>Interaktiver Frontalunterricht</li> <li>Diskussion und gemeinsame Erarbeitung der Lehrinhalte</li> </ul>		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.		
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:</b>			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Vorlesung		2	
Summe		2	5
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
	Präsenzzeit		Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30	120	
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Klausur	Endklausur Teilnahme an der Endklausur 60 Minuten		
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Endklausur: 100%		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Die Studierenden finden die gesamte, der Vorlesung zugrunde liegende Literatur auf StudIP bzw. im Handapparat der Bibliothek. Grundlage für den Prüfungsstoff der Endklausur ist die Literatur, die jeweils vor der Vorlesung vorbereitet sein sollte		
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Buckley, P. J. and Ghauri, P. N. (Eds.), 1999. Internationalization of the firm: a reader. London: Thomson Business Press.</li> <li>Buckley, P. J. and Ghauri, P. N., 2004. Globalisation, economic geography and the strategy of multinational enterprises. <i>Journal of International Business Studies</i>, 35(2), pp. 81-98.</li> <li>Weitere ausgewählte Aufsätze</li> </ul>		

Modultitel	(PN 264570) <b>34075 Masterseminar im Fach Internationales Management</b>
Moduleinordnung	Vertiefung IMM
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Carola Jungwirth
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Nach Ankündigung 1 Semester
Inhalt des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ein ausgewähltes Thema, das einen Forschungsschwerpunkt des Lehrstuhls vertieft, dient als Einstiegspunkt in das wissenschaftliche Arbeiten und als Vorbereitung für eine Master-Arbeit</li> <li>• Die Studierenden führen eine wissenschaftliche Recherche in Gruppenarbeit durch und präsentieren die Ergebnisse</li> <li>• Die Studierenden leiten eine Diskussion zu ihrem Thema</li> <li>• Sie befassen sich außerdem mit den Rechercheergebnissen ihrer Mitstudierenden.</li> </ul>
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden sind auf ihre Master-Arbeit vorbereitet</li> <li>• Sie können ein Forschungsthema identifizieren und eigenständig eine Methode zu deren Bearbeitung wählen</li> <li>• Sie können eine wissenschaftliche Arbeit nach den Regeln des wissenschaftlichen Arbeitens formal korrekt, aber auch inhaltlich kreativ erstellen</li> <li>• Sie können ihre Forschungsergebnisse präsentieren und vor wissenschaftlichen und nicht-wissenschaftlichen Publikum auf jeweils geeignetem Niveau verständlich kommunizieren</li> <li>• Sie sind in der Lage, qualifiziert Kritik – sowohl positive als auch negative – zu üben</li> <li>• Sie sind in der Lage eine konstruktive Diskussion zu leiten</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diskussion und gemeinsame Erarbeitung der Lehrinhalte</li> <li>• Präsentationen einzelner Themen durch die Studierenden</li> <li>• Verfassung einer wissenschaftlichen Arbeit</li> </ul>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.

Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Seminar	3	
<b>Summe</b>	<b>3</b>	<b>7</b>
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Seminar	45	165
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten Leistungspunkten / Dauer der Prüfung	Seminararbeit (ca. 6 Seiten) Referat (ca. 10 Minuten) Diskussionsleitung (ca. 50 Minuten)	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Seminararbeit 50% Referat und Diskussion (Einzelleistung) 25% Referat und Diskussion (Gruppenleistung) 25%	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-----	
Begründung der Prüfungsleistung		
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Literatur wird zum Seminarbeginn passend zum Seminarthema bekannt gegeben	

Modultitel	(PN 264830)	
	<b>32840 Masterseminar Empirical Entrepreneurship Research</b>	
Moduleinordnung	Vertiefung IMM	
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Carolin Häussler Dipl.-Kfm. Bastian Rake	
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	unregelmäßig 1 Semester	
Inhalt des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empirische Analysen sind sowohl in der Wissenschaft als auch in der Unternehmenspraxis weit verbreitet und dienen als Grundlage für Handlungsempfehlungen an Politik und Management</li> <li>• Im Seminar werden die Grundlagen empirischer Arbeit und die Interpretation der Ergebnisse anhand aktueller Themen der empirischen Entrepreneurshipforschung vermittelt</li> <li>• Im Tutorium erlernen die Studierenden die praktische Anwendung empirischer Methoden mit der Statistik-Software Stata</li> </ul>	
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in die Methodik der empirischen Innovationsforschung</li> <li>• Anwendung empirischer Methoden mit der Statistik-Software Stata</li> <li>• Sorgfältige schriftliche Bearbeitung eines aktuellen Themas im Bereich empirischer Entrepreneurshipforschung unter selbständiger Anwendung empirischer Methoden; bei der Hausarbeit analysieren die Studierenden eine selbstgewählte Fragestellung unter Zuhilfenahme der vermittelten empirischen Methoden</li> </ul>	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diskussion und gemeinsame Erarbeitung der Lehrinhalte</li> <li>• Präsentationen einzelner Themen durch die Studierenden</li> </ul>	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.	
<b>Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:</b>		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Seminar	2	
Summe	2	7

Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Seminar	30	180
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Dauer der Prüfung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Portfolio aus Seminararbeit (12 Seiten), Referat (ca. 20 Minuten), Koreferat (ca. 7 Minuten)</li> </ul>	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Seminararbeit: 60% Referat und Koreferat: 40% Für alle drei Leistungen wird eine Note vergeben	
Begründung der Prüfungsleistung	Die Prüfungsleistung setzt sich aus einer schriftlichen und mündlichen Leistung zusammen. Neben der Seminararbeit ist insbesondere die Präsentation der eigenen Arbeit sowie die Bewertung und Diskussion der wissenschaftlichen Arbeit andere Seminaristen/Seminaristinnen eine wichtige Kompetenz des Wissenschaftsbetriebs und ergänzt das Wissen der Teilnehmer/-innen über die eigene Themenstellung hinaus.	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Literatur wird zum Seminarbeginn bekannt gegeben	

Modultitel	(PN 264730) <b>PHIL Organisationskultur(en) und internationaler Transfer - Europa-Amerika</b>
Moduleinordnung (Grundlage oder Vertiefung)	Vertiefung IMM
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Christoph Barmeyer
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	unregelmäßig 1 Semester
Inhalt des Moduls	<p>Hinter dem Schlagwort Organisationskultur verbirgt sich ein in Nordamerika und Europa weit verbreitetes Konzept mit von Mitarbeitern geteilten Denkfiguren, Hintergrundüberzeugungen, Wertvorstellungen und Handlungsmustern, die zielführende Kommunikation und Kooperation innerhalb Organisationen ermöglichen. Organisationskultur soll eine wichtige Funktion in Organisationen erfüllen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sie konstituiert die gemeinsame Identität der Organisationsmitglieder,</li> <li>• gibt Orientierung und Entscheidungshilfen</li> <li>• und prägt so das Handeln der Mitarbeiter.</li> </ul> <p>Hierdurch kann sie die Effizienz der Organisation erhöhen.</p> <p>Im Rahmen der Internationalisierung von Unternehmen wird versucht, einheitliche „globale Organisationskulturen“ an weltweite Unternehmensstandorte zu transferieren und implementieren – nicht immer mit Erfolg, weil klassische Organisations-Dilemmata wie lokal-global, zentral-dezentral, homogen-heterogen erschwerend wirken und weil Organisationskultur nicht universell ist, sondern kontextbezogen und häufig auf spezifischen kulturellen Werten und Praktiken basiert.</p>
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Ziele des Seminars sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwicklungen, Modelle, Konzepte und Instrumente von Organisationskultur darzustellen.</li> <li>• kulturraumspezifische Ausprägungen zu illustrieren und kritisch zu diskutieren.</li> <li>• komparative und interkulturelle Aspekte mit Fallbeispielen zu vertiefen.</li> <li>• Auch werden europäische Perspektiven den US-amerikanischen – etwa durch den internationalen Transfer – gegenübergestellt</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diskussion und gemeinsame Erarbeitung der Lehrinhalte</li> <li>• Präsentationen einzelner Themen durch die Studierenden</li> </ul>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.

	Bachelor-Abschluss in einem kulturwissenschaftlichen oder wirtschaftswissenschaftlichen Studiengang.	
Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Seminar	2	
Summe	2	10
Aufteilung des Workload (jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein. Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30	270
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten Leistungspunkten / Dauer der Prüfung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Portfolio aus Seminararbeit (20 Seiten) und Referat (ca. 20 min.)</li> </ul>	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Seminararbeit (50%) Referat (50%) Für beide Teilleistungen wird eine Note vergeben.	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Da es sich um eine Veranstaltung des Lehrstuhls für Interkulturelle Kommunikation handelt, wird die interdisziplinäre Veranstaltung von Studierenden verschiedener Fakultäten besucht. Der Anteil der Studierenden einzelner Studiengänge wird in der ersten Sitzung festgelegt. Bitte melden Sie sich bei Interesse unbedingt über stud.ip an.	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Literatur wird zum Seminarbeginn passend zum Veranstaltungsthema über stud.ip bekannt gegeben.	

Modultitel	(PN 264740)	
	<b>PHIL    Gestion européenne et interculturelle des Ressources Humaines</b>	
Moduleinordnung (Grundlage oder Vertiefung)	Vertiefung IMM	
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Christoph Barmeyer	
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	unregelmäßig 1 Semester	
Inhalt des Moduls	<p>L'internationalisation des entreprises qui oblige les employés et les cadres à gérer des organisations, des femmes et des hommes dans des contextes divers, multi-culturels touche enfin, depuis quelques années, la GRH. En tant qu'acteur d'internationalisation, la GRH joue un rôle important dans ce processus pour les entreprises. Sa fonction stratégique vise à développer l'organisation et les cadres en prenant en considération le précieux « capital humain » et en créant de la valeur pour l'entreprise pour qu'elle reste compétitive.</p> <p>Ainsi la GRHI (Gestion des Ressources Humaines Internationales) doit concilier création de valeurs et responsabilité sociale. Le succès des stratégies et des pratiques de la GRH internationales dépend des compétences des acteurs de la fonction GRH, qu'ils doivent eux-mêmes élargir et approfondir.</p>	
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Le but de ce cours est de fournir aux étudiants des concepts, outils et exemples de cas pratiques pour mieux comprendre et gérer la complexité de la GRH dans un contexte international et européen.</p> <p>Ainsi il sensibilise aux dimensions interculturelles et européennes et montre comment mieux gérer la diversité des approches en adéquation avec des contextes spécifiques.</p>	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diskussion und gemeinsame Erarbeitung der Lehrinhalte</li> <li>• Präsentationen einzelner Themen durch die Studierenden</li> </ul>	
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sehr gute Französischkenntnisse empfohlen.</li> <li>• Einführende Veranstaltungen zur Interkulturellen Kommunikation oder Personalmanagement empfohlen</li> </ul>	
<b>Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:</b>		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Seminar	2	

Summe	2	10
Aufteilung des Workload (jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein. Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30	270
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten Leistungspunkten / Dauer der Prüfung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Portfolio aus Seminararbeit (20 Seiten) und Referat (ca. 20 min.)</li> </ul>	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Seminararbeit (50%) Referat (50%) Für beide Leistungen wird eine Note vergeben.	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Da es sich um eine Veranstaltung des Lehrstuhls für Interkulturelle Kommunikation handelt, wird die interdisziplinäre Veranstaltung von Studierenden verschiedener Fakultäten besucht. Der Anteil der Studierenden einzelner Studiengänge wird in der ersten Sitzung festgelegt. Bitte melden Sie sich bei Interesse unbedingt über stud.ip an.	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Literatur wird zum Seminarbeginn passend zum Veranstaltungsthema über stud.ip bekannt gegeben.	

Modultitel	(PN 264960) <b>39025 5-Euro-Business-Wettbewerb</b>
Moduleinordnung (Pflicht, Wahl oder Schwerpunkt)	Schwerpunkt International Management und Marketing
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Akad. Oberrat Dr. Achim A. Dilling
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jeweils im Sommersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	<p>Eine wesentliche Zielsetzung dieses Seminars ist es, Studierende zu <b>motivieren</b>, sich mit dem Thema <b>Existenzgründung</b> auseinander zu setzen. Sie können in einer zugleich realen aber auch spielerischen Situation erste <b>Praxiserfahrungen</b> sammeln und damit ihre beruflichen Perspektiven erweitern. So erhalten sie einen Eindruck von <b>wirtschaftlichen Zusammenhängen</b> und den Bedingungen, unter welchen <b>unternehmerische Entscheidungen</b> getroffen werden. Unternehmerisches Denken und Handeln wird angeregt und eingeübt.</p> <p><b><u>Ablauf</u></b></p> <p>Beim 5-Euro-Business-Wettbewerb können Studierende sich während eines Semesters als Unternehmer versuchen.</p> <p>Sie erhalten ein Startkapital von fünf Euro und entwickeln gemeinsam im Team eine Geschäftsidee, die sie innerhalb der Unternehmensphase auf dem "realen" Markt umsetzen. In Crashkursen zu den Themen "Ideenentwicklung", "Projektmanagement", "Marketing" und "Finanzen" werden die Teilnehmer mit dem notwendigen Grundwissen ausgestattet. In einem Handbuch (siehe Literaturliste) können alle wichtigen Informationen nachgelesen werden.</p> <p>Am Ende der Unternehmensphase treten die Teams im Rahmen der offiziellen Abschlussveranstaltung gegeneinander an. Dort präsentieren sie ihr Unternehmen, ihre Strategien und Ergebnisse vor einer fachkundigen Jury. Auf die drei Siegerteams warten wertvolle Preise.</p> <p>Während der gesamten Projektdauer werden die Teilnehmer kontinuierlich von einem Betreuungsteam an ihrer Hochschule begleitet und beraten.</p> <p>Jeder Teilnehmer erhält nach Abschluss des Wettbewerbes ein Zertifikat.</p>
Qualifikationsziele des Moduls	<p><b>Fachliche Qualifikationen:</b></p> <p>In Präsenzveranstaltungen zu den Themen "Ideenentwicklung", "Projektmanagement", "Marketing" und "Finanzen" werden die Teilnehmer mit dem für Unterneh-</p>

	mensgründungen notwendigen Grundwissen ausgestattet. <b>Schlüsselqualifikationen:</b> Eigeninitiative, Entscheidungsfreude, Teamfähigkeit, Kreativität und Selbstständigkeit.												
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver Frontalunterricht</li> <li>• Problemorientiertes Lernen (POL), angeleitet durch den Dozenten und Wirtschaftspaten aus der betrieblichen Praxis</li> </ul>												
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.												
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workloads:</b>													
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Veranstaltungen</th> <th>SWS</th> <th>LP / ECTS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Vorlesung</td> <td>2</td> <td rowspan="2"></td> </tr> <tr> <td>Übung</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Summe</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table>			Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS	Vorlesung	2		Übung	2	Summe	4	5
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS											
Vorlesung	2												
Übung	2												
Summe	4	5											
Aufteilung der Workload (jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein. Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)													
<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Präsenzzeit (in Std.)</th> <th>Eigenarbeitszeit (in Std.)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Vorlesung</td> <td>30</td> <td>45</td> </tr> <tr> <td>Übung</td> <td>30</td> <td>45</td> </tr> </tbody> </table>				Präsenzzeit (in Std.)	Eigenarbeitszeit (in Std.)	Vorlesung	30	45	Übung	30	45		
	Präsenzzeit (in Std.)	Eigenarbeitszeit (in Std.)											
Vorlesung	30	45											
Übung	30	45											
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Dauer der Klausur	Geschäftsbericht zur Unternehmensgründung / Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen sowie Erstellung des Geschäftsberichts / eine Hausarbeit im Bereich Unternehmensgründung												
Gewichtung der Einzelleistungen in der Gesamtnote	Geschäftsbericht 50% Seminararbeit 50 %												
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	---												
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Handbuch zum 5-Euro-Business-Wettbewerb unter: <a href="http://www.5-euro-business.de/download/Handbuch_SoSe_2013.pdf">http://www.5-euro-business.de/download/Handbuch_SoSe_2013.pdf</a>												

Module title	(PN 265103) <b>34084 Alliance and Network Strategy</b>
Applicability (Basics, Extension module)	Extension module IMM (Vertiefung IMM)
Name of instructor	Dr. Elisabeth Müller
Frequency and duration of the course	Every summer term 1 semester
Module content	<p>This course introduces students to the issues and analytical arguments related to cooperative relationships (strategic alliances and networks). Cooperative relationships have emerged as inter-organizational designs that may enable companies to improve their competitive position in the market.</p> <p>Research shows that strategic alliances and networks, and cooperative relationships in general, have the potential to play a key role for the economic success of companies as companies are facing increasingly complex and challenging competitive environments (e.g. global competition, rapid technological change, resources shortages).</p> <p>This course deals with the questions of how and under which conditions companies should engage in alliances and networks in order to gain competitive advantages over their competitors.</p> <p>Based on various theoretical perspectives, empirical insights, and real-world case studies, we examine the following topics in detail:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formation of alliances and networks</li> <li>• Governance of alliances and networks</li> <li>• Innovation and internationalization strategies in alliances and networks</li> <li>• Performance of alliances and networks</li> </ul>
Course objectives	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Students are enabled to evaluate the challenges of structurally coordinating and managing inter-organizational relationships within an alliance or a network.</li> <li>• They are able to understand, present, and discuss current scientific work on alliances and networks.</li> <li>• They are enabled to apply their knowledge of different theoretical concepts to analyze real-world case studies on alliances and networks.</li> <li>• They are able to explain topics related to alliances and networks in a knowledgeable way, for example in a consultancy environment, and to analyze problems in great detail.</li> <li>• Based on this lecture, the students are able to write a</li> </ul>

	master thesis in the field of „Alliance and Network Strategy”.	
Teaching methods	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interactive lecture</li> <li>• Discussion of the contents in class</li> <li>• Presentations held by students</li> </ul>	
Requirements of participation	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.	
Distribution / Workload:		
Course	SWS	LP / ECTS
Lecture	2	
Sum	2	5
Distribution of the workload (every sem./hrs. has been calculated to be 60 minutes. 15 semester weeks are expected, which leads to 14 lectures + 1 exam period)		
	Attendance (in hrs.)	Self-study (in hrs.)
Lecture	30	120
Type of exam/ Requirements for the granting of credits/ Duration of exam	<p>Oral examination: Group presentation (20 min.) and discussion (20 min.) of a scientific paper Written examination: Case study analysis, 3 pages</p> <p>Both the written and the oral performance have to be passed at least with the grade 4.0 in order to pass the module as a whole.</p>	
Reasons for dividing the examinations in different parts	<p>Dividing the overall examination into different parts is necessary to ensure that students meet the learning objectives of the module on different qualification levels. In the oral examination, students demonstrate their abilities to present a scientific paper in a comprehensive way, to discuss it against a broader research context, and to lead a discussion on it with the entire class. Advancing these abilities significantly enhances students’ academic qualifications.</p> <p>Furthermore, preparing a presentation in a team is not only meant to prepare the students for future requirements in diverse work environments but also to help them improve their problem-solving competences and social capabilities within a group.</p> <p>In the written examination, students demonstrate their abilities to analyze entrepreneurial and managerial questions related to alliances and networks and to apply the theoretical knowledge acquired in class in answering practical case study questions.</p> <p>Applying the acquired knowledge is meant to help the students gain a profound understanding of the class’ con-</p>	

	tents instead of only passively memorizing them. This learning objective directly promotes the students' employability but is too complex in nature to be achieved if the students were evaluated based on a single final exam.
Weighting of individual performances/ final mark	Oral examination: 60% (divided into a grade for the team (30%) and an individual grade (30%)) Written examination: 40%  Both the written and the oral examination have to be passed at least with the grade 4.0 in order to pass the module as a whole.
Other remarks (e.g. Online-component, practical examples, guest lectures, etc.)	<b>Please follow the updates on the webpage of the Chair of International Management (<a href="http://www.wiwi.uni-passau.de/internationales-management/">http://www.wiwi.uni-passau.de/internationales-management/</a>) for further important information on this course!</b>  Please note: students who have already taken the exam "Netzwerkmanagement" <u>will not be allowed</u> to participate in this class.  Language of the course: English
Recommended literature	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selected articles</li> <li>• Selected case studies</li> </ul>

Module title	(PN 264107) <b>34301 Corporate Environmental Management and Climate Change</b>
Applicability (Basics, Extension module)	Grundlagen IMM Vertiefung IMM
Lecturer	Dr. Ágnes Zsóka (Corvinus Universität Budapest)
Frequency and duration of the course	Once in winter semester 2015/2016 (Block course) 1 Semester
Module content	The course aims to highlight the most important challenges of climate change and further environmental problems for the corporate world and their reflection in corporate environmental management. Environmental issues make international negotiations and agreements on the political level necessary, where the implementation of action programs and new regulations for the sake of mitigation of environmental problems and adaptation to climate change create serious challenges and new opportunities for companies. As a result environmental risks and opportunities, companies formulate their environmental strategy – parallel to or integrated with their corporate strategy –, build up an organisational background and implement supporting management practices to realise this strategy. The course makes students familiar with environmental strategy making, types of environmental measures, environmental management systems, environmental performance evaluation, environmental management accounting and controlling, carbon accounting, environmental marketing, conflict management and reporting. Beyond theories, real corporate examples will be analysed and discussed to illustrate and understand how theories are implemented in practice.
Course objectives	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Understanding the complexity of climate change and further environmental issues, including the links to corporate reality</li> <li>• Discussing the contribution of the corporate world to creation and solution of environmental problems</li> <li>• Understanding the motivations behind corporate environmental management</li> <li>• Identifying the main challenges and opportunities of managing environmental issues for companies via different types of environmental measures and organisational solutions</li> <li>• Understanding and discussing the relationship of environmental and corporate strategy.</li> <li>• Getting familiar with environmental management</li> </ul>

	tools, related to different environmental issues, including climate change		
Teaching methods	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lectures on the theoretical background of corporate environmental management and climate change</li> <li>• Discussion of contents (also in teams)</li> <li>• Presentation of specific topics by the students</li> <li>• Analysis of some important environmental management tools in detail</li> <li>• Role play related to environmental conflict situations</li> </ul>		
Requirements	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration		
Distribution / Workload:			
Course		SWS	LP / ECTS
Lecture		2	
Sum		2	5
Distribution of the workload (every sem./hrs. has been calculated to be 60 minutes. 15 semester weeks are expected, which leads to 14 lectures + 1 exam period)			
	Attendance (in hrs.)	Self-study (in hrs.)	
Lecture	30	120	
Type of exam / Requirements for the granting of credits / Duration of exam			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Submitting a discussion paper about the role of corporate world in climate change and environmental sustainability, in written form, 5-6 pages</li> <li>2. Presentation in team, related to environmental strategies, 20 minutes</li> <li>3. Individual analysis about environmental management tools of a specific company, in written form, 7-8 pages, plus reporting on it in the class</li> <li>4. Participation in the lectures and seminars, contribution to discussions and class exercises, according to depth and activity</li> </ol>			
Weighting of individual performances/ final mark			
<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Discussion paper about the role of corporate world in the climate change issue – 25%</li> <li>6. Presentation in team – 25%</li> <li>7. Individual analysis of environmental management tools of a specific company – 25%</li> <li>8. Participation at the lectures and seminars, contribution to exercises and discussions – 25%</li> </ol>			
Rationale for partial performances			
The final mark is composed of different written and oral partial performances. Next to the written summary and analysis, the presentation of teamwork, oral contributions to discussions, and			

	communicating one's arguments are important competences in the academic and professional context and thus considerably add to the individual learning outcomes.
Other remarks (e.g. Online-component, practical examples, guest lectures, etc.)	<p><b>Please follow the updates on the webpage of the Chair of International Management (<a href="http://www.wiwi.uni-passau.de/internationales-management/">http://www.wiwi.uni-passau.de/internationales-management/</a>) for further important information on this course!</b></p> <p>Language of the lecture: English</p>
Recommended literature	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Schaltegger S., Burritt R., Petersen H. (2003): An Introduction to Corporate Environmental Management, Greenleaf Publishing – will be made available</li> <li>2. Assessment Reports of IPCC on Climate Change, <a href="http://www.ipcc.ch/">http://www.ipcc.ch/</a></li> <li>3. Schaltegger S., Csutora M. (2012): Carbon accounting – Status quo and challenges, Journal of Cleaner Production, Vol. 36, p. 1-16, <a href="http://www.sciencedirect.com/science/journal/09596526/36">http://www.sciencedirect.com/science/journal/09596526/36</a></li> </ol>

Modultitel	(PN 261150)	
	<b>38553 Theory and Methods in Strategy, Leadership, and Innovation Research</b>	
Moduleinordnung (Grundlage oder Vertiefung)	Vertiefung IMM	
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Andreas König	
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jedes Semester 1 Semester	
Inhalt des Moduls	Die Teilnehmer erarbeiten Grundlagen der quantitativen und qualitativen empirischen Sozialforschung. Weiterhin entwickeln sie eine kritische Grundhaltung und eigene Ansätze zu Theorien der Management-, Leadership- und Innovationsforschung (z.B. Behavioral and Attention-based View of the Firm, Cognitive Framing, Executive Rhetorics, Institutional Theory, Leader-Member Exchange Theory, Managerial Cognition Theory, Socioemotional Wealth, Theory of Cognitive Sensemaking, Theory of Discontinuous Technology, Upper Echelons Theory, Value-Process-Framework).	
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vermittlung von Methoden der empirischen Sozialforschung.</li> <li>• Kennenlernen von aktuellen Forschungsfragen in den Bereichen Strategie, Leadership und Innovation.</li> <li>• Vermittlung von internationalen wissenschaftlichen Standards, wie sie auch für die Anfertigung einer Masterarbeit am Lehrstuhl wichtig sind.</li> </ul>	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver Unterricht</li> <li>• Interaktive Diskussionen</li> <li>• Bearbeitung und Präsentation von wissenschaftlichen Studien und Übungsaufgaben</li> </ul>	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.	
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workloads:</b>		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Seminar	4	
Summe	4	7
Aufteilung des Workloads (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit

Seminar	60	150	
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Dauer der Klausur			
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Dauer der Klausur		Portfolio aus Präsentation mit Frage-und-Antwort-Teil ca. 60 min., Koreferat ca. 20 min., Hausarbeit (ca. 8 Seiten)	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Präsentation 45%</li> <li>• Koreferat 15%</li> <li>• Hausarbeit 40%</li> </ul> Für alle drei Leistungen wird eine Note vergeben.	
Begründung der Prüfungsleistung		Die Prüfungsleistung setzt sich aus einer schriftlichen und mündlichen Leistung zusammen. Neben der Seminararbeit ist insbesondere die Präsentation der eigenen Arbeit sowie die Bewertung und Diskussion der wissenschaftlichen Arbeit anderer Seminaristen/Seminaristinnen eine wichtige Kompetenz des Wissenschaftsbetriebs und ergänzt das Wissen der Teilnehmer/-innen über die eigene Themenstellung hinaus.	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		Veranstaltungssprache: Englisch	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Backhaus, K., Erichson, B., Plinke W., Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung, 11. Aufl., Berlin, 2006.</li> <li>• Diekmann, A.: Empirische Sozialforschung, 12. Aufl., Hamburg, 2004.</li> <li>• Schnell, R., Hill, P., Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, 7. Aufl., München, 2005.</li> <li>• Ausgewählte wissenschaftliche Artikel</li> </ul>	

Modultitel	(PN 261160)	
	<b>38555 Executive and Entrepreneurial Thinking and Communication</b>	
Moduleinordnung (Grundlage oder Vertiefung)	Vertiefung IMM	
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Andreas König	
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jährlich im Wintersemester 1 Semester	
Inhalt des Moduls	Mit Hilfe aktueller Methoden aus dem Bereich der Leadership-, Entrepreneurship-, Innovations- und Managementforschung werden praktische Fragestellungen der Führung sowohl junger als auch etablierter Unternehmen interaktiv in studentischen Teams bearbeitet und Lösungskonzepte entwickelt. Diese Methoden umfassen unter anderem: Formale Logik einschließlich Pyramidales Denken, Theory of Persuasion, Effectuation, Leading through Sticky Communication (Storytelling und Metaphorical Communication), Stage Presence, "Powerless Communication," System Thinking.	
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden lernen aktuelle Instrumente der Unternehmensführung und Innovation kennen und können diese anwenden.</li> <li>• Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit zur kreativen Problemlösung und stellen diese in der Abschluss-präsentation des Seminars unter Beweis.</li> <li>• Das Seminar versetzt die Studierenden in die Lage, nicht nur eigene Ideen zu entwickeln, sondern diese auch in Teams unternehmerisch umzusetzen und Stakeholder (u.a. Kapitalgeber) von diesen zu überzeugen.</li> </ul>	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktive Übungsaufgaben und Fallstudien</li> <li>• Präsentationserstellung in Teamarbeit</li> <li>• Individuelles Videofeedback</li> <li>• Selbstreflexion</li> </ul>	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.	
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workloads:</b>		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Seminar	3	
Summe	3	7
Aufteilung des Workloads (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		

	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit	
Seminar	45	165	
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Dauer der Klausur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Portfolio aus Hausarbeit (8 Seiten) und Präsentation (ca. 30 Minuten)</li> </ul>		
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Präsentation 40%</li> <li>• Hausarbeit 60%</li> </ul> <p>Für beide Leistungen wird eine Note vergeben.</p>		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Veranstaltungssprache: Englisch</li> <li>• Ggf. Kooperation mit Praxispartnern aus der Executive Education</li> </ul>		
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cialdini, R.: Influence: The psychology of persuasion. Harper Business 2007.</li> <li>• Copi, I.M.: Introduction to Logic, 7. Aufl., New York 1986.</li> <li>• Denning, S.: The Secret Language of Leadership: How Leaders Inspire Action Through Narrative: How Leaders Inspire Change Through Narrative, New York 2007.</li> <li>• Grant, A.: Give and take: A revolutionary approach to success, London 2013.</li> <li>• Heath, C. und Heath, D.: Made to Stick. Why some ideas survive and others die, Random House 2007.</li> <li>• Hungenberg, H.: Problemlösung und Kommunikation im Management – Vorgehensweisen und Techniken, 3. Aufl., München 2010.</li> <li>• Minto, B.: The Pyramid Principle, London, 3. Aufl., Harlow 2002.</li> <li>• Wiltbank, R., Read, S., Sarasvathy, S., Dew, N.: Effectual Entrepreneurship, London 2011.</li> </ul>		

Modultitel	(PN 266591) <b>39450 Masterseminar zu aktuellen Themenstellungen der Wirtschaftsinformatik (Prof. Dr. Andreas Pfeifer)</b>
Moduleinordnung (Grundlage oder Vertiefung)	Vertiefung IMM Vertiefung WIIS
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Andreas Pfeifer
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jedes Sommersemester 1 Semester  Detaillierte Informationen werden zu Beginn der Ausschreibung jeweils zur Verfügung gestellt, meist zu Ende des Wintersemester.
Inhalt des Moduls	Dieses Seminar thematisiert Fragestellungen zu aktuellen Herausforderungen der unternehmerischen Praxis, reflektiert diese an bewährten Konzepten einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung, zumeist an der inhaltlichen Schnittstelle von Management & Informationstechnologie.
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kennenlernen von allgemeinen Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten und spiegeln an unternehmerischer Realität</li> <li>• Verständnis für die jeweilige, aktuelle Themenstellung</li> <li>• Vorbereitung auf die Masterarbeit</li> <li>• Arbeiten im Team</li> <li>• Einblicke in wissenschaftliches Arbeiten mit Bezug zu unternehmerischer Relevanz (Verbindung von Theorie und Praxis)</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktives Seminar <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selbständiges Bearbeiten von 3 bis 4 Hausarbeiten,</li> <li>• Ausarbeiten eines integrierten Lösungsansatzes zu einer umfangreichen Fallstudie im Team und Präsentieren einer ersten Lösungsskizze, eines Zwischenergebnisses sowie der Gesamtkonzeption zum Abschluss, eingehende Betreuung während der Bearbeitung durch Praxis-mentoren (coach)</li> <li>• Eigenständiges Erstellen einer Seminararbeit zu einer individuellen Themenstellung im Kontext der Fallstudie</li> </ul>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.  Berufliche Vorerfahrung und Orientierung an unternehmerischen Fragestellungen wird empfohlen.

<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workloads:</b>			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Seminar		2	
Summe		2	7
Aufteilung des Workloads (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
	Präsenzzeit (in hrs.)	Eigenarbeitszeit (in hrs.)	
Seminar	30	190	
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Dauer der Prüfung		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seminararbeit – ca. 20 Seiten (individuell)</li> <li>• Ausarbeitung von mindestens 3 Hausarbeiten (case studies) – jeweils ca. 2 bis 3 Seiten (individuell)</li> <li>• Beitrag zur Lösung der Fallstudie (im Team) <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Strategiepapier (5 bis 7 Seiten)</li> <li>○ Zwischenpräsentation (10 bis 12 Seiten ppt)</li> <li>○ Abschlusspräsentation (12 bis 15 Seiten ppt)</li> </ul> </li> </ul>	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesamtlösung der Fallstudie – 50% (Teamlleistung)</li> <li>• Seminararbeit – 30% (individuell)</li> <li>• Ausarbeitung 3 Hausarbeiten – 20% (individuell)</li> </ul>	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 Arbeitstag – Anleitung zur Lösung einer Fallstudie</li> <li>• 1 Arbeitstag – Überzeugend präsentieren</li> <li>• 2 Arbeitstage – Branchenperspektive zum Thema, auch mit weiteren Gastvorträgen.</li> </ul> <p>Enge Kooperation mit einer Unternehmensberatung (Accenture GmbH) und „coaching“ der Ausarbeitung der integrierten Fallstudie</p> <p>Die Teilnehmerzahl der Veranstaltung ist begrenzt</p>	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausgewählte Artikel in Fachzeitschriften, Journalen</li> <li>• Dies wird jeweils zur Ausarbeitung der Hausarbeit bzw. Fallstudie bekannt gegeben.</li> </ul>	

## Gebiet „Wirtschaftsinformatik / Information Systems“ Grundlagen

Modultitel	<b>37206 Modellierungstools</b> (PN 201007)
Moduleinordnung	Grundlagen WIIS Vertiefung WIIS
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Dr. Hans Achatz
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jeweils im Sommersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	Nach einer beispielorientierten Einführung in den Umgang mit Modellierungstools (Implementierung, Datenhandling, Ergebnisinterpretation), werden aus Praxisbeispielen Operations Research Modelle identifiziert. Der Schwerpunkt liegt hierbei auf linearen und gemischt-ganzzahligen Modellen aus dem Supply Chain Management. Im Anschluss daran werden detailliert verschiedene kommerziell erhältliche Modellierungstools zusammen mit den jeweiligen Modellierungssprachen vorgestellt.
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden sollen in der Lage sein, Probleme selbstständig zu analysieren und mit Hilfe der besprochenen Tools Modelle zu erstellen, Lösungen zu erzeugen und diese wiederum entsprechend zu interpretieren und zu bewerten. Mit Hilfe vieler Fallstudien erarbeiten sich die Studierenden einen Erfahrungsschatz zum Einsatz von Techniken in der Praxis und den dort auftretenden Schwierigkeiten. Allgemein soll die Fähigkeit zum problemlösenden Denken gefördert werden. Eignung zur kritischen Reflektion der aktuellen, einschlägigen wissenschaftlichen Fachliteratur.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frontalunterricht mit starker Förderung von Diskussion</li> <li>• praktische Übungen am Rechner</li> <li>• Erstellung eigener Modelle und Interpretation der Ergebnisse</li> </ul>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Empfohlen für diese Veranstaltung sind Kenntnisse einer Programmiersprache, wie sie z.B. im Bachelor Wirtschaftsinformatik erworben werden.

Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	2	
Begleitende Übung	2	
Summe	4	
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30	45
Begleitende Übung	30	45
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung		Klausur über 60 Minuten
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote		Klausur 100%
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		Aktives Arbeiten mit besprochenen Modellierungstools Erstellen größerer Modelle im Team Präsentation aktueller Neuerungen der jeweiligen Toolhersteller
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)		Online-Skript zur Veranstaltung  Kallrath (2002) Gemischt-ganzzahlige Optimierung: Modellierung in der Praxis (Vieweg)  Dokumentationen zu den jeweiligen Modellierungstools

Modultitel	<b>38102 Modern E-Shops</b> (PN 266620)
Moduleinordnung	Grundlagen WIIS Vertiefung WIIS
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Michael Scholz
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jeweils im Sommersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	<p>E-Shops unterscheiden sich in verschiedenen Aspekten von traditionellen Ladengeschäften. Konsumenten hinterlassen in E-Shops eine große Menge an Daten, mit denen auf die Qualität von Produkten und Händlern geschlossen werden kann und mit denen Präferenzen von Kunden abgeschätzt werden können. Ausgehend von der Verfügbarkeit dieser Daten haben sich in den letzten Jahren Technologien entwickelt, die sowohl Konsumenten bei ihrer Kaufentscheidung unterstützen sollen, als auch Händler dabei unterstützen sollen, höhere Umsätze zu generieren. Im Rahmen der Veranstaltung werden einiger dieser Technologien behandelt. Die Teilnehmer lernen, wie diese Technologien funktionieren und welche ökonomischen Auswirkungen der Einsatz dieser Technologien hat. Insbesondere sind die Teilnehmer nach erfolgreicher Teilnahme in der Lage, die Vor- und Nachteile verschiedener Technologien und Algorithmen abzuschätzen, die Auswirkungen der Technologien auf Konsumenten und Händler abzuschätzen und die Implementierung der Technologien vorzunehmen bzw. zu begleiten. Dies wird erreicht, indem die Teilnehmer die Technologien theoretisch kennenlernen und in der Übung zur Vorlesung Technologien in der Programmiersprache R implementieren und ausprobieren. Somit haben die Teilnehmer mit erfolgreicher Beendigung des Kurses ebenfalls Grundkenntnisse in der Programmiersprache R erworben.</p> <p>Es werden die folgenden E-Commerce-Technologien besprochen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empfehlungssysteme (Recommender Systems)</li> <li>• Produktfiltersysteme (Filtering Systems)</li> <li>• Produktkonfiguratoren (Product Configuration Systems)</li> <li>• Bewertungssysteme (Reputation Systems)</li> </ul>
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden lernen, wie diese Technologien funktionieren und welche ökonomischen Auswirkungen der Einsatz dieser Technologien hat.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht, Diskussionsrunden, Bearbeitung von anwendungsorientierten Übungsaufgaben	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Grundkenntnisse in Wirtschaftsinformatik empfohlen.	
Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:		
Veranstaltungen		SWS
Vorlesung		2
Begleitende Übung		2
Summe		4
		LP / ECTS
		5
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d. h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30	45
Übung	30	45
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Schriftliche Klausur am Ende des Semesters (50% der Gesamtnote)</li> <li>Bewertung der Übungsleistung (50% der Gesamtnote)</li> </ul>		
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote		
Klausur: 50% Übungsleistung:50%		
Begründung Prüfungsleistung		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)		
Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.		

Modultitel	(PN 266150) <b>39600 Telecommunications Management</b>
Moduleinordnung	Grundlagen WIIS, IMM Vertiefung WIIS, IMM
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Jan Krämer
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Sommersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	<p>Im Zuge der Privatisierung und sukzessiven Einführung von Wettbewerb und marktlicher Koordination im Telekommunikationssektor hat die Telekommunikationsbranche in den letzten Jahrzehnten einen enormen Wandel vollzogen.</p> <p>Die Bestrebungen, einen nachhaltigen, funktionsfähigen und innovationsfördernden Wettbewerb im Telekommunikationsmarkt zu etablieren, sind jedoch noch lange nicht abgeschlossen. Insbesondere der geplante flächendeckende Aufbau von breitbandigen Telekommunikationsnetzen (Next-Generation-Networks) stellt die Industrie vor neue Herausforderungen. Im Modul Telekommunikationsmanagement werden zunächst die technischen, ökonomischen und regulatorischen Grundlagen der Telekommunikationsbranche eingeführt. Darauf aufbauend wird die aktuelle Wettbewerbssituation in der Telekommunikations- und Internetwirtschaft analysiert. Schließlich werden ökonomische und regulatorische Implikationen von technologischen Innovationen und innovativen Geschäftsmodellen diskutiert und analysiert.</p> <p>Das Modul adressiert unter anderem, aber nicht ausschließlich, folgende Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Telekommunikationswirtschaft</li> <li>• Technische Grundlagen (Signalübertragung, Festnetze, Mobilfunknetze)</li> <li>• Netz- und Regulierungsökonomische Grundlagen</li> <li>• Juristische Grundlagen und Regulierungsrahmen</li> <li>• Zugangsregulierung (One Way Access)</li> <li>• Interconnection (Two Way Access)</li> <li>• Netzneutralität</li> </ul>
Qualifikationsziele des Moduls	Ziel dieses Moduls ist es, ein Verständnis für die technischen, ökonomischen und regulatorischen Grundlagen der Telekommunikationsbranche zu erlangen. Die Studierenden werden dadurch in die Lage versetzt, aktuelle Herausforderungen und Veränderungen in der Telekommunikationsbranche zu analysieren und zu bewerten. Die

	Studierenden erlangen somit einerseits Kenntnisse, die für die betriebliche Praxis und strategische Positionierung eines Telekommunikationsunternehmens essentiell sind. Andererseits erlernen die Studierenden grundlegende Kenntnisse zur Gestaltung von regulierten Märkten, die beispielsweise für die Arbeit in Regulierungsbehörden und der Politikberatung qualifizierend sind.	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver Frontalunterricht</li> <li>• Bearbeitung von Übungsaufgaben</li> </ul>	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Ökonomische Grundkenntnisse empfohlen. Idealerweise, aber nicht zwingend erforderlich, Grundlagen der Netzökonomie (z.B. erworben durch das Modul Internetökonomie)	
Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:		
Veranstaltungen		SWS
Vorlesung		2
Übung		2
Summe		4
		5
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30	45
Übung	30	45
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung		Klausur 60 Minuten
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote		Klausur: 100 %
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorlesungs- und Übungsunterlagen sind in englischer Sprache</li> <li>• Vorlesungssprache ist nach Wunsch und Bedarf ebenfalls auf Englisch</li> </ul>
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)		Laffont, J.-J. & Tirole, J. (2001). Competition in Telecommunications. MIT Press: Cambridge, MA, USA.

Modultitel	(PN 266180) <b>37815 IT-Services und IT-Servicemanagement</b>
Moduleinordnung	Grundlagen WIIS Vertiefung WIIS
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Dr. Thomas Widjaja
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jeweils im Wintersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	<p>Die Vorlesung setzt sich mit den zentralen Managementaufgaben zur Erbringung von IT-Services auseinander. Folgende Themen werden unter anderem behandelt:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hintergrund und Kontext: IT-Governance, IT-Management, IT-Kosten, IT-Produktivitätsparadoxon</li> <li>2. Grundbegriffe: Services, IT-Services, IT-Prozesse, IT-Outsourcing, Serviceorientierte Architektur (SOA), Webservices</li> <li>3. IT-Service-Management: Aufgaben des IT-Service-Managements, Modelle und Rahmenkonzepte (ITIL, COBIT, TOGAF), Unterstützung durch Software-Werkzeuge</li> <li>4. IT-Service-Markt: Marktstruktur, Anbieter, Marktvolumen, Entwicklung</li> <li>5. IT-Servicequalität: Das Verfahren „SERVQUAL“ zur Messung der Servicequalität sowie IT-spezifische Anpassungen (z. B. e-SERVQUAL)</li> <li>6. IT-Business-Alignment: Strukturelles und soziales IT-Business-Alignment</li> </ol>
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Ziel des Moduls ist es, den Studierenden eine prozess- und serviceorientierte Sicht auf den IT-Einsatz in Organisationen zu vermitteln. Nach dem Besuch der Veranstaltung können die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ... die wichtigsten Grundbegriffe aus dem Bereich des IT-Service-Managements erklären.</li> <li>• ... IT-Services korrekt spezifizieren.</li> <li>• ... IT-Service-Kataloge erstellen, die an den Anforderungen der Organisation ausgerichtet sind.</li> <li>• ... die Basisprozesse aus der IT Infrastructure Library (ITIL) beschreiben.</li> <li>• ... Organisation bei der Entscheidung unterstützen, ob ein IT-Service selbst erstellt oder vom Markt bezogen werden sollte.</li> <li>• ... Verfahren zur Messung der IT-Servicequalität anwenden.</li> <li>• ... die Wirkung von IT-Service-Management auf IT-</li> </ul>

	Business-Alignment erklären.  Die Studierenden verstehen die für das IT-Service-Management erforderlichen Methoden und Konzepte (Theorie- und Methodenwissen) und können sie auf typische Aufgabenstellungen (z. B. Kosten-/Nutzenbetrachtungen, Vorbereitung von strategischen Entscheidungen) anwenden (Anwendungswissen).	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver Frontalunterricht</li> <li>• Bearbeitung von Fallstudien in Gruppenarbeit</li> <li>Praktische Übung</li> </ul>	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang „Business Administration“. IT-Management sowie Geschäftsprozessmanagement aus dem Bachelor-Studiengang Wirtschaftsinformatik oder gleichwertige Kenntnisse empfohlen.	
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:</b>		
Veranstaltungen		SWS
Vorlesung		2
Begleitende Übung		2
Summe		4
		5
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung	30	45
Begleitende Übung	30	45
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung		Klausur (60 Minuten)
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote		Klausur: 100 %
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		Exkursion Gastvorträge
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)		Zur Einführung wird folgender Aufsatz empfohlen: Rai A, Sambamurthy V (2006) Editorial Notes. The Growth of Interest in Services Management: Opportunities for Information Systems Scholars. Information Systems Research 17(4): 327-331.  Weitere Literaturhinweise folgen zu Beginn der Lehrveranstaltung.

Modultitel	(PN 283033) <b>37500 IT-Management für Fortgeschrittene</b>
Moduleinordnung	Grundlagen WIIS Vertiefung WIIS
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Dr. Thomas Widjaja
Häufigkeit des Angebots Dauer des Moduls	Jeweils im Wintersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	<p>Das Ziel des betrieblichen IT-Managements ist der bestmögliche Einsatz der Ressource Information. Der wesentliche Fokus dieses Managementbereichs liegt damit auf denjenigen technischen Systemen, die digitale Information verarbeiten, speichern und übertragen. Daher ergeben sich im Zuge der Verbreitung von „Cloud Computing“, „Serviceorientierten Architekturen“ und „Big Data Analytics“ zahlreiche aktuelle Chancen und Herausforderungen für das IT-Management.</p> <p>Im Rahmen des Moduls wird zunächst ein Überblick über die Aufgaben und Ziele des IT-Managements gegeben. Zudem werden aktuelle Herausforderungen des IT-Managements diskutiert und unter anderem die folgenden Themenfelder behandelt:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wertbeitrag von IT</li> <li>2. IT-Governance</li> <li>3. IT-Outsourcing und insbesondere Cloud Computing</li> <li>4. Geschäftsanwendungen</li> <li>5. IT-Sicherheitsmanagement</li> <li>6. Business Intelligence und Big Data</li> <li>7. IT-Architekturmanagement und insbesondere Serviceorientierte Architekturen</li> <li>8. IT-Standardisierung</li> <li>9. IT-Integration nach Unternehmenszusammenschlüssen</li> </ol>
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Ziel des Moduls ist es, grundlegendes Wissen zu den Zielen, Aufgaben und Methoden des IT-Managements zu vermitteln. Nach dem Besuch der Veranstaltung können die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ... die wissenschaftliche Diskussion zum Wertbeitrag von IT nachvollziehen.</li> <li>• ... die wesentlichen Typen der IT-Governance benennen und deren Vor- und Nachteile diskutieren.</li> <li>• ... den ökonomischen Nutzen von IT-Outsourcing und insbesondere Cloud Computing einschätzen.</li> <li>• ... die wesentlichen Typen von Geschäftsanwendungen abgrenzen.</li> <li>• ... die Aufgaben von Business Intelligence beschrei-</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>ben und in das IT-Management einordnen.</li> <li>... die Ziele und ausgewählte Methoden des IT-Architekturmanagements erklären und anwenden.</li> <li>... die Vor- und Nachteile von IT-Standardisierung abwägen.</li> <li>... die wesentlichen IT-Integrationsstrategien benennen und deren Einsatz nach Unternehmenszusammenschlüssen bewerten.</li> </ul>											
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>Interaktiver Frontalunterricht</li> <li>Fallstudien</li> <li>Bearbeitung von Übungsaufgaben</li> </ul>											
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang „Business Administration“. Erfolgreicher Besuch des Moduls „IT-Management“ (oder vergleichbare Wissensvoraussetzung) empfohlen.											
<b>Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:</b>												
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Veranstaltungen</th> <th>SWS</th> <th>LP / ECTS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Vorlesung</td> <td>2</td> <td rowspan="2"></td> </tr> <tr> <td>Übung</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td><b>Summe</b></td> <td><b>3</b></td> <td><b>5</b></td> </tr> </tbody> </table>		Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS	Vorlesung	2		Übung	1	<b>Summe</b>	<b>3</b>	<b>5</b>
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS										
Vorlesung	2											
Übung	1											
<b>Summe</b>	<b>3</b>	<b>5</b>										
Aufteilung der Workload (jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein. Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)												
	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Präsenzzeit (in Std.)</th> <th>Eigenarbeitszeit (in Std.)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Vorlesung</td> <td>30</td> <td>45</td> </tr> <tr> <td>Übung/ Rechnerübung</td> <td>15</td> <td>60</td> </tr> </tbody> </table>		Präsenzzeit (in Std.)	Eigenarbeitszeit (in Std.)	Vorlesung	30	45	Übung/ Rechnerübung	15	60		
	Präsenzzeit (in Std.)	Eigenarbeitszeit (in Std.)										
Vorlesung	30	45										
Übung/ Rechnerübung	15	60										
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Dauer der Klausur	Klausur (60 Minuten)											
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Klausur 100 %											
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Gastvorträge											
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Krcmar, H. (2015). Informationsmanagement, 6. Auflage, Springer Gabler: Heidelberg</li> <li>Lehner, F., Wildner, S., Scholz, M. (2008): Wirtschaftsinformatik. 2. Auflage, Hanser: München (Kapitel 6: IT-Management)</li> </ul> <p>Weitergehende Literatur wird in der Veranstaltung empfohlen</p>											

Modultitel	<b>39602 Electronic Markets</b> (PN 266200)
Moduleinordnung (Pflicht- oder Wahlmodul)	Grundlagen WIIS, IMM Vertiefung WIIS, IMM
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Jan Krämer
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Wintersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	<p>Die Etablierung des Internets als Informations- und Kommunikationsplattform hat zu einem florierenden Internethandel geführt. Elektronische Marktplätze weisen jedoch einige Besonderheiten auf, die sie von traditionellen Marktplätzen unterscheiden. Der Handel auf elektronischen Märkten ist weitestgehend unabhängig von Zeit und Raum und erschließt damit potentiell größere Kundengruppen. Daher ist der Wettbewerb zwischen Marktplätzen somit stärker ausgeprägt und wird durch das Vorhandensein von starken Netzeffekten in der Regel noch verstärkt. Andererseits weisen elektronische Märkte mehr Gestaltungsspielraum auf, der wiederum zur strategischen Differenzierung eingesetzt werden kann.</p> <p>In der Vorlesung wird neben spieltheoretischen Grundlagen und Grundlagen zu verschiedenen Marktmodellen vor allem auf gestalterische und strategische Aspekte in elektronischen Märkten eingegangen. Dies umfasst insbesondere</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die strategische Gestaltung von Internet-Auktionen (Eingut-Auktionen, Mehrgut-Auktionen, Adword-Auktionen), auch unter Beachtung der Emotionalität der Bieter</li> <li>• Strategien in elektronischen Märkten mit Netzeffekten</li> <li>• Strategien in zweiseitigen elektronischen Märkten.</li> </ul>
Qualifikationsziele des Moduls	Ziel dieses Moduls ist es, ein Verständnis für die ökonomischen Grundlagen von elektronischen Märkten zu erlangen. Die Studierenden werden dadurch in die Lage versetzt Geschäftsmodelle und den Wettbewerb in der Internetwirtschaft zu analysieren.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver Frontalunterricht</li> <li>• Fallstudien</li> <li>• Bearbeitung von Übungsaufgaben</li> </ul>
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang „Business Administration“. Ökonomische Grundkenntnisse werden empfohlen.</p> <p>Idealerweise, aber nicht zwingend erforderlich, Grundlagen der Netzökonomie (z.B. erworben durch die Vorle-</p>

sung Grundlagen der Internetwirtschaft)

Zusammensetzung / Aufteilung des Workloads:

Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	2	
Übung	2	
Summe	4	
Aufteilung des Workloads (jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein. Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit (in Std.)	Eigenarbeitszeit (in Std.)
Vorlesung	30	45
Übung	30	45

Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Dauer der Klausur

- Klausur (60 Minuten)

Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote

- 100% Klausur

Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)

- Vorlesungs- und Übungsunterlagen sind in englischer Sprache
- Vorlesungssprache ist nach Wunsch und Bedarf ebenfalls auf Englisch

Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)

- Krishna, V. (2010). Auction Theory (2nd ed). Elsevier
- Belleflamme, P & M. Peitz (2010). Industrial Organization: Markets and Strategies. Cambridge University Press.

Modultitel	<b>39604 Data Analytics</b> (PN 266190)
Moduleinordnung (Pflicht- oder Wahlmodul)	Grundlagen WIIS, IMM Vertiefung WIIS, IMM
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Jan Krämer
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Wintersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	Der zunehmende Einsatz von Information- und Kommunikationstechnologien hat zu einer Datenflut geführt. Die Analyse von großen und komplexen Datensätzen ist daher von entscheidender Bedeutung, um datengetriebene Entscheidungen treffen zu können. Mit der Zunahme an verfügbarer Rechenleistung, sind vor diesem Hintergrund in den letzten Jahrzehnten „statistische Lernmethoden“ (auch als Data Mining oder Maschinelles Lernen bekannt) entwickelt worden. In diesem Kurs werden einige dieser Methoden sowohl auf anschauliche theoretische Weise vorgestellt als insbesondere auch problemorientiert und praxisrelevant (mit der Statistiksoftware R) angewandt. Der Fokus dieses Kurses liegt auf überwachten statistischen Lernverfahren. Dies schließt sowohl lineare Modelle zur Klassifikation (z.B. logistische Regression, lineare Diskriminanzanalyse), als auch nicht-lineare Modelle (z.B. Entscheidungsbäume) und Verfahren zur Datenreduktion (z.B. Hauptkomponentenanalyse) ein.
Qualifikationsziele des Moduls	Ziel dieses Moduls ist es, die Studierenden in die Lage zu versetzen, die o.a. statistischen Lernverfahren problembezogen anzuwenden und die Ergebnisse zu interpretieren. Es werden dabei auch Grundkenntnisse in Statistik sowie im Umgang mit der Statistiksoftware R erlernt.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver Frontalunterricht</li> <li>• Bearbeitung von theoretischen und praktischen Übungsaufgaben</li> </ul>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang „Business Administration“. Statistische Grundkenntnisse (insbesondere zur deskriptiven Statistik) sowie Grundkenntnisse in R sind wünschenswert aber nicht zwingend erforderlich, da diese Kenntnisse auch im Rahmen des Kurses vermittelt werden.
Zusammensetzung / Aufteilung des Workloads:	

Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	2	
Übung	2	
Summe	4	
Aufteilung des Workloads (jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein. Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit (in Std.)	Eigenarbeitszeit (in Std.)
Vorlesung	30	45
Übung	30	45
<p>Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Dauer der Klausur</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Klausur (60 Minuten)</li> </ul>		
<p>Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% Klausur</li> </ul>		
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorlesungs- und Übungsunterlagen sind in englischer Sprache</li> <li>• Vorlesungssprache ist nach Wunsch und Bedarf ebenfalls auf Englisch</li> </ul>		
<p>Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)</p> <p>James, G., D. Witten, T. Hastie, and R. Tibshirani (2013). An Introduction to Statistical Learning with Applications in R. Springer.</p>		

Modultitel	(PN 283002) <b>39504 Computational Economics</b>
Moduleinordnung (Pflicht- oder Wahlmodul)	Grundlagen und Vertiefung WIS
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Jan Krämer
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Wintersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	<p>Der technologische Fortschritt innerhalb der letzten Jahrzehnte hat es ermöglicht, wirtschaftswissenschaftliche Fragestellungen computergestützt zu erforschen, wodurch sich disziplinenübergreifend verschiedene Forschungsansätze entwickelt haben. Der Fokus dieser Lehrveranstaltung liegt auf der Vorstellung und Anwendung von <i>Agent-based Computational Economics (ACE)</i>, die ökonomische Zusammenhänge durch die Interaktionen von autonomen Agenten zu erklären versucht. Die Anwendung von ACE ist im Rahmen der Wirtschaftswissenschaften insbesondere dann adäquat, wenn <i>komplexe adaptive Systeme</i> untersucht werden sollen, weshalb solche zunächst thematisiert werden. Darauf folgen unter Einbezug anderer Methoden Betrachtungen der Bausteine (Modellierung, Lernalgorithmen, Datenanalyse, Simulation, Validierung) und Eigenschaften von ACE sowie eine wissenschaftstheoretische Betrachtung. Ebenso wird eine Vorgehensweise zur Erstellung und Verwendung eines Modells erläutert und zuletzt werden einige ACE-Modelle vorgestellt.</p> <p>In der begleitenden Übung wird zunächst die Programmiersprache <i>Netlogo</i> erlernt, woraufhin Agenten-basierte Modelle implementiert und zuletzt Ergebnisse ausgewertet werden.</p>
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Ziel dieses Moduls ist es, Wissen über den Einsatz von Agenten-basierter Simulation im Rahmen der Wirtschaftswissenschaften zu schaffen und den Studierenden die nötigen Kenntnisse zu deren Anwendung zu vermitteln.</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• kennen Merkmale komplexer adaptiver Systeme und sind in der Lage, die Realität, insbesondere im Hinblick auf wirtschaftswissenschaftliche Fragestellungen, als solche zu charakterisieren,</li> <li>• kennen detailliert die Eigenschaften und Ziele Agenten-basierter Modellierung und können Agenten-basierte Modelle von anderen Modellen abgrenzen sowie Modellierungsansätze beurteilen,</li> <li>• kennen computer-basierte Forschungsmethoden im Rahmen wirtschaftswissenschaftlicher Untersuchungen und insbesondere die Eigenschaften, Vor- und</li> </ul>

	<p>Nachteile von Simulationen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• lernen am Beispiel der Agenten-basierten Modellierung wissenschaftstheoretische Betrachtungen kennen und sind in der Lage, Forschungsmethoden kritisch zu hinterfragen,</li> <li>• erlernen mit <i>Netlogo</i> eine Programmiersprache, welche sie zur Implementierung eines Agenten-basierten Modells befähigt und lernen durch Anwendungsbeispiele, wie man die Implementierung praktisch durchführt und die Ergebnisse auswertet,</li> <li>• kennen eine Vielzahl von Lernalgorithmen, welche menschliches Verhalten abbilden und bei der Implementierung eines Agenten-basierten Modells essentiell sind.</li> </ul>	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver Frontalunterricht</li> <li>• Bearbeitung von theoretischen und praktischen Übungsaufgaben</li> </ul>	
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Gem. § 4 der Prüfungs- und Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration.</p> <p>Statistische Grundkenntnisse (insbesondere zur deskriptiven Statistik) sowie Grundkenntnisse in R sind wünschenswert aber nicht zwingend erforderlich, da diese Kenntnisse auch im Rahmen des Kurses vermittelt werden.</p> <p>Grundkenntnisse in Programmierung sind wünschenswert aber nicht zwingend erforderlich, da diese Kenntnisse auch im Rahmen des Kurses vermittelt werden.</p> <p>Ökonomische Grundkenntnisse werden empfohlen.</p>	
Zusammensetzung / Aufteilung des Workloads:		
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Vorlesung	2	
Übung	2	
Summe	4	5
Aufteilung des Workloads (jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein. Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit (in Std.)	Eigenarbeitszeit (in Std.)
Vorlesung	30	45
Übung	30	45

Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Dauer der Klausur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klausur (60 Minuten)</li> </ul>
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100 % Klausur</li> </ul>
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorlesungs- und Übungsunterlagen sind in englischer Sprache</li> <li>• Vorlesungssprache ist nach Wunsch und Bedarf ebenfalls auf Englisch</li> </ul>
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wilensky, Uri, and Rand William (2015). An Introduction to Agent-Based Modeling. The MIT Press</li> <li>• Sutton, Richard S., and Barto, Andrew G. (1998). Reinforcement Learning. The MIT Press.</li> </ul>

Modultitel	(PN 283005) <b>37682 Einführung in Cloud-Computing</b>
Moduleinordnung (Pflicht- oder Wahlmodul)	Grundlagen WIIS, Vertiefung WIIS
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Franz Lehner Alexander Keller
Häufigkeit des Angebots Dauer des Moduls	Jeweils im Sommersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	<p>Die Veranstaltung umfasst sowohl wirtschaftliche als auch technologische Aspekte des Cloud-Computings. Um Cloud-Technologien und -Anwendungen zu verstehen, bedarf es überdies tieferer Kenntnisse der zu Grunde liegenden Infrastruktur. Aus diesem Grund werden zunächst die technologischen Voraussetzungen und Basistechnologien für Cloud-Computing behandelt. Darauf aufbauend werden die unterschiedlichen Anwendungsformen aus einer wirtschaftsinformatischen und forschungsorientierten Perspektive behandelt. Neben den essentiellen Charakteristika, Service- und Bereitstellungsmodellen sowie rechtlichen Aspekten erfolgt darüber hinaus auch eine Reflexion der spezifischen Auswirkungen von Cloud-Computing auf Wirtschaft, Unternehmen und Gesellschaft.</p> <p>Inhaltsübersicht:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen und Eigenschaften von Cloud-Anwendungen</li> <li>• Service- und Bereitstellungsmodelle</li> <li>• Cloud-Referenzmodell, Cloud-Stack und verwandte Lösungen</li> <li>• Physische Ebene: Verarbeitung, Datenspeicherung, Netzwerk</li> <li>• Virtualisierungsebene</li> <li>• Bereitstellung- und Betriebsebene</li> <li>• Cloud of Things, IoT (Internet der Dinge) und Big Data</li> <li>• Rechtliche Aspekte und Sicherheit</li> <li>• Mikro-Perspektive: IT-Organisation, Geschäftsmodelle und SLAs</li> <li>• Makro-Perspektive: Auswirkungen auf den IT-Servicemarkt, IT-Skills und Cloud-Ökosystem</li> </ul>
Qualifikationsziele des Moduls	Mit der erfolgreichen Teilnahme an diesem Kurs erwerben die Studierenden folgende Kenntnisse und Fähigkeiten:

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Basistechnologien für Cloud-Anwendungen verstehen und deren Zusammenspiel erklären können</li> <li>• Die wesentlichen Eigenschaften von Cloud-Lösungen und die unterschiedlichen Service- und Bereitstellungsmodelle erläutern können</li> <li>• Cloud-Lösungen gegenüber ähnlichen Anwendungen wie Automatic Computing, Web-Services, Utility Computing u.ä. abgrenzen können</li> <li>• Das Konzept der Virtualisierung verstehen und erläutern können</li> <li>• Die Komponenten der physischen Ebene kennen und ihre Funktionen beschreiben können</li> <li>• Einfache Server-Basiskonfigurationen selbst einrichten können</li> <li>• Den Cloud-Systembetrieb verstehen sowie das Servicemanagement und die wichtigsten Aufgaben beschreiben können</li> <li>• Die spezifischen Bedrohungen, Gefahren und Sicherheitsanforderungen kennen und Gegenmaßnahmen entwickeln können</li> <li>• Einfache Cloud-Geschäftsmodelle auf Basis des Business Model Canvas herleiten können (Anbietersicht)</li> <li>• Die systematische Auswahl einer Cloud-Anwendung mit Hilfe eines Entscheidungsmodells durchführen und ein einfaches SLA erstellen können (Anwendersicht)</li> <li>• Cloud-Marktplätze kennen und selbständig finden können sowie das Cloud-Ökosystem und das Zusammenspiel der Marktakteure beschreiben können</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver Frontalunterricht, wobei im Dialog mit den Studierenden die Kursinhalte erarbeitet werden.</li> <li>• Aufbereitung und Reflexion von wissenschaftlichen Studien und Forschungsprojekten</li> <li>• Anwendungsorientierte Fallbeispiele und praktische Übungen am Rechner</li> </ul>
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Gem. § 4 der Prüfungs- und Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration.</p> <p>Empfehlenswert sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Programmierkenntnisse in Java</li> <li>• Grundkenntnisse zu IT-Services und IT-Service-Management</li> </ul>
Zusammensetzung / Aufteilung des Workloads:	

Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Vorlesung		2	
Übung		2	
Summe		4	
Aufteilung des Workloads (jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein. Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
	Präsenzzeit (in Std.)	Eigenarbeitszeit (in Std.)	
Vorlesung	30	45	
Übung	30	45	
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Dauer der Klausur		<ul style="list-style-type: none"> <li>Schriftliche Klausur am Ende des Semesters (Dauer 60 Minuten, 50% der Gesamtnote)</li> <li>Bewertung der Übungsleistung (50% der Gesamtnote)</li> </ul>	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote		Klausur: 50% Übungsleistung: 50%	
Begründung der Prüfungsleistung		<p>Den Studierenden wird im Rahmen der Veranstaltung ein ganzheitliches Verständnis für das Konzept Cloud-Computing vermittelt, indem technische und betriebswirtschaftliche Aspekte aus den Perspektiven Praxis und Wissenschaft betrachtet werden.</p> <p>Die Vorlesung umfasst dabei alle wesentlichen Komponenten und Charakteristika des Konzepts und behandelt diese zum einen aus einer theoretischen Sicht, zum anderen in Form praktischer Anwendungen. Mit der abschließenden Klausur kann insbesondere überprüft werden, ob die theoretische Funktionsweise, das Zusammenspiel der Komponenten sowie die Merkmale und Auswirkungen verstanden wurden und in Theorien der Wirtschaftswissenschaften eingeordnet werden können.</p> <p>Aufgrund der Neuartigkeit des Technologiekonzepts ist es aber auch wichtig, sich eigenständig mit innovativen und praktischen Aufgaben im Umfeld von Cloud-Computing auseinanderzusetzen und die Technologien auch auszuprobieren. Die Übung dient hier zum Erwerb der praktischen Fähigkeiten und qualifiziert die Studierenden, die Technologien auch einzusetzen und zu adaptieren. Aus diesem Grund wird mit der Beurteilung der Übung der damit in Zusammenhang stehende Arbeitsaufwand bewertet.</p> <p>Es ergeben sich in diesem Zusammenhang starke Synergien zwischen den praktischen Übungsaufgaben und dem theoretisch vermittelten Wissen. Die selbstständige Anwendung der Technologien erleichtert den Studierenden theoretische Zusammenhänge zwischen spezifischen Cloud-Bereitstellungsmodellen, Geschäftsmodellen und dem Unternehmenskontext verstehen und effiziente Lösungen zu entwickeln.</p>	

Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Unterlagen zur Veranstaltung (Primär- und Sekundärliteratur) werden online zur Verfügung gestellt.
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben

Modultitel	(PN 283004) <b>37502 Management von IT-Architekturen</b>
Moduleinordnung	Grundlagen und Vertiefung WIIS
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Thomas Widjaja
Häufigkeit des Angebots Dauer des Moduls	Jeweils im Sommersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	<p>IT-Architekturen beschreiben das Zusammenspiel der IT eines Unternehmens. Hierbei steht daher nicht ein einzelnes betriebliches Informationssystem im Fokus, sondern die Gesamtheit der betrieblichen Informationssysteme. Im Rahmen des Moduls wird zunächst ein Überblick über die Aufgaben und Ziele des Managements von IT-Architekturen gegeben und darauf aufbauend unter anderem werden die folgenden Themenfelder behandelt:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>10. Aufgaben und Ziele des IT-Architekturmanagements</li> <li>11. Zusammenspiel zwischen IT-Strategie, Unternehmensarchitekturen und IT-Architekturen</li> <li>12. Modellierung von Unternehmensarchitekturen und IT-Architekturen</li> <li>13. IT-Business Alignment</li> <li>14. IT-Architekturmanagement-Frameworks</li> <li>15. Integration von IT-Architekturen</li> <li>16. IT-Komplexität</li> <li>17. Redundanz und Standardisierung von IT-Architekturen</li> <li>18. IT-Anwendungsportfolio-Management</li> <li>19. Two-Speed-Architekturen und Digitale Infrastrukturen</li> </ol>
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Ziel des Moduls ist die Vermittlung von grundlegendem Wissen zu den Zielen, Aufgaben und Methoden des IT-Architekturmanagements. Nach dem Besuch der Veranstaltung können die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ... das Management von Unternehmensarchitekturen als Teilbereich des IT-Managements einordnen.</li> <li>• ... die Ziele des IT-Architekturmanagements und deren Abhängigkeiten erklären.</li> <li>• ... die Wechselwirkungen von Unternehmensarchitekturen und IT-Architekturen erklären.</li> <li>• ... Unternehmens- und IT-Architekturen aus unterschiedlichen Perspektiven modellieren.</li> <li>• ... das Management von Redundanz und Standardisierungsgrad als zentrale Aufgaben des IT-Architekturmanagements einordnen.</li> <li>• ... die wesentlichen Frameworks und Methoden für das IT-Architekturmanagement erklären und anwen-</li> </ul>

	den.											
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver Frontalunterricht</li> <li>• Fallstudien</li> <li>• Bearbeitung von Übungsaufgaben</li> </ul>											
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang „Business Administration“. Erfolgreicher Besuch des Moduls „IT-Management“ (oder vergleichbare Wissensvoraussetzung) empfohlen.											
Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:												
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Veranstaltungen</th> <th>SWS</th> <th>LP / ECTS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Vorlesung</td> <td>2</td> <td rowspan="2"></td> </tr> <tr> <td>Übung</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Summe</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table>		Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS	Vorlesung	2		Übung	2	Summe	4	5
Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS										
Vorlesung	2											
Übung	2											
Summe	4	5										
Aufteilung der Workload (jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein. Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)												
	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Präsenzzeit (in Std.)</th> <th>Eigenarbeitszeit (in Std.)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Vorlesung</td> <td>30</td> <td>45</td> </tr> <tr> <td>Übung/ Rechnerübung</td> <td>30</td> <td>45</td> </tr> </tbody> </table>		Präsenzzeit (in Std.)	Eigenarbeitszeit (in Std.)	Vorlesung	30	45	Übung/ Rechnerübung	30	45		
	Präsenzzeit (in Std.)	Eigenarbeitszeit (in Std.)										
Vorlesung	30	45										
Übung/ Rechnerübung	30	45										
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Dauer der Klausur	Klausur (60 Minuten)											
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Klausur 100 %											
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Gastvorträge											
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ross, J. W., Weill, P., und Robertson, D. (2006). Enterprise Architecture as Strategy: Creating a Foundation for Business Execution. Boston: Harvard Business Press.</li> <li>• Krcmar, H. (2015). Informationsmanagement, 6. Auflage, Springer Gabler: Heidelberg</li> </ul> <p>Weitergehende Literatur wird in der Veranstaltung empfohlen</p>											

## Vertiefung

Modultitel	(PN 266520) <b>37233 Programmentwicklung unter SAP für Fortgeschrittene</b>
Moduleinordnung	Vertiefung WIIS
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Franz Lehner Referent: Dr. Max Reiter
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jeweils im Wintersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	<p>Vertiefung und Anwendung der SAP-NetWeaver-Technologie mit Programmierbeispielen aus der professionellen Praxis.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen der ABAP-Entwicklung</li> <li>- Projektmanagement, -planung und -controlling</li> <li>- Qualitäts- und Testmanagement</li> <li>- SAP-Fiori und Android -Programmierung</li> <li>- Sicherheitsaspekte in der Programmierung</li> <li>- Softwarearchitektur</li> <li>- UML und Design Patterns</li> <li>- Softwareentwicklungsprozess im SAP-Umfeld</li> <li>- SAP-NetWeaver als Composition Platform</li> </ul>
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, eine professionelle Programmierumgebung für die Entwicklung von Unternehmenssoftware verwenden zu können. Am Beispiel von SAP-NetWeaver sollen sie Verständnis für moderne serviceorientierte Architekturen gewinnen und diese zur Entwicklung von Applikationen nutzen können. Die Bedeutung von branchenspezifischen Lösungen soll erkannt und Lösungen erarbeitet werden.</p> <p>Eignung zur kritischen Reflektion der aktuellen, einschlägigen wissenschaftlichen Fachliteratur.</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Frontalunterricht mit starker Förderung von Diskussion</li> <li>▪ integrierte praktische Übungen in der SAP-Programmierumgebung</li> <li>▪ Einbindung externer Referenten von der msgsystems AG</li> <li>▪ Case Studies als Entwicklungsplattform</li> </ul>
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.</p> <p>Kenntnisse aus den Veranstaltungen „Betriebliche Anwendungssysteme“ und „Praktikum zu ERP-Systemen“ im Bachelor Wirtschaftsinformatik (dies schließt Fertigkeit</p>

	ten im Umgang mit und im Verständnis von ERP-Systemen ein), Programmierkenntnisse in ABAP und Java empfohlen		
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:</b>			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Vorlesung		2	
Übung		3	
Summe		5	
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
	Präsenzzeit		Eigenarbeitszeit
VL	30	54	
Übung	45	81	
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung		Klausur von 60 Minuten	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote		Klausur: 100 %	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		Das Modul ist stark auf die Vermittlung moderner Entwicklungsmethoden am Beispiel von Case-Studies und ihre Behandlung am System ausgerichtet. Sie schließt zahlreiche praktische Teile am Rechner ein. Die praktischen Teile werden in der professionellen Umgebung eines SAP-Softwarehauses umgesetzt	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)		Beispielhaftes Material: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Java-Programmierung mit SAP NetWeaver, Barzewski u.a., SAP Press, 2008</li> <li>- Anwendungsentwicklung mit Enterprise SOA, Huvar u.a., SAP Press, 2008</li> <li>- Ausgewählte Aufsätze zu Enterprise SOA</li> <li>- Proprietäres Textmaterial zur Entwicklung unter SAP-NetWeaver</li> <li>- Online-Skript zur Veranstaltung</li> </ul>	

Modultitel	(PN 266530)		
	<b>35250 Produktionsmanagement</b>		
Moduleinordnung	Vertiefung WIIS Vertiefung IMM		
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Hans Ziegler		
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jeweils im Wintersemester 1 Semester		
Inhalt des Moduls	Das Modul befasst sich mit den grundlegenden Aufgabenstellungen des Produktionsmanagements: - Produktionsprogrammplanung - Materialbedarfsermittlung - Losgrößenplanung - Ablaufplanung und -steuerung - Produktionsplanungs- und -steuerungssysteme. Schwerpunktmäßig werden quantitative Planungsmodelle und die zugehörigen Lösungsmethoden behandelt.		
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden kennen die wesentlichen Aufgabenstellungen des Produktionsmanagements und beherrschen die Techniken zu deren Lösung auf aktuellem Stand der einschlägigen Fachliteratur. Exemplarisch werden die Studierenden mit dem Stand der Forschung vertraut gemacht.		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung mit interaktivem Frontalunterricht; Übung mit Präsentation der Lösungen der Aufgaben durch die Studierenden.		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang „Business Administration“. Das Modul "Operations Research" sollte absolviert worden sein.		
<b>Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:</b>			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Vorlesung		4	
Übung		2	
Summe		6	
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
		Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung		60	140

Übung	30	70	
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Endklausur 120 Minuten		
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	100%		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)			
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Rahmenskript. Ausgewählte Kapitel verschiedener Lehrbücher. Ausgewählte Aufsätze.		

Modultitel	(PN 266540)		
	<b>35100 Logistikmanagement</b>		
Moduleinordnung	Vertiefung WIIS Vertiefung IMM		
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Hans Ziegler		
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jeweils im Sommersemester 1 Semester		
Inhalt des Moduls	Das Modul befasst sich mit den grundlegenden Aufgabenstellungen des Logistikmanagements in den Bereichen - Beschaffungslogistik - Produktionslogistik - Distributionslogistik Schwerpunktmäßig werden quantitative Planungsmodelle und die zugehörigen Lösungsmethoden behandelt.		
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden kennen die wesentlichen Aufgabenstellungen des Logistikmanagements und beherrschen die Techniken zu deren Lösung auf aktuellem Stand der einschlägigen Fachliteratur. Exemplarisch werden die Studierenden mit dem Stand der Forschung vertraut gemacht.		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung mit Frontalunterricht; Bearbeitung von Übungsaufgaben in der Übung.		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang „Business Administration“. Das Modul „Operations Research“ wird empfohlen.		
<b>Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:</b>			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Vorlesung		4	
Übung		2	
Summe		6	
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
		Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Vorlesung		60	140
Übung		30	70

Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	Endklausur, 120 Minuten
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	100 %
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Rahmenskript. Ausgewählte Kapitel verschiedener Lehrbücher. Ausgewählte Aufsätze.

Modultitel	(PN 266570)		
	<b>35150 Seminar zu Produktions- und Logistikmanagement</b>		
Moduleinordnung	Vertiefung WIIS Vertiefung IMM		
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Hans Ziegler		
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jedes Semester 1 Semester		
Inhalt des Moduls	In dem Modul werden aktuelle Forschungsergebnisse zu einem speziellen Teilgebiet des Produktions- und Logistikmanagements anhand von Artikeln in renommierten Fachzeitschriften behandelt.		
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden kennen die grundlegenden Anforderungen an wissenschaftliche Arbeiten und sind mit deren Anfertigung vertraut. Hinsichtlich des behandelten Teilgebiets des Produktions- und Logistikmanagements sind sie mit dem Stand der Forschung vertraut.		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminar. Anfertigung von Hausarbeiten und Präsentationen der Hausarbeiten durch die Studierenden.		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Teilnahme am Modul "Operations Research" sowie an einem der Module "Produktionsmanagement" und "Logistikmanagement" wird empfohlen.		
<b>Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:</b>			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Seminar		2	
Summe		2	7
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
		Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Seminar	30	180	
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung		<ul style="list-style-type: none"> <li>Portfolio aus Hausarbeit (ca. 20 Seiten) und deren Präsentation (ca. 20 Minuten)</li> </ul>	

Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	Hausarbeit: 2/3 Präsentation: 1/3 Für beide Leistungen wird eine Note vergeben.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Ausgewählte Artikel in Fachzeitschriften. Bänsch, A.: Wissenschaftliches Arbeiten, 9. Auflage, München, Wien 2008.

Modultitel	(PN 266580)		
	<b>37681 Masterseminar Wirtschaftsinformatik</b>		
Moduleinordnung	Vertiefung WIIS		
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Franz Lehner		
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Siehe Semesterplanung Wirtschaftsinformatik 1 Semester		
Inhalt des Moduls	Das Modul behandelt spezielle und aktuelle Forschungsthemen aus dem Bereich der Wirtschaftsinformatik.		
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse über den Themenbereich des Seminars sowie zu Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens. Sie können ihr Seminarthema eigenständig wissenschaftlich analysieren und interpretieren.</li> <li>• Sie entwickeln die Fähigkeiten, die Fachliteratur zu einer spezifischen Fragestellung systematisch und strukturiert zu erfassen und die Inhalte zusammenzufassen und zu bewerten.</li> <li>• Sie erwerben Kenntnisse der Präsentations- und Kommunikationstechniken und können ihre fachbezogenen Positionen und Problemlösungen formulieren und argumentativ verteidigen.</li> <li>• Grundsätzlich werden auf diese Weise die Voraussetzungen für das Anfertigen einer Masterarbeit geschaffen.</li> </ul>		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurzvorträge des Dozenten mit Diskussion</li> <li>• Vorträge der Teilnehmer mit Diskussion</li> <li>• Anfertigen von Hausarbeiten</li> <li>• Literaturarbeit und Erarbeitung von Problemlösungen durch die Teilnehmer</li> </ul>		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.		
<b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workload:</b>			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Seminar		2	

Summe	2	7
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit
Seminar	30	180
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Portfolio aus Hausarbeit (ca. 15 Seiten) und deren Präsentation (ca. 30 Minuten)</li> </ul>	
Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote	50 % Seminararbeit 50 % Präsentation Für beide Leistungen wird eine Note vergeben.	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)		
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Variierend nach Thema Allgemeine Literatur zum wissenschaftlichen Arbeiten und Präsentieren: <ul style="list-style-type: none"> <li>Theisen, Manuel (2008), „Wissenschaftliches Arbeiten. Technik, Methodik, Form“, 14. Aufl., Vahlen: München</li> <li>Zelaszny, Gene (2001), „Das Präsentationshandbuch“, Campus: Frankfurt/Main</li> </ul>	

Modultitel	(PN 283001) <b>39607 Masterseminar Internet- und Telekommunikationswirtschaft (Geschäftsmodelle und Strategien in der Internetwirtschaft)</b>
Moduleinordnung (Pflicht- oder Wahlmodul)	Vertiefung WIIS
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Jan Krämer
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Winter- und/oder Sommersemester 1 Semester
Inhalt des Moduls	<p>Erstellung einer Seminararbeit der Studierenden aus dem Themenbereich der Internet- und Telekommunikationswirtschaft. Diese muss problemorientiert sein und Eigenleistungen in Form einer kritischen Auseinandersetzung mit Literaturmeinungen bzw. einer Diskussion der wissenschaftlichen Methodik enthalten.</p> <p>Als mündliche Leistung sind Problemstellung, Ziele und Vorgehen der Arbeit sowie die Ergebnisse der Untersuchung zu präsentieren und zu diskutieren.</p>
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden erwerben Kenntnisse über den Themenbereich Telekommunikations- und Internetwirtschaft sowie die Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens und können ihr Forschungsthema wissenschaftlich analysieren und interpretieren.</li> <li>• Sie entwickeln die Fähigkeiten, die Fachliteratur zu einer spezifischen Fragestellung systematisch und strukturiert zu erfassen und die Inhalte zusammenzufassen und zu bewerten.</li> <li>• Sie erwerben Kenntnisse der Präsentations- und Kommunikationstechniken und können ihre fachbezogenen Positionen und Problemlösungen formulieren und argumentativ verteidigen.</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individuelle Erstellung einer Seminararbeit</li> <li>• Präsentation der Seminararbeit</li> <li>• Diskussion der Ergebnisse</li> </ul>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.

Zusammensetzung / Aufteilung des Workloads:

Veranstaltungen	SWS	LP / ECTS
Seminar	2	
Summe	2	7
Aufteilung des Workloads (jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein. Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)		
	Präsenzzeit (in Std.)	Eigenarbeitszeit (in Std.)
Seminar	30	180

Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten / Dauer der Klausur

Für die erfolgreiche Teilnahme am Seminar müssen eine schriftliche und mündliche Leistungen erbracht werden. Die schriftliche Leistung umfasst eine ca. 15-seitige Hausarbeit. Die mündlichen Leistungen bestehen aus der Präsentation der eigenen Arbeit (ca. 20 Minuten) sowie aktiver Diskussion der eigenen und anderen Arbeiten.

Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote

- 60% Seminararbeit
- 40% mündliche Leistung

Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)

Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)

Modultitel	(PN 283001)		
	<b>39607 Masterkolloquium im Fach Internet- und Telekommunikationswirtschaft</b>		
Moduleinordnung (Grundlage oder Vertiefung)	Vertiefung WIIS		
Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin	Prof. Dr. Jan Krämer		
Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module	Jedes Semester 1 Semester		
Inhalt des Moduls	Das Kolloquium ermöglicht den Studierenden die eigene Masterarbeit im Plenum zu präsentieren und zu diskutieren sowie Einblicke in weiterführende Forschungsarbeiten von Doktoranden und weiteren Wissenschaftlern.		
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reflektion des eigenen wissenschaftlichen Vorgehens</li> <li>• Verständnis für wissenschaftliches Arbeiten</li> <li>• Präsentationsfähigkeiten</li> <li>• Umgang mit Kritik und Umsetzen kritischer Anmerkungen</li> </ul>		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diskussion und gemeinsame Erarbeitung der Lehrinhalte</li> <li>• Präsentation einzelner Themen durch die Studierenden sowie von Doktoranden</li> </ul>		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Das Modul ist begleitend zur Erstellung der Masterarbeit zu absolvieren.		
<b>Zusammensetzung / Aufteilung der Workload:</b>			
Veranstaltungen		SWS	LP / ECTS
Kolloquium		1	
Summe		1	1
Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)			
	Präsenzzeit		Eigenarbeitszeit
Kolloquium	15	15	

<p>Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung</p>	<p>Vorstellen der Zwischenergebnisse der eigenen wissenschaftlichen Arbeit Mündliche Arbeit</p>
<p>Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote</p>	
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	<p>Bitte die Regelungen zur Anmeldung von Abschlussarbeiten am Lehrstuhl beachten. Die Zulassung zur Abschlussarbeit gilt als Voraussetzung für die Teilnahme am Kolloquium.</p>
<p>Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)</p>	<p>Eine erste Literaturliste wird im ersten Betreuungsgespräch zur Verfügung gestellt.</p>