

**Modulhandbuch für den Studiengang
 „Betriebswirtschaftslehre / Business Administration“
 mit dem Abschluss „Master of Science (M.Sc.)“
 der Philipps-Universität Marburg
 vom 21. Juni 2017 in der Änderungsfassung vom 22. April 2020
 (PO-Version 20202)**

Inhalt

| | |
|--|-----------|
| Methodenbereich | 4 |
| Advanced Problemsolving and Communication | 4 |
| Dynamische Optimierung..... | 4 |
| Empirical Economics (Importmodul aus dem Bereich der Research Methods) | 5 |
| Evolutionäre Spieltheorie | 5 |
| Mikroökometrie | 6 |
| Multivariate Statistische Methoden | 7 |
| Ökonometrie..... | 8 |
| Quantitative Methods in Empirical Finance | 9 |
| Vertiefung Quantitativer und Statistischer Methoden | 10 |
| Zeitreihen-Ökonometrie | 11 |
| Schwerpunkt Accounting and Finance | 12 |
| Advanced Management Accounting I: Value-based Management | 12 |
| Advanced Management Accounting II: Managerial Decision Making, Governance, and Control | 13 |
| Advanced Management Accounting III: Data Analysis and Empirical Research | 14 |
| Asset Pricing Theory/Capital Market Theory | 14 |
| Behavioral Finance | 15 |
| Case Studies in Entrepreneurial Finance | 16 |
| Rechnungslegung I: Konzepte & Internationales..... | 17 |
| Rechnungslegung II – Bewertung & Governance..... | 18 |
| Selected Problems in Banking and Finance/Banking | 19 |
| Unternehmensbesteuerung I | 20 |
| Unternehmensbesteuerung II | 21 |
| Unternehmensbesteuerung III | 22 |
| Unternehmensbewertung: Theorie und Praxis | 23 |
| Seminar Advanced Management Accounting..... | 24 |
| Seminar Empirical Finance | 24 |
| Seminar Finanzierung und Banken für Fortgeschrittene | 25 |
| Seminar Rechnungslegung und Unternehmensbewertung..... | 26 |
| Seminar Statistik für Fortgeschrittene..... | 27 |
| Schwerpunkt Marktorientierte Unternehmensführung | 28 |
| Culture, Leadership and Knowledge Management | 28 |
| Internationales Marketing..... | 29 |
| Management of Organizations..... | 30 |
| Marketingforschung in Theorie und Praxis | 30 |

| | |
|---|-----------|
| Organisationstheorien und Wissensmanagement..... | 31 |
| Strategic Management..... | 32 |
| Vertikales Marketing in Theorie und Praxis | 33 |
| Seminar Empirische Marketing..... | 34 |
| Seminar Marketingtheorie..... | 35 |
| Seminar Organisations, Personal- und Wissensmanagement..... | 36 |
| Seminar Strategisches und Internationales Management..... | 37 |
| Seminar Strategisches und Internationales Management (Projektseminar) | 37 |
| Schwerpunkt Informations- und Innovationsmanagement..... | 38 |
| Digital Business | 38 |
| Entrepreneurship and Small Business Management | 39 |
| Entwicklung und Vermarktung neuer Produkte und Dienstleistungen..... | 40 |
| Entwicklung und Vermarktung neuer Produkte: Fallstudien..... | 41 |
| Managing Digital Platform Ecosystems | 42 |
| Innovative Business Models | 42 |
| Strategic Management of Technology and Innovation: Intellectual Property Management | 43 |
| Strategic Management of Technology and Innovation: Case Studies..... | 44 |
| Vertiefung Quantitativer Methoden mit R..... | 45 |
| Seminar Digitalisierung und Prozessmanagement..... | 46 |
| Seminar Entrepreneurship und Innovative Geschäftsmodelle | 47 |
| Seminar Technologie- und Innovationsmanagement | 47 |
| Wahlpflichtbereich Betriebswirtschaftslehre | 48 |
| Ausgewählte Aspekte der Betriebswirtschaftslehre für Fortgeschrittene I | 48 |
| Ausgewählte Aspekte der Betriebswirtschaftslehre für Fortgeschrittene II | 49 |
| Advanced Management Accounting IV: Selected Issues | 50 |
| Advanced Management Accounting V: Advanced Issues | 50 |
| Management von Unternehmen der Gesundheitswirtschaft | 51 |
| Rechnungslegung III – Ausgewählte Fragestellungen | 52 |
| Rechnungslegung IV – Vertiefende Fragestellungen | 53 |
| Wahlpflichtbereich Projektstudium | 54 |
| Graduate (Research) Project Accounting and Finance | 54 |
| Graduate (Research) Project Market-Oriented Management I..... | 55 |
| Graduate (Research) Project Market-Oriented Management II..... | 56 |
| Graduate (Research) Project Information and Innovation Management I..... | 56 |
| Graduate (Research) Project Information and Innovation Management II..... | 57 |
| Wahlpflichtbereich Volkswirtschaftslehre | 58 |
| Importmodule der Volkswirtschaftslehre gemäß Anlage 3 der Prüfungsordnung | 58 |
| Wahlpflichtbereich Ausland | 58 |
| BWL Ausland I (M.Sc.)..... | 58 |
| BWL Ausland II (M.Sc.)..... | 59 |
| BWL Ausland III (M.Sc.)..... | 59 |
| BWL Ausland IV (M.Sc.) | 60 |
| BWL Ausland V (M.Sc.) | 61 |

| | |
|---|-----------|
| Wahlpflichtbereich Ergänzende Fachwissenschaften | 61 |
| Interdisziplinäre Importmodule gemäß Anlage 3 der Prüfungsordnung | 61 |
| Schlüsselqualifikationen für Fortgeschrittene | 61 |
| Abschlussbereich..... | 62 |
| Masterarbeit | 62 |

Methodenbereich

| | |
|--|--|
| Modulbezeichnung | Advanced Problemsolving and Communication |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Das Modul Problemlösung und Kommunikation vermittelt Studierenden die Fähigkeit, wissenschaftliche Problemstellungen zu identifizieren, zu strukturieren, zu analysieren und Problemlösungen in unterschiedlicher Form zu kommunizieren. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung mit Übungselementen Gruppenarbeit Präsentation Selbststudium |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 28 Stunden Vorbereitung/ Ausarbeitung der Projektarbeit: 100 Stunden Ausarbeitung der Präsentation: 52 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Studienleistung: Hausarbeit Prüfungsleistung: Präsentation |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Sommersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Torsten Wulf |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|---------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | Dynamische Optimierung <i>Dynamic Optimization</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Das Modul soll die Teilnehmer in die Lage versetzen, ökonomische Modelle, die auf ein dynamisches Optimierungsproblem hinauslaufen, zu erfassen, eigenständig zu erweitern und Implikationen des Modells abzuleiten. Zum Einstieg wird in diesem Modul zunächst die statische Optimierung unter Gleichungsrestriktionen rekapituliert ("Lagrange") und auf Ungleichungsrestriktionen erweitert ("Kuhn-Tucker"). Der Rest der Veranstaltung beschäftigt sich mit dynamischer Optimierung, zunächst im Rahmen klassischer Variationsrechnung ("Euler"), dann unter der Verwendung des Maximumprinzips der Kontrolltheorie ("Pontryagin"). Die dynamische Programmierung ("Bellman") wird zum einfacheren Verständnis zunächst in diskreter Zeit für |

| | |
|--|--|
| | deterministische Fragestellungen behandelt, dann bis zur Behandlung zeitstetig gesteuerter Ito-Diffusionen fortgesetzt. Jede der behandelten mathematischen Theorien wird durch wenigstens eine ökonomische Anwendung illustriert. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung und Übung |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 50 Stunden Vor- und Nachbereitung: 65 Stunden Prüfungsvorbereitung: 65 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Wintersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Dr. Karl-Heinz Schild |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

Empirical Economics (Importmodul aus dem Bereich der Research Methods)

Vgl. das Modulhandbuch des M.Sc. „Economics and Institutions“

| | |
|---|---|
| Modulbezeichnung | Evolutionäre Spieltheorie <i>Evolutionary Game Theory</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Inhalte: Im Modul wird zunächst ausführlich auf das Nash-Gleichgewichtskonzept in verschiedenen Konstellationen (wie gemischte Strategien, dynamische Spiele) eingegangen, bevor Populationsspiele, evolutionär stabile Strategien und Replikatorgleichungen behandelt werden. Qualifikationsziele: Das Modul soll den Teilnehmerinnen und Teilnehmern ein grundlegendes Verständnis von Gleichgewichtskonzepten der Spieltheorie vermitteln sowie Techniken, wie diese Gleichgewichte ermittelt oder charakterisiert werden können. Die Teilnehmer sollen darüber hinaus lernen, geeignete spieltheoretische Modelle für ökonomische Fragestellungen zu entwickeln. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung und Übung |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 50 Stunden Vor- und Nachbereitung: 65 Stunden Prüfungsvorbereitung: 65 Stunden |

| | |
|--|--|
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Sommersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Dr. Karl-Heinz Schild |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|---|---|
| Modulbezeichnung | Mikroökometrie <i>Microeconometrics</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | <p>Das Modul soll den Teilnehmerinnen und Teilnehmern einen Überblick über grundlegende Modelle und Methoden zur Analyse mikroökonomischer Daten geben und sie in die Lage versetzen, solche Analysen mit einer Software wie STATA durchzuführen. Bei der Fülle von Verfahren stellt die Beurteilung, welches Modell bzw. Verfahren für einen konkreten Datensatz adäquat ist und was deren Möglichkeiten, aber auch Grenzen sind, ein wesentliches Lernziel dar.</p> <p>Im ersten Teil der Veranstaltung werden grundlegende Eigenschaften der linearen Regression bei Querschnittsdaten rekapituliert, wobei die Endogenitätsproblematik im Vordergrund steht. In diesem Teil wird auch auf die Theorie der Maximum-Likelihood-Schätzung eingegangen. Im zweiten Teil werden Regressionen von Querschnittsdaten bei Einschränkungen an die erklärte Variable behandelt, was binäre Regression (Logit/Probit) sowie Tobit-Regression und die Heckman-Methode bei Sample Selection Bias umfasst. Der dritte Teil beschäftigt sich mit der Schätzung von Modellen für Panel-Daten. Insbesondere werden Fixed- und Random-Effects Modelle und deren Schätzung behandelt. Im vierten Teil wird auf Quantilregression und die Cox-Proportional-Hazard-Regression der Überlebensanalyse eingegangen.</p> |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung und Übung |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 50 Stunden Vor- und Nachbereitung: 65 Stunden Prüfungsvorbereitung: 65 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |

| | |
|--|--|
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Wintersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Dr. Karl-Heinz Schild |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|---|--|
| Modulbezeichnung | Multivariate Statistische Methoden <i>Multivariate Statistical Methods</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | <p>Inhalt: Den Studierenden werden Methoden- und Anwendungs-kompetenzen im Bereich statistischer Analyseverfahren vermittelt. In diesem Modul werden verschiedene multivariate statistische Methoden behandelt. Das Modul stärkt die methodischen Kompetenzen im Bereich der Quantitativen Methoden, insbes. im Bereich der statistischen Analyseverfahren.</p> <p>Qualifikationsziele: Die Studierenden erlangen vertiefende Kenntnisse in spezifischen anwendungsorientierten Verfahren. Sie lernen, statistische Konzepte auf spezifische Fragestellungen anzuwenden, Lösungsmethoden zu entwickeln und die Ergebnisse sach- und fachgerecht zu interpretieren. Sie verstehen die Bedeutung und Notwendigkeit der getroffenen Annahmen, erkennen Konsequenzen von Annahmeverletzungen und erlernen Möglichkeiten, Annahmeverletzungen durch Verfahrensmodifikationen zu berücksichtigen. Transferleistungen werden erwartet und gestärkt.</p> |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung Übung Selbststudium Freies Unterrichtsgespräch Übungsblätter zur häuslichen Bearbeitung |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 45 Stunden Vor- und Nachbereitung: 45 Stunden Ergänzende Studien: 45 Stunden Klausurvorbereitung und Klausur: 45 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |

| | |
|--|--|
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistung: Klausur, 120 Minuten |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Sommersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Karlheinz Fleischer |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|---|--|
| Modulbezeichnung | Ökonometrie <i>Introductory Econometrics</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | <p>Studierenden werden Methoden- und Anwendungskompetenzen im Bereich statistischer Analyseverfahren, speziell im Bereich der ökonometrischen Methoden vermittelt. Behandelt wird das lineare Modell. Grundlegende Begrifflichkeiten werden eingeführt, Modellannahmen, die KQ-Schätzung und Möglichkeiten der Modellanpassung und Modellprüfung diskutiert, Tests auf Annahmeverletzungen vorgestellt und Möglichkeiten zum Umgang mit Annahmeverletzungen erläutert.</p> <p>Das Modul stärkt die methodischen Kompetenzen im Bereich der Quantitativen Methoden, insbes. im Bereich der ökonometrischen Analyseverfahren.</p> <p>Die Studierenden erlernen den sach- und fachgerechten Umgang mit dem linearen Modell. Sie verstehen, wie geeignete Modelle aufgebaut, überprüft und beurteilt werden können und wie die Schätzergebnisse zu interpretieren sind. Besonderer Wert wird auf eine kritische Methodendiskussion gelegt, die für ein umfassendes Verständnis und eine korrekte Interpretation der Ergebnisse unumgänglich ist. Die Studierenden lernen auch, wie allgemeine statistische Konzepte eingesetzt werden, um die Verwendung der eingesetzten Methoden zu begründen.</p> <p>Die Studierenden werden mit grundlegenden Begriffen und Konzepten der Ökonometrie vertraut und erlangen dabei die Befähigung, ökonometrische Analysen zu verstehen, korrekt zu interpretieren, selbstständig ökonometrische Analysen zu planen und durchzuführen. Dabei werden auch Transferleistungen erwartet und gefördert. Nach dem erfolgreichen Absolvieren können die Studierenden passende Modelle für konkrete Fragestellungen aufstellen, Modellannahmen überprüfen, die Modellgüte messen und die Ergebnisse korrekt problembezogen interpretieren und hinterfragen.</p> <p>Das Modul bildet die Basis für weiterführende ökonometrische Methoden und versetzt die Studierenden in die Lage, sich eigenständig weitere Methoden anzueignen, die z.B. für empirische Arbeiten wie Abschlussarbeiten benötigt werden.</p> |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung Übung Selbststudium |

| | |
|--|---|
| | Freies Unterrichtsgespräch Übungsblätter zur häuslichen Bearbeitung |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 45 Stunden Vor- und Nachbereitung: 45 Stunden Ergänzende Studien: 45 Stunden Klausurvorbereitung und Klausur: 45 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Wintersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Karlheinz Fleischer |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|---|---|
| Modulbezeichnung | Quantitative Methods in Empirical Finance |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | <p>Inhalte: Anhand ausgewählter finanzwirtschaftlicher Fragestellungen werden ökonometrische und statistische Methoden vorgestellt. Parallel dazu wenden die Studierenden diese Methoden unter Zuhilfenahme des Softwarepakets STATA auf empirische Daten an.</p> <p>Qualifikationsziele: Ziel dieses Moduls ist es, die teilnehmenden Studierenden zu eigenständiger wissenschaftlicher Arbeit im Bereich der empirischen Kapitalmarktforschung zu befähigen. Ausgehend von einigen ausgewählten finanzwirtschaftlichen Fragestellungen werden im Vorlesungsteil der Veranstaltung zunächst zentrale ökonometrische und statistische Methoden, die in der empirischen Kapitalmarktforschung zum Einsatz kommen, vorgestellt. Gleichzeitig erhalten die Studierenden im Übungsteil des Moduls unmittelbar Gelegenheit, diese Methoden unter Zuhilfenahme des Softwarepakets Stata im PC-Pool des Fachbereichs auf empirische Daten anzuwenden. Damit eignen sich Teilnehmer und Teilnehmerinnen des Moduls Kenntnisse in der finanzwirtschaftlichen Datenanalyse an, die sie für die Umsetzung einer empirischen Abschlussarbeit sowie darüber hinaus für zahlreiche Tätigkeiten in der Finanzwirtschaft qualifizieren.</p> |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung Computer Lab Selbststudium |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 45 Stunden |

| | |
|--|--|
| | Vor- und Nachbereitung: 55 Stunden Vorbereitung Assignments: 55 Stunden Vorbereitung Abschlussklausur: 25 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine Hinweis: Das Modul kann nicht gewählt werden, wenn das Modul „Advanced Management Accounting III: Selected Issues“ belegt wird. |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Studienleistungen: Test (60 Minuten) und Essay (8-10 Seiten) Prüfungsleistung: Hausarbeit |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Sommersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Oscar A. Stolper |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | Relevante Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben. |

| | |
|---|--|
| Modulbezeichnung | Vertiefung Quantitativer und Statistischer Methoden <i>Advanced Quantitative and Statistical Methods</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Studierenden werden Methoden- und Anwendungskompetenzen im Bereich statistischer Analyseverfahren vermittelt. In diesem Modul werden spezifische, vertiefende, anwendungsorientierte statistische Verfahren behandelt. Diese können u.a. dem Bereich der multivariaten statistischen Verfahren, ökonometrischen Verfahren, der Stichprobentheorie, aber auch aus dem Bereich des Operations Research entstammen. Das Modul stärkt die methodischen Kompetenzen im Bereich der Quantitativen Methoden, insbes. im Bereich der statistischen Analyseverfahren. Die Studierenden erlangen vertiefende Kenntnisse in spezifischen anwendungsorientierten Verfahren. Sie lernen, statistische Konzepte auf spezifische Fragestellungen anzuwenden, Lösungsmethoden zu entwickeln und die Ergebnisse sach- und fachgerecht zu interpretieren. Sie verstehen die Bedeutung und Notwendigkeit der getroffenen Annahmen, erkennen Konsequenzen von Annahmeverletzungen und erlernen Möglichkeiten, Annahmeverletzungen durch Verfahrensmodifikationen zu berücksichtigen. Transferleistungen werden erwartet und gestärkt. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung Übung Selbststudium Freies Unterrichtsgespräch Übungsblätter zur häuslichen Bearbeitung |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 45 Stunden Vor- und Nachbereitung: 45 Stunden Ergänzende Studien: 45 Stunden |

| | |
|--|--|
| | Klausurvorbereitung und Klausur: 45 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Unregelmäßig |
| Beginn des Moduls | Sommersemester und Wintersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Karlheinz Fleischer |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|--|--|
| Modulbezeichnung | Zeitreihen-Ökonometrie <i>Econometrics of Time Series</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Das Modul soll den Teilnehmerinnen und Teilnehmern einen Überblick über grundlegende Modelle und Methoden zur Analyse von Zeitreihendaten geben und sie in die Lage versetzen, solche Analysen mit einer Software wie Stata oder Eviews durchzuführen. Das Modul gliedert sich in drei etwa gleichlange Phasen. Im ersten Teil wird das grundlegende ökonometrische Modell und dessen Schätzung anhand von Querschnittsdaten rekapituliert. Die Schwerpunkte liegen dabei auf Interpretation und kritischer Hinterfragung der Schätzung, Flexibilität bei der Modellspezifikation und den statistischen Tests sowie der Endogenitätsproblematik. Der zweite Teil behandelt klassische Themen der Zeitreihenanalyse im Kontext von ARMA-Modellen, wie residuale Autokorrelation, Stationarität und Unit-Root-Tests. Der dritte Teil schließlich beschäftigt sich mit fortgeschrittenen Themen der Zeitreihen-Ökonometrie, wie ARCH-GARCH-Modellen, Vektor-autoregressiven Modellen und Kointegrationstheorie. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung und Übung |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 50 Stunden Vor- und Nachbereitung: 65 Stunden Prüfungsvorbereitung: 65 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistung: Klausur |

| | |
|--|--|
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Sommersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Dr. Karl-Heinz Schild |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

Schwerpunkt Accounting and Finance

| | |
|--|---|
| Modulbezeichnung | Advanced Management Accounting I: Value-based Management |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Wesentliches Ziel des Moduls ist die Vermittlung von fundierten theoretischen und praktischen Kenntnissen aus dem Bereich Management Accounting (Controlling) mit Blick auf Themen der wertorientierten Unternehmensführung und -steuerung (Value-based Management). Die Studierenden sollen insbesondere die Fähigkeit erlangen Instrumente des wertorientierten Managements anzuwenden, kritisch zu beurteilen und weiterzuentwickeln. Durch die Fokussierung auf das Verstehen von Zusammenhängen, die Verbindung von Theorie und Praxis, wie auch die Anwendung im Rahmen umfassender Problemstellungen (Studienleistung Referat) und die Überprüfung des Erlernten im Rahmen der Modulprüfung Klausur wird eine Nachhaltigkeit der Ausbildung gewährleistet. Das Modul wird empfohlen für Studierende, welche planen im Bereich Unternehmensberatung, Controlling, Finanzierung, Rechnungswesen, oder Management eines Unternehmens anzufangen und perspektivisch eine Tätigkeit als Geschäftsführerin bzw. Geschäftsführer, CEO oder CFO anstreben. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung mit Übungselementen Gruppenarbeit und Selbststudium Präsentation Zusätzlich Vorträge von und Diskussion mit Persönlichkeiten aus der Praxis. |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 48 Stunden Vor- und Nachbereitung: 56 Stunden Prüfungsvorbereitung: 76 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Studienleistung: Referat (10-30 Minuten) Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß § 28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Wintersemester |

| | |
|--|-----------------------------|
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Marc Steffen Rapp |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|--|---|
| Modulbezeichnung | Advanced Management Accounting II: Managerial Decision Making, Governance, and Control |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | <p>Wesentliches Ziel des – in der Regel im Wechsel mit dem Modul Advanced Management Accounting III angebotenen – Moduls ist die Vermittlung von vertiefenden Kenntnissen in den Bereichen (Management) Accounting, Finance und Governance. Die Teilnehmer/-innen sollen insbesondere die Fähigkeit erlangen Strukturen zu erkennen, Konzepte einzuordnen, deren Anwendungsmöglichkeiten zu identifizieren, sowie deren Grenzen zu erkennen, um auf dieser Grundlage ggf. zu eigenen Fortentwicklungen zu gelangen. Durch die Fokussierung auf das Verstehen von Zusammenhängen, die Verbindung von Theorie und Praxis, wie auch die Anwendung im Rahmen umfassender Problemstellungen (Studienleistung Referat) und die Überprüfung des Erlernten im Rahmen der Prüfungsleistung Klausur wird eine Nachhaltigkeit der Ausbildung gewährleistet.</p> <p>Das Modul wird empfohlen für Studierende, welche planen im Bereich Unternehmensberatung, Controlling, Finanzierung, Rechnungswesen, oder Management eines Unternehmens anzufangen und perspektivisch eine Tätigkeit als Geschäftsführerin bzw. Geschäftsführer, CEO oder CFO anstreben.</p> |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | <p>Vorlesung mit Übungselementen Gruppenarbeit und Selbststudium Präsentation Zusätzlich Vorträge von und Diskussion mit Persönlichkeiten aus der Praxis.</p> |
| Arbeitsaufwand | <p>Kontaktstunden: 48 Stunden Vor- und Nachbereitung: 66 Stunden Prüfungsvorbereitung: 66 Stunden</p> |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch oder Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | <p>Studienleistung: Referat (10-30 Minuten) Prüfungsleistung: Klausur</p> |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß § 28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Unregelmäßig |
| Beginn des Moduls | Nach Ankündigung (in der Regel im Sommersemester) |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Marc Steffen Rapp |

| | |
|--|--|
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |
|--|--|

| | |
|--|--|
| Modulbezeichnung | Advanced Management Accounting III: Data Analysis and Empirical Research |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Das – in der Regel im Wechsel mit dem Modul Advanced Management Accounting II angebotene – Modul zielt darauf ab, anhand wechselnder Themen vertiefende Kenntnisse hinsichtlich der Methoden und Anwendungen empirie-geleiteter Forschung in den Bereichen (Managerial) Accounting, Governance and Finance zu vermitteln. Durch die Verbindung von Theorie und Anwendung, die Anleitung zu eigenständiger Forschung und deren Verschriftlichung im Rahmen der Prüfungsleistung Hausarbeit wird eine Nachhaltigkeit der Ausbildung gewährleistet. Das Modul wird empfohlen für Studierende, welche sich für empirie-geleitete Forschung in den genannten Bereichen interessieren und planen im Bereich Accounting and Finance ihre Abschlussarbeit zu schreiben. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung mit Übungselementen Gruppenarbeit und Selbststudium |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 48 Stunden Vor- und Nachbereitung: 46 Stunden Prüfungsvorbereitung: 86 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine Hinweis: das Modul kann nicht belegt werden, wenn das Modul „Quantitative Methods in Empirical Finance“ belegt werden soll. |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Studienleistungen: Test (60 Minuten) und Essay (8-10 Seiten) Prüfungsleistung: Hausarbeit |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Unregelmäßig |
| Beginn des Moduls | Nach Ankündigung (in der Regel im Sommersemester) |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Marc Steffen Rapp |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|---------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Asset Pricing Theory/Capital Market Theory |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Inhalte: Allgemeine Bewertungstheorie (Arbitrage-Theorie, Law of One Price- und nutzenorientierte Bewertung), Bewertung von Derivaten, Zinsstrukturtheorie, Sonderaspekte der Bewertung (CAPM als |

| | |
|--|--|
| | <p>Spezialfall der nutzenorientierten Bewertung und APT, Unternehmensbewertung, Real Optionen) Risiko und Risikopräferenzen, Portfolio Selektionstheorie (Grundlagen und Erweiterungen), CAPM (Grundform und Erweiterungen)</p> <p>Qualifikationsziele: Studierende sollen Techniken zur Entscheidung unter Risiko und zur Bewertung riskanter Zahlungsströme kennenlernen. Darüber hinaus werden Studierenden tiefgehende und spezielle Anwendungskompetenzen sowie die Fähigkeit zur Weiterentwicklung von Lösungsansätzen vermittelt.</p> |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Lehr- und Lernformen: Vorlesung Selbststudium Vorträge von und Diskussion mit Praktikern |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 45 Stunden Vor- und Nachbereitung: 67 Stunden Prüfungsvorbereitung: 68 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Lehrsprache: Englisch Prüfungssprache: Deutsch/Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Studienleistung: Protokoll zu einem Gastvortrag aus dem Themenbereich Accounting and Finance (1-2 Seiten) Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß § 28 Allgemeine Bestimmungen. |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Wintersemester |
| Modulverantwortlicher | Prof. Dr. Bernhard Nietert |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | Skriptum zur Vorlesung, Aufgabensammlung, Kontrollfragen |

| | |
|---------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Behavioral Finance |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | <p>Inhalte: Aufbauend auf einer zielgerichteten Wiederholung der zentralen Konzepte rationalen Entscheidens unter Unsicherheit werden die Teilnehmer der Vorlesung zunächst umfassend mit der Prospect Theory als der am weitesten verbreiteten formalisierten Alternative zur Erwartungsnutzentheorie vertraut gemacht. Darüber hinaus erhalten die Studierenden in dieser Veranstaltung eine Einführung in die experimentelle Verhaltensforschung und einen umfassenden Überblick über bislang identifizierte Verhaltens- und Kapitalmarktanomalien. Abgerundet wird das Modul durch einen Vortrag im Rahmen des integrierten Students' Colloquium, in dem die Teilnehmer in Kleingruppen selbständig die methodische</p> |

| | |
|--|---|
| | <p>Vorgehensweise und die empirischen Erkenntnisse einer ausgewählten wissenschaftlichen Forschungsarbeit nachvollziehen und präsentieren.</p> <p>Qualifikationsziele: Nach der erfolgreichen Teilnahme am Modul sind die Studierenden umfassend mit Konzept und methodischem Instrumentarium sowie insbesondere mit dem über die klassische Finanztheorie hinausgehenden Erklärungsbeitrag der Behavioral Finance aus Sicht von Investoren, Unternehmensentscheidern und auch auf Marktebene vertraut.</p> |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung Students' Colloquium Selbststudium |
| Arbeitsaufwand | <p>Kontaktstunden: 45 Stunden</p> <p>Vor- und Nachbereitung: 55 Stunden</p> <p>Vorbereitung Vortrag: 25 Stunden</p> <p>Vorbereitung Abschlussklausur: 55 Stunden</p> |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Studienleistung: Referat (10-30 Minuten) Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß § 28 Allgemeine Bestimmungen. |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Wintersemester |
| Modulverantwortlicher | Prof. Dr. Oscar A. Stolper |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | Relevante Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben. |

| | |
|---------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Case Studies in Entrepreneurial Finance |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | <p>Inhalte: Dieses Fallstudienseminar kombiniert Konzepte und Fälle in der Unternehmensfinanzierung und überbrückt damit die Kluft zwischen (Corporate Finance) -Theorie und -praxis. Dies ist in diesem Bereich dringend notwendig. Die Methodik des Seminars unterscheidet sich dabei wesentlich von einer traditionellen Veranstaltung. Die Lernenden sammeln Erkenntnisse und Wissen selbst, während die Lehrenden sie durch den Erstellungs- und Entdeckungsprozess führen und diesen erleichtern.</p> <p>Qualifikationsziele: Nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls sind Studierende in der Lage, komplexe Fragen im Bereich der Finanzierung junger Unternehmen anhand schriftlicher Fallanalysen selbständig zu lösen. Daneben werden Kenntnisse im Bereich der Businessplan-Erstellung vermittelt.</p> |

| | |
|--|---|
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Selbststudium Aktive Teilnahme während der Lehrveranstaltung Präsentationsleistung Schriftliche Ausarbeitung einer Fallstudienlösung |
| Arbeitsaufwand | 180 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Studienleistung: Referat Prüfungsleistung: Hausarbeit |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Sommersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Oscar A. Stolper |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | Relevante Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben. |

| | |
|---------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | Rechnungslegung I: Konzepte & Internationales <i>Advanced Financial Accounting I: Concepts and International Aspects</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | <p>Inhalte: Das Modul besteht insbesondere aus den Veranstaltungen „Ökonomische Analyse der Rechnungslegung“ sowie „Internationale Rechnungslegung“, kann aber alternativ auch ganz oder teilweise mit den Veranstaltungen der Module M-RLG III befüllt werden.</p> <p>Ökonomische Analyse der Rechnungslegung: Kodifizierte Rechnungslegungskonzeptionen (Statik, Dynamik, Organik), Reformkonzeptionen des Jahresabschlusses (Kapitalerhaltungskonzepte, Kapitalwertorientierte Ansätze, Finanzplanorientierte Ansätze), Informationsökonomie, Rechnungslegung und Kapitalmarkt (Ereignis- und Assoziationsstudien), Rechnungslegung und Unternehmensrechnung</p> <p>Internationale Rechnungslegung: Harmonisierung der Rechnungslegung (Ursachen, Ziele, Klassifikationen, Ebenen, Alternative Rechnungslegungssysteme), Grundlagen der Rechnungslegung nach den IAS/IFRS (Konzeptionelle Grundlagen, Elemente, Aktiva und Passiva, Ertrag und Aufwand, Bewertung), Ansatz und Bewertung wesentlicher Bilanzpositionen, Weitergehende Informationsinstrumente, Konzernrechnungslegung (Grundlagen, Währungsumrechnung, Konsolidierungen)</p> |

| | |
|--|---|
| | <p>Qualifikationsziele: Das wesentliche Ziel des Moduls liegt in der Vermittlung von fundierten theoretischen, zugleich aber auch praktisch nutzbaren Kenntnissen aus dem Bereich der Rechnungslegung. Die Teilnehmer/-innen sollen insbesondere die Fähigkeit erlangen, die Grenzen bestehender Konzepte zu erkennen, um auf dieser Grundlage ggf. zu eigenen Fortentwicklungen zu gelangen. Durch die Fokussierung auf das Verstehen von Zusammenhängen und die Verbindung von Theorie und Praxis wird eine Nachhaltigkeit der Ausbildung gewährleistet.</p> |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | <p>Vorlesung Selbststudium Vorträge von und Diskussion mit Praktikern</p> |
| Arbeitsaufwand | <p>Kontaktstunden: 45 Stunden Ergänzende Studien: 45 Stunden Vor- und Nachbereitung: 45 Stunden Prüfungsvorbereitung: 45 Stunden</p> |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch/Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Sommersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Sascha H. Mölls |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|---------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | <p>Rechnungslegung II – Bewertung & Governance <i>Advanced Financial Accounting II: Corporate Valuation & Governance</i></p> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | <p>Inhalte: Das Modul kann durch 2 der 3 folgenden Veranstaltungen befüllt werden:</p> <p>Unternehmensbewertung: Finanzwirtschaftliche Grundlagen (Investitionsrechnung, Kapitaltheorie, Entscheidungstheorie, Portfolio-Selection, Kapitalmarkttheorie), Grundlagen (Entwicklung, Leitidee, Bewertungsanlässe), Individuelle Grenzpreisermittlung (Reproduktions- und Liquidationswert, Ertragswertverfahren), Marktorientierte Grenzpreisermittlung (DCF-Methode, Realoptionsansatz), Konfliktbezogene Unternehmensbewertung (Zwei- und Mehr-Personen-Konflikt)</p> |

| | |
|--|---|
| | <p>Corporate Governance: Grundlagen (Begriffe, Grundfragen, ordnungsrelevante Interessen, Wirtschafts- und Unternehmensordnung), Kapitalistische Unternehmung (rechtliche Grundlagen, empirische Befunde, Begründungsansätze, Konnexinstitute), Managerunternehmung (Kapitaleigner vs. Manager, Theorien der Managerherrschaft, empirische Befunde, alternative Kontrollmechanismen), Mitbestimmte Unternehmung (rechtliche Grundlagen, empirische Befunde, Begründungsansätze, Probleme und Perspektiven), Comparative Corporate Governance</p> <p>Vertiefung Internationale Rechnungslegung: Konzernrechnungslegung (Grundlagen, Währungsumrechnung, Konsolidierungen), Aktuelle Sonderfragen (Leasing, Umsatzrealisierung, Verlustantizipation nach IFRS 9)</p> <p>Qualifikationsziele: Das wesentliche Ziel des Moduls liegt in der Vermittlung von fundierten theoretischen, zugleich aber auch praktisch nutzbaren Kenntnissen aus den Bereichen der Unternehmensbewertung und Corporate Governance. Die Teilnehmer/-innen sollen insbesondere die Fähigkeit erlangen, die Grenzen bestehender Konzepte zu erkennen, um auf dieser Grundlage ggf. zu eigenen Fortentwicklungen zu gelangen. Durch die Fokussierung auf das Verstehen von Zusammenhängen und die Verbindung von Theorie und Praxis wird eine Nachhaltigkeit der Ausbildung gewährleistet.</p> |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung Selbststudium Vorträge von und Diskussion mit Praktikern |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 45 Stunden Ergänzende Studien: 45 Stunden Vor- und Nachbereitung: 45 Stunden Prüfungsvorbereitung: 45 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch/Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Studienleistung: Protokoll zu einem Gastvortrag aus dem Themenbereich Accounting and Finance (1-2 Seiten) Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Wintersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Sascha H. Mölls |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|------------------|---|
| Modulbezeichnung | Selected Problems in Banking and Finance/Banking |
| Leistungspunkte | 6 LP |

| | |
|--|--|
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | <p>Inhalte: Existenzbedingungen für einmütig unterstützte Zielfunktionen in Unternehmen, Agency Theorie, Hedging (statisch und dynamisch), Kurzeinführung in Corporate Finance Banken in Deutschland (Legaldefinition Bank, Überblick über Banksystem), Bewertung von Bankprodukten (Krediten, Einlagen), Bankenregulierung, Bankpolitik</p> <p>Qualifikationsziele: Studierende sollen Interessenkonflikte in Unternehmen, die Bewertung von Krediten sowie finanzwirtschaftliches und aufsichtsrechtliches Risiko Management kennenlernen. Darüber hinaus werden Studierenden tiefgehende und spezielle Anwendungskompetenzen sowie die Fähigkeit zur Weiterentwicklung von Lösungsansätzen vermittelt.</p> |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung Selbststudium Vorträge von und Diskussion mit Praktikern |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 42 Stunden Vor- und Nachbereitung: 69 Stunden Prüfungsvorbereitung: 69 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Lehrsprache: Englisch Prüfungssprache: Deutsch/Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Studienleistung: Protokoll zu einem Gastvortrag aus dem Themenbereich Accounting and Finance (1-2 Seiten) Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß § 28 Allgemeine Bestimmungen. |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Sommersemester |
| Modulverantwortlicher | Prof. Dr. Bernhard Nietert |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|---------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | Unternehmensbesteuerung I <i>Corporate Taxation I</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | <p>Inhalte: Zentrale Inhalte der „Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre“ mit einem besonderen Fokus auf steuerrechtliche Vertiefungen und Anwendungen.</p> <p>Qualifikationsziele: Das wesentliche Ziel des Moduls liegt in der Vermittlung von fundierten theoretischen, zugleich aber auch praktisch nutzbaren</p> |

| | |
|--|---|
| | Kenntnissen aus dem Bereich der „Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre“, insbesondere des Steuerrechts. Die Teilnehmer/-innen sollen insbesondere die Fähigkeit erlangen, die generelle Steuerrechtssystematik zu erkennen, um auf dieser Basis zu eigenen Fortentwicklungen zu gelangen. Durch die Fokussierung auf das Verstehen von Zusammenhängen und die Verbindung von Theorie und Praxis wird eine Nachhaltigkeit der Ausbildung gewährleistet. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung/Übung Selbststudium Vorträge von und Diskussion mit Praktikern |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 45 Stunden Ergänzende Studien: 45 Stunden Vor- und Nachbereitung: 45 Stunden Prüfungsvorbereitung: 45 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Sommersemester |
| Modulverantwortlicher | Prof. Dr. Sascha H. Mölls |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|---|--|
| Modulbezeichnung | Unternehmensbesteuerung II <i>Corporate Taxation II</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Inhalte: Zentrale Inhalte der „Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre“ mit einem besonderen Fokus auf betriebswirtschaftliche Vertiefungen und Anwendungen. Qualifikationsziele: Das wesentliche Ziel des Moduls liegt in der Vermittlung von fundierten theoretischen, zugleich aber auch praktisch nutzbaren Kenntnissen aus dem Bereich der „Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre“, insbesondere betriebswirtschaftlicher Entscheidungen/Anwendungen. Die Teilnehmer/-innen sollen insbesondere die Fähigkeit erlangen, die Relevanz von Steuern für betriebliche Entscheidungen zu erkennen, um auf dieser Basis zu eigenen Fortentwicklungen und kritischen Einschätzungen zu gelangen. Durch die Fokussierung auf das Verstehen von Zusammenhängen und die Verbindung von Theorie und Praxis wird eine Nachhaltigkeit der Ausbildung gewährleistet. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung/Übung Selbststudium |

| | |
|--|--|
| | Vorträge von und Diskussion mit Praktikern |
| Arbeitsaufwand | |
| Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Sommersemester |
| Modulverantwortlicher | Prof. Dr. Sascha H. Mölls |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|--|--|
| Modulbezeichnung | Unternehmensbesteuerung III <i>Corporate Taxation III</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | <p>Inhalte: Zentrale Inhalte der „Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre“.</p> <p>Qualifikationsziele: Das wesentliche Ziel des Moduls liegt in der Vermittlung von fundierten theoretischen, zugleich aber auch praktisch nutzbaren Kenntnissen aus dem Bereich der „Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre“, insbesondere betriebswirtschaftlicher Entscheidungen/Anwendungen. Die Teilnehmer/-innen sollen insbesondere die Fähigkeit erlangen, die Relevanz von Steuern für betriebliche Entscheidungen zu erkennen, um auf dieser Basis zu eigenen Fortentwicklungen und kritischen Einschätzungen zu gelangen. Durch die Fokussierung auf das Verstehen von Zusammenhängen und die Verbindung von Theorie und Praxis wird eine Nachhaltigkeit der Ausbildung gewährleistet.</p> |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung/Übung Selbststudium Vorträge von und Diskussion mit Praktikern |
| Arbeitsaufwand | |
| Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Studienleistung: Essay (15-20 Seiten) Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Sommersemester |
| Modulverantwortlicher | Prof. Dr. Sascha H. Mölls |

| | |
|--|--|
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |
|--|--|

| | |
|--|---|
| Modulbezeichnung | Unternehmensbewertung: Theorie und Praxis <i>Corporate Valuation: Theoretical and Practical Aspects</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | <p>Inhalte: Das Modul kann durch die Veranstaltungen „VL Unternehmensbewertung“ und „Planspiel Unternehmensbewertung“ befüllt werden.</p> <p>Unternehmensbewertung: Finanzwirtschaftliche Grundlagen (Investitionsrechnung, Kapitaltheorie, Entscheidungstheorie, Portfolio-Selection, Kapitalmarkttheorie), Grundlagen (Entwicklung, Leitidee, Bewertungsanlässe), Individuelle Grenzpreisermittlung (Reproduktions- und Liquidationswert, Ertragswertverfahren), Marktorientierte Grenzpreisermittlung (DCF-Methode, Realoptionsansatz), Konfliktbezogene Unternehmensbewertung (Zwei- und Mehr-Personen-Konflikt)</p> <p>Planspiel Unternehmensbewertung: Im Planspiel werden die in der VL vermittelten Inhalte auf der Basis eines realen Fallbeispiels eingeübt. Das Planspiel deckt den gesamten Bewertungsprozess (inklusive simulierter Verhandlungssituationen usw.) ab.</p> <p>Qualifikationsziele: Das wesentliche Ziel des Moduls liegt in der Vermittlung von fundierten theoretischen Erkenntnissen aus den Bereichen der Unternehmensbewertung. Diese erfahren eine Ergänzung durch ein Planspiel Unternehmensbewertung, das die theoretischen Erkenntnisse auf einen konkreten praktischen Fall anwendet. Durch die Fokussierung auf das Verstehen von Zusammenhängen und die Verbindung von Theorie und Praxis wird eine Nachhaltigkeit der Ausbildung gewährleistet.</p> |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung Selbststudium Vorträge von und Diskussion mit Praktikern |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 45 Stunden Ergänzende Studien: 45 Stunden Vor- und Nachbereitung: 45 Stunden Prüfungsvorbereitung: 45 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Studienleistung: Referat (10-30 Minuten) Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |

| | |
|--|---------------------------|
| Beginn des Moduls | Wintersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Sascha H. Mölls |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|--|---|
| Modulbezeichnung | Seminar Advanced Management Accounting |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Das Seminar Advanced Management Accounting findet beispielsweise in Form eines Fallstudienseminars oder eines Theorieseminars statt. Ziel ist es, konkrete Problemstellungen aus dem Bereich Management Accounting zu erfassen, zu strukturieren und entweder für konkrete Fallstudien und/oder anhand der bestehenden akademischen Literatur Lösungsvorschläge zu erarbeiten. Dafür sind zunächst geeignete Konzepte und Theorien auszuwählen, anhand derer dann Lösungsoptionen zu erarbeiten sind. Das Seminar vermittelt damit sowohl für wissenschaftliches Arbeiten als auch für praxisorientierte Anwendungen relevante Fähigkeiten und Kenntnisse der Informationsgewinnung und -aufarbeitung, der Teamarbeit und der gezielten Bearbeitung von einer ausgewählten Problemstellung aus dem Bereich Management Accounting. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Seminar Präsentationen Gruppenarbeit und Selbststudium |
| Arbeitsaufwand | 180 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch oder Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistungen: Hausarbeit (3 LP) und Präsentation (3 LP) |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Mindestens jährlich |
| Beginn des Moduls | Mindestens im Wintersemester (und nach Ankündigung) |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Marc Steffen Rapp |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|--------------------|----------------------------------|
| Modulbezeichnung | Seminar Empirical Finance |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |

| | |
|--|--|
| Inhalte und Qualifikationsziele | <p>Inhalte: Die Juniorprofessur Accounting & Finance bietet im Sommersemester regelmäßig ein Masterseminar an, in dem die teilnehmenden Studierenden eigenständig Arbeiten zu aktuellen Themen auf dem Gebiet der Finanzmarktforschung anfertigen, präsentieren und kritisch beurteilen.</p> <p>Qualifikationsziele: Die Veranstaltung zielt darauf ab, Fähigkeiten im Aufbau und der Strukturierung von Informationen zu vermitteln und dieses Wissen mit Blick auf eine konkrete Fragestellung anzuwenden. Darüber hinaus fördert das Modul die Präsentations- und Diskursfähigkeit der Studierenden und bereitet auf die Abschlussarbeit vor.</p> |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Präsentationsveranstaltung Selbststudium |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 10 Stunden Anfertigung Seminararbeit: 160 Stunden Vorbereitung Vortrag: 10 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistungen: Hausarbeit (3 LP) und Präsentation (3 LP) |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Sommersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Oscar A. Stolper |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | Relevante Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben. |

| | |
|---------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | Seminar Finanzierung und Banken für Fortgeschrittene <i>Seminar on Finance and Banking</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | <p>Inhalte: Wechselnde Inhalte aus dem Bereich Finanzierung und Banken</p> <p>Qualifikationsziele: Studierende lernen die empirisch/praktische Umsetzung von Modellen, die in den Modulen „Asset Pricing Theory/Capital Market Theory“ sowie „Selected Problems in Banking and Finance/Banking“ vorgestellt wurden. Zudem bereitet das Seminar auf das Schreiben einer Masterarbeit im Bereich Finanzierung und Banken vor. Es soll in einem ersten Schritt (Präsentation) die grundlegende Kompetenz vermittelt werden, Hausarbeiten und Präsentationen erfolgreich zu erstellen. Danach wird in einem zweiten Schritt die Kompetenz vermittelt, Lösungsvorschläge sowohl mündlich (in</p> |

| | |
|--|--|
| | Präsentationen) vorzustellen und zu diskutieren als auch schriftlich (in Hausarbeiten) im Detail auszuarbeiten. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Lehr- und Lernformen: Hausarbeit Präsentation von Endergebnissen Diskussion der theoretischen und praktischen Inhalte in Kleingruppen, Teams und freiem Unterrichtsgespräch |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 28 Stunden Vorbereitung und Ausarbeitung der schriftlichen Projektarbeit: 100 Stunden Ausarbeitung der Präsentation: 52 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch/Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Studienleistung: Referat (10-30 Minuten) Prüfungsleistungen: Hausarbeit (4 LP) und Präsentation (2 LP) |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß § 28 Allgemeine Bestimmungen. |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Jedes Semester |
| Beginn des Moduls | Wintersemester und Sommersemester |
| Modulverantwortlicher | Prof. Dr. Bernhard Nietert |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | Werden zu Beginn des Seminars bekannt gegeben. |

| | |
|---|---|
| Modulbezeichnung | Seminar Rechnungslegung und Unternehmensbewertung <i>Seminar on Financial Accounting and Corporate Valuation</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Inhalte: Zur Vertiefung der Veranstaltungen im Masterstudiengang sowie zur Erweiterung des Stoffgebietes werden Seminare zu speziellen und aktuellen Fragen u.a. aus den Bereichen Rechnungslegung, Unternehmensbewertung und Corporate Governance angeboten. Das Seminar wird dabei in Form eines Forschungs- und/oder Fallstudienseminars angeboten. Qualifikationsziele: Ziel ist es, konkrete aktuelle (theoretische und/oder empirische) Problemstellungen aus den Bereichen Rechnungslegung, Unternehmensbewertung und/oder Corporate Governance zu erfassen, zu strukturieren und in Einzel- oder Gruppenarbeit zu bearbeiten. Damit sollen die Teilnehmer/-innen zugleich auf die Anfertigung einer Masterarbeit im Fach „Rechnungslegung/Unternehmensbewertung“ vorbereitet werden. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Projekthausarbeit Präsentation von Zwischen- und Endergebnissen Selbststudium |

| | |
|--|---|
| | Diskussion der theoretischen und praktischen Inhalte in Kleingruppen, Teams und freiem Unterrichtsgespräch |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 28 Stunden Vorbereitung der wesentlichen Leistung: 100 Stunden Vorbereitung der weiteren Leistung: 52 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Hausarbeit (3 LP) und Präsentation (3 LP) |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Jedes Semester |
| Beginn des Moduls | Jeweils im Sommersemester und bei Bedarf auch im Wintersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Sascha H. Mölls |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|---|--|
| Modulbezeichnung | Seminar Statistik für Fortgeschrittene <i>Seminar on Advanced Statistics</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Die Studierenden erlangen vertiefte Kenntnisse in spezifischen anwendungsorientierten Verfahren, in die sie sich ggfs. eigenständig einarbeiten müssen. Sie vertiefen einzelne oder alle Phasen statistischer Analysen von der Datenbeschaffung, der Komprimierung, der Auswertung und der Ergebnisinterpretation. Sie lernen statistische Konzepte auf spezifische Fragestellungen anzuwenden, Lösungsmethoden zu entwickeln und die Ergebnisse sach- und fachgerecht zu interpretieren, einem kritischen Publikum zu präsentieren und gegenüber Kritik zu verteidigen. Transferleistungen werden erwartet und gestärkt. Methodenkompetenzen im Bereich statistisch-formaler Methodik, insbes. Analysefähigkeit, Denken in Zusammenhängen und abstraktes und vernetztes Denken, Handlungskompetenzen, insbes. Problemlöse- und Transferleistungen werden vermittelt und vertieft. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Hausarbeit Selbststudium Freies Unterrichtsgespräch Präsentation Diskussion |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 22,5 Stunden Vor- und Nachbereitung: 45 Stunden Ergänzende Studien: 60 Stunden Präsentationen (mit Vorbereitung): 7,5 Stunden Hausarbeitenfertigung: 45 Stunden |

| | |
|--|--|
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistungen: Hausarbeit (3 LP) und Präsentationen (3 LP) |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Einmal im Jahr, ausnahmsweise auch häufiger |
| Beginn des Moduls | Sommersemester (bei Bedarf auch ausnahmsweise im Wintersemester) |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Karlheinz Fleischer |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

Schwerpunkt Marktorientierte Unternehmensführung

| | |
|---|--|
| Modulbezeichnung | Culture, Leadership and Knowledge Management |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | <p>Inhalte: „Nationalkultur“ und ihre Bedeutung für Organisationen und Wissensproduktion Organisationskultur Leadership Change Management Wissensmanagement</p> <p>Qualifikationsziele: Das Modul befähigt Studierende, Wissensmanagement und Mitarbeiterführung auf Basis hohen Kulturbewusstseins zu analysieren und zu betreiben. Es weist zunächst auf kulturelle Unterschiede zwischen Ländern und Regionen hin sowie auf organisationskulturelle Unterschiede zwischen Unternehmen. Auf dieser Basis werden unterschiedliche Formen und Instrumente des Wissensmanagement und der Mitarbeiterführung vorgestellt.</p> |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung Übung mit freiem Unterrichtsgespräch Selbststudium Ergänzende Mittel: Diskussion ausgewählter Fallstudien und Praxisbeispiele Präsentationen in Übungen Vorträge von und Diskussion mit Praktikerinnen/Praktikern |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 45 Stunden Vor- und Nachbereitung: 55 Stunden Prüfungsvorbereitung: 55 Stunden Ergänzende Studien: 25 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Englisch |

| | |
|--|--|
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß § 28 Allgemeine Bestimmungen. |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Wintersemester |
| Modulverantwortlicher | Prof. Dr. Thomas Armbrüster |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | David C. Thomas, 2008: Cross-Cultural Management – Essential Concepts. Second Edition, London: Sage Kim S. Cameron and Robert E. Quinn, 2011: Diagnosing and Changing Organizational Culture. 3 rd ed. NY: Wiley Peter G. Northouse, 2015: Leadership: Theory and Practice. 7 th ed. London: Sage Kimiz Dalkir, 2011: Knowledge Management in Theory and Practice. 2 nd ed. Cambridge, MA: MIT Press |

| | |
|---|---|
| Modulbezeichnung | Internationales Marketing <i>International Marketing</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Im Modul „Internationales Marketing“ werden Motive der Internationalisierung der Geschäftstätigkeit, Informationsgrundlagen des Internationalen Marketing, Strategien und Instrumente des Internationalen Marketing sowie aktuelle Herausforderungen des Internationalen Marketing vermittelt. Die Kenntnis und das Verständnis der Inhalte werden durch eine Klausur abgeprüft. Ergänzend sollen die Studierenden befähigt werden, ausgewählte Praxisprobleme im Kontext des internationalen Marketing selbstständig zu bearbeiten, geeignete Lösungsstrategien abzuleiten und einer Zielgruppe die Ergebnisse adäquat vorzustellen. Die Studierenden des Moduls sollen damit zur Ausübung eines Berufes als Fach- und Führungskraft auf allen Ebenen eines Unternehmens, insbesondere in Marketing, Vertrieb, Internationales Marketing, Produkt-, Key Account- und Category Management und zu selbstständigem wissenschaftlichen Arbeiten befähigt werden. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung/Übung Selbststudium Kleingruppenarbeit Freies Unterrichtsgespräch Planspiele und Fallstudien Exkursionen |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 44 Stunden (4 SWS) Vor- und Nachbereitung: 68 Stunden Klausurvorbereitung: 68 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |

| | |
|--|--|
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Studienleistung: Referat (5-15 Minuten) Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Wintersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Michael Lingenfelder |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|--|--|
| Modulbezeichnung | Management of Organizations |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Studierende beherrschen nach der Teilnahme am Modul die Grundlagen des Managements von Unternehmen. Vermittelt werden Theorien, Konzepte und Instrumente des Managements von Individuen und Gruppe, der Gestaltung von Organisation, Anreiz- und Kontrollsystemen sowie der Entscheidungsfindung in Unternehmen. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung Fallstudien Gruppenarbeit Selbststudium |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 56 Stunden Vor- und Nachbereitung: 56 Stunden Prüfungsvorbereitung: 68 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Jährlich |
| Beginn des Moduls | Sommersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Torsten Wulf |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|--------------------|--|
| Modulbezeichnung | Marketingforschung in Theorie und Praxis <i>Market Research in Theory and Practice</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |

| | |
|--|---|
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | <p>Im Modul „Marketingforschung in Theorie und Praxis“ werden Grundlagen der Marketingforschung, die Skalierung von Variablen, Auswahl der Erhebungselemente, Techniken der Datengewinnung und die Datenanalyse vermittelt. Die Kenntnis und das Verständnis der Inhalte werden durch eine Klausur abgeprüft.</p> <p>Neben dem Verfahrensverständnis sollen die Studierenden befähigt werden, ausgewählte Analyseverfahren anhand von praktischen Beispielen unter Rückgriff auf geeignete Software selbstständig durchführen und interpretieren zu können. Die Studierenden des Moduls sollen damit zur Ausübung eines Berufes als Fach- und Führungskraft auf allen Ebenen eines Unternehmens, insbesondere in den Bereichen Marketing, Marketingforschung sowie in Marktforschungsagenturen und zu selbstständigem wissenschaftlichen Arbeiten befähigt werden.</p> <p>Der Abschluss dieses Moduls wird allen Studierenden dringend empfohlen, die ein „Graduate (Research) Project Marktorientierte Unternehmensführung“ im Fachgebiet Marketing und Handelsbetriebslehre absolvieren und/oder eine empirische Masterarbeit im Fachgebiet Marketing und Handelsbetriebslehre schreiben möchten.</p> |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | <p>Vorlesung/Übung Selbststudium Kleingruppenarbeit Freies Unterrichtsgespräch Planspiele und Fallstudien Exkursionen</p> |
| Arbeitsaufwand | <p>Kontaktstunden: 44 Stunden (4 SWS) Vor- und Nachbereitung: 68 Stunden Klausurvorbereitung: 68 Stunden</p> |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | <p>Studienleistung: Referat (5-15 Minuten) Prüfungsleistung: Klausur</p> |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Wintersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Michael Lingenfelder |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|--------------------|---|
| Modulbezeichnung | Organisationstheorien und Wissensmanagement <i>Organization Theory and Knowledge Management</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |

| | |
|--|---|
| Inhalte und Qualifikationsziele | Mit den verschiedenen Perspektiven auf Organisationen und Management lernen die Studierenden die Geschichte des Denkens über Organisationen im 20. und frühen 21. Jahrhunderts kennen. Sie werden damit befähigt, theoriebasierte Organisationsforschung zu betreiben sowie praxisorientiert Organisationen aus verschiedenen Perspektiven zu analysieren. Das Modul wird empfohlen für Studierende, die in den Bereichen Unternehmensberatung, Personalmanagement, Innovationsmanagement oder Wissensmanagement tätig werden wollen. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung Übung mit freiem Unterrichtsgespräch Selbststudium |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 45 Stunden Vor- und Nachbereitung: 55 Stunden Prüfungsvorbereitung: 55 Stunden Ergänzende Studien: 25 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß § 28 Allgemeine Bestimmungen. |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Sommersemester |
| Modulverantwortlicher | Prof. Dr. Thomas Armbrüster |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|---|---|
| Modulbezeichnung | Strategic Management |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Studierende sind nach der Teilnahme am Modul in der Lage, die strategische Situation von international tätigen Unternehmen zu analysieren und Unternehmens- und Wettbewerbsstrategien für diese Unternehmen zu formulieren. Vermittelt werden Theorien, Konzepte und Instrumente des strategischen Managements auf Unternehmens- und Geschäftsebene in einem internationalen, durch kulturelle Unterschiede geprägten Umfeld. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung Fallstudien Praxisvorträge und Diskussion Selbststudium |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 56 Stunden Vor- und Nachbereitung: 56 Stunden Prüfungsvorbereitung: 68 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |

| | |
|--|--|
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Studienleistung: Test (30-45 Minuten) Prüfungsleistung: Klausur oder Hausarbeit oder Präsentation |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Jährlich |
| Beginn des Moduls | Wintersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Torsten Wulf |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|--|--|
| Modulbezeichnung | Vertikales Marketing in Theorie und Praxis <i>Supplier-Retailer-Relations in Theory and Practice</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Im Modul „Vertikales Marketing in Theorie und Praxis“ werden Konzeption, Elemente und rechtliche Grundlagen des vertikalen Marketing vermittelt. Weitere Themenfelder sind: Markenpolitik, Efficient Consumer Response: Supply Chain Management, Category Management sowie Relevanz von E-Business im vertikalen Marketing. Zudem sammeln Studierende Erfahrungen in der Anwendung der o.g. Themenfelder. Ergänzend sollen die Studierenden befähigt werden, ausgewählte Praxisprobleme im Kontext des vertikalen Marketing selbstständig zu bearbeiten, geeignete Lösungsstrategien abzuleiten und die Ergebnisse einer Zielgruppe adäquat vorzustellen. Die Studierenden des Moduls sollen zur Ausübung eines Berufes als Fach- und Führungskraft auf allen Ebenen eines Unternehmens, insbesondere in Marketing, Vertrieb, Internationales Marketing, Marktforschung, Produkt-, Key Account- und Category Management und zu selbstständigem wissenschaftlichen Arbeiten befähigt werden. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung/Übung Selbststudium Kleingruppenarbeit Freies Unterrichtsgespräch Planspiele und Fallstudien Exkursionen |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 44 Stunden (4 SWS) Vor- und Nachbereitung: 68 Stunden Klausurvorbereitung: 68 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Studienleistung: Referat (5-15 Minuten) Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |

| | |
|--|--------------------------------|
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Sommersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Michael Lingenfelder |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|--|--|
| Modulbezeichnung | Seminar Empirische Marketing <i>Seminar on Empirical Marketing</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Im „Seminar Empirisches Marketing“ werden ausgewählte Themenbereiche des Fachgebiets Marketing und Handelsbetriebslehre vertieft. Ziel ist es, konkrete marketingbezogene Problemstellungen aus den Vertiefungsmodulen „Internationales Marketing“, „Vertikales Marketing in Theorie und Praxis“, „Marketingforschung in Theorie und Praxis“ und/oder ergänzenden Kompetenzfeldern zu strukturieren und in Gruppen- und Einzelarbeiten Lösungsvorschläge zu erarbeiten. Dafür sind geeignete Konzepte und Theorien auszuwählen und zur Erarbeitung von Lösungen heranzuziehen. Das Seminar vermittelt sowohl für das wissenschaftliche Arbeiten als auch für praxisorientierte Fälle die relevanten Fähigkeiten und Kenntnisse der Informationsgewinnung und -auswertung (ggf. inklusive einer Einführung in dafür benötigte statistische Analysetools. Zudem fördert das „Seminar Empirisches Marketing“ die Teamarbeit und die Entwicklung von Strategien zur gezielten Lösung ausgewählter Problemstellungen im Fachgebiet Marketing und Handelsbetriebslehre. Zu den Fähigkeiten, welche im Zuge des Seminars erlernt werden, gehören die Beschaffung der relevanten wissenschaftlichen Literatur, die Erhebung und Auswertung von Daten mithilfe geeigneter Methoden, die Strukturierung und das Verfassen der selbstständig zu erarbeitenden Hausarbeit sowie die Entwicklung und Präsentation von Lösungskonzeptionen zu wissenschaftlichen und/oder praxisbezogenen Problemstellungen. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Hausarbeit Präsentation von Endergebnissen Selbststudium Diskussion Gruppenarbeit |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 22 Stunden Vor- und Nachbereitung: 158 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Erfolgreicher Abschluss eines der Module „Internationales Marketing“, „Vertikales Marketing in Theorie und Praxis“ oder „Marketingforschung in Theorie und Praxis“ |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistungen: Hausarbeit (3 LP) und Präsentation (3 LP) |

| | |
|--|--|
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Jedes Semester |
| Beginn des Moduls | Zum Ende des vorangegangenen Semesters bzw. zum Semesterbeginn |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Michael Lingenfelder |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|--|--|
| Modulbezeichnung | Seminar Marketingtheorie <i>Seminar on Marketing Theory</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | <p>Im „Seminar Marketingtheorie“ werden ausgewählte Themenbereiche des Fachgebiets Marketing und Handelsbetriebslehre vertieft.</p> <p>Ziel ist es, konkrete marketingbezogene Problemstellungen aus den Vertiefungsmodulen „Internationales Marketing“, „Vertikales Marketing in Theorie und Praxis“, „Marketingforschung in Theorie und Praxis“ und/oder ergänzenden Kompetenzfeldern zu strukturieren und in Gruppen- und Einzelarbeiten Lösungsvorschläge zu erarbeiten. Dafür sind geeignete Konzepte und Theorien auszuwählen und zur Erarbeitung von Lösungen heranzuziehen.</p> <p>Das Seminar vermittelt sowohl für das wissenschaftliche Arbeiten als auch für praxisorientierte Fälle die relevanten Fähigkeiten und Kenntnisse der Informationsgewinnung. Zudem fördert das „Seminar Marketingtheorie“ die Teamarbeit und die Entwicklung von Strategien zur gezielten Lösung ausgewählter Problemstellungen im Fachgebiet Marketing und Handelsbetriebslehre.</p> <p>Zu den Fähigkeiten, welche im Zuge des Seminars erlernt werden, gehören die Beschaffung der relevanten wissenschaftlichen Literatur, die Strukturierung und das Verfassen der selbstständig zu erarbeitenden Hausarbeit sowie die Entwicklung und Präsentation von Lösungskonzeptionen zu wissenschaftlichen und/oder praxisbezogenen Problemstellungen.</p> |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | <p>Hausarbeit</p> <p>Präsentation von Endergebnissen</p> <p>Selbststudium</p> <p>Diskussion</p> <p>Gruppenarbeit</p> |
| Arbeitsaufwand | <p>Kontaktstunden: 22 Stunden</p> <p>Vor- und Nachbereitung: 158 Stunden</p> |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Erfolgreicher Abschluss eines der Module „Internationales Marketing“, „Vertikales Marketing in Theorie und Praxis“ oder „Marketing-forschung in Theorie und Praxis“ |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistungen: Hausarbeit (3 LP) und Präsentation (3 LP) |

| | |
|--|--|
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Jedes Semester |
| Beginn des Moduls | Zum Ende des vorangegangenen Semesters bzw. zum Semesterbeginn |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Michael Lingenfelder |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|--|---|
| Modulbezeichnung | Seminar Organisations, Personal- und Wissensmanagement <i>Seminar on Organization Structures, HR and Knowledge Management</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | <p>Inhalte: Im Forschungsseminar zu Organisation, Personal- und Wissensmanagement werden ausgewählte Themen der drei Felder und ihrer Zusammenhänge behandelt. Jedes Semester wird ein anderes Thema angeboten. Ein Fokus kann beispielsweise auf dem Zusammenhang zwischen Mitarbeiterführung und Wissensmanagement liegen oder auf einer wissensintensiven Branche wie z.B. Unternehmensberatung.</p> <p>Qualifikationsziele: Das Seminar vermittelt Fähigkeiten für wissenschaftliches Arbeiten sowie praxisorientierte Kenntnisse der Informationsgewinnung, -aufarbeitung und -darstellung. Von besonderer Bedeutung ist die Aufarbeitung der Forschungsliteratur und des wissenschaftlichen Diskurses über ein ausgewähltes Thema sowie die kritische Analyse von Methoden und empirischen Ergebnissen.</p> |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | <p>Hausarbeit Referat bzw. Präsentation von Zwischen- oder Endergebnissen Selbststudium Diskussion der theoretischen und praktischen Inhalte in Kleingruppen Freies Unterrichtsgespräch</p> |
| Arbeitsaufwand | <p>Kontaktstunden: 28 Stunden Vorbereitung/Ausarbeitung der schriftlichen Arbeit: 100 Stunden Ausarbeitung der Präsentation: 52 Stunden</p> |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine Empfohlen: Teilnahme an dem Modul Organisationstheorien und Wissensmanagement und/oder an dem Modul Culture, Leadership and Knowledge Management |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Hausarbeit (3 LP) und Präsentation (3 LP) |

| | |
|--|--|
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß § 28 Allgemeine Bestimmungen. |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Jedes Semester |
| Beginn des Moduls | Wintersemester und Sommersemester |
| Modulverantwortlicher | Prof. Dr. Thomas Armbrüster |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | Je nach Themenfokus (wechselt jedes Semester) |

| | |
|---|---|
| Modulbezeichnung | Seminar Strategisches und Internationales Management <i>Seminar on Strategic and International Management</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | In diesem Seminar werden ausgewählte Themen aus den Bereichen Strategie, Organisation und Internationales Management behandelt. Ziel ist es, konkrete Problemstellungen aus dem Bereich Management zu erfassen, zu strukturieren und in Gruppen- oder Einzelarbeiten Lösungsvorschläge zu erarbeiten. Dafür sind geeignete Konzepte und Theorien auszuwählen und zur Erarbeitung von Lösungen heranzuziehen. Es soll die Kompetenz vermittelt werden, Lösungsvorschläge für konkrete Problemstellungen sowohl mündlich (in Präsentationen) als auch schriftlich (in Hausarbeiten) zu vermitteln und zu diskutieren. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Projekthausarbeit Präsentation von Zwischen- und Endergebnissen Selbststudium Diskussion der theoretischen und praktischen Inhalte in Kleingruppen, Teams und freiem Unterrichtsgespräch |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 28 Stunden Vorbereitung/Ausarbeitung der schriftlichen Projektarbeit: 100 Stunden Ausarbeitung der Präsentation: 52 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch/Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistungen: Hausarbeit (3 LP) und Präsentation (3 LP) |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Jedes Semester |
| Beginn des Moduls | Wintersemester und Sommersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Torsten Wulf |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|------------------|--|
| Modulbezeichnung | Seminar Strategisches und Internationales Management (Projektseminar) <i>Seminar on Strategic and International Management (Project)</i> |
|------------------|--|

| | |
|--|--|
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Dieses Seminar findet in Form eines Projektseminars statt. Dabei werden konkrete Problemstellungen aus der Praxis aufgegriffen und mit Hilfe wissenschaftlicher Methoden bearbeitet. Die Methodik des Projektseminars beinhaltet ein strukturiertes Forschungsprogramm: Ziel ist es, konkrete Problemstellungen aus dem Bereich Management zu erfassen, zu strukturieren und in Gruppen- oder Einzelarbeiten Lösungsvorschläge zu erarbeiten. Dafür sind geeignete Konzepte und Theorien auszuwählen und zur Erarbeitung von Lösungen heranzuziehen. Es soll die Kompetenz vermittelt werden, Lösungsvorschläge für konkrete Problemstellungen zu vermitteln und zu diskutieren. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Projekthausarbeit Präsentation von Zwischen- und Endergebnissen Selbststudium Diskussion der theoretischen und praktischen Inhalte in Kleingruppen, Teams und freiem Unterrichtsgespräch |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 28 Stunden Vorbereitung/Ausarbeitung der schriftlichen Projektarbeit: 100 Stunden Ausarbeitung der Präsentation: 52 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Studienleistung: Referat (10-30 Minuten) oder Essay (8-10 Seiten) Prüfungsleistung: Präsentation |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Jedes Semester |
| Beginn des Moduls | Wintersemester und Sommersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Torsten Wulf |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

Schwerpunkt Informations- und Innovationsmanagement

| | |
|---------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Digital Business |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Inhalte: tba Qualifikationsziele: Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, die Grundlagen digitaler Geschäftsmodelle zu verstehen und die Rolle von Informationssystemen bei der Gestaltung solcher zu bewerten sowie die Eigenschaften von Informationsgütern und digitalen |

| | |
|--|--|
| | Dienstleistungen zu verstehen und einzuordnen, die dem digital Business zugrunde liegenden Konzepte auf einfache Problemstellungen in ausgewählten Fallstudien anzuwenden und Lösungen für innovative digitale Geschäftsmodelle zu entwickeln. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | tba |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 45 Stunden Gruppenarbeit 55 Stunden Vor- und Nachbereitung: 40 Stunden Prüfungsvorbereitung: 40 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Englisch/Deutsch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistung: Klausur oder Präsentation |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prüfungsleistung: Klausur oder Präsentation |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|---|---|
| Modulbezeichnung | Entrepreneurship and Small Business Management |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Inhalte: tba Qualifikationsziele: Nach Abschluss dieses Moduls sind Studierende in der Lage, Chancen und Herausforderungen im Bereich des Entrepreneurship zu benennen und die Anforderungen zu erläutern, um ein Unternehmen erfolgreich zu gründen und zu managen, das Wachstum und den Lebenszyklus eines neugegründeten Unternehmens zu beschreiben und Instrumente des Entrepreneurship anzuwenden, um Herausforderungen der Unternehmensgründung zu meistern. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | tba |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 45 Stunden Business Planung 45 Stunden Vor- und Nachbereitung: 40 Stunden Prüfungsvorbereitung: 50 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | tba |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |

| | |
|--|--|
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | tba |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben. |

| | |
|--|--|
| Modulbezeichnung | Entwicklung und Vermarktung neuer Produkte und Dienstleistungen <i>Development and Marketing of New Products and Services</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Studierende beherrschen nach der Teilnahme am Modul die Grundlagen des Innovationsmanagements in der unternehmerischen Praxis und sind mit den Kernaufgaben und wichtigsten Instrumenten zur Gestaltung und Umsetzung von Innovationsvorhaben bzw. -prozessen vertraut. Ferner werden den Studierenden vertiefende Kenntnisse in ausgewählten Feldern des Innovationsmanagements vermittelt, insbesondere im Management von Dienstleistungsinnovationen. Gerade bei Dienstleistungen stellen sich im Innovationsmanagement besondere Herausforderungen, mit denen die Studierenden vertraut gemacht werden sollen. Durch die Vertiefung solcher ausgewählten Felder sollen Studierende zur fachlich kritischen und wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit TIM-Themen befähigt werden. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Lehr- und Lernformen: Vorlesung Selbststudium |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 44 Stunden Vor- und Nachbereitung: 68 Stunden Prüfungsvorbereitung: 68 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine Hinweis: Studierende können entweder das Modul „Entwicklung und Vermarktung neuer Produkte und Dienstleistungen“ oder „Entwicklung und Vermarktung neuer Produkte: Fallstudien“ wählen. |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |

| | |
|--|---|
| Beginn des Moduls | Sommersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Michael Stephan |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |
| | Burr, W./Stephan, M./Werkmeister, C. (2011): Unternehmensführung, 2. Auflage, Vahlen, München. Burr, W./Stephan, M. et al. (2006): Innovationen im Dienstleistungsmanagement, Kohlhammer, Stuttgart. |

| | |
|--|--|
| Modulbezeichnung | Entwicklung und Vermarktung neuer Produkte: Fallstudien <i>Development and Marketing of New Products and Services</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Studierende beherrschen nach der Teilnahme am Modul die Grundlagen des Innovationsmanagements in der unternehmerischen Praxis und sind mit den Kernaufgaben und wichtigsten Instrumenten zur Gestaltung und Umsetzung von Innovationsvorhaben bzw. -prozessen vertraut. Durch vorlesungsbegleitende Fallstudienübungen werden Studierende überdies befähigt, Methoden und Instrumente des Innovationsmanagements anzuwenden, Innovationsprozesse zu modellieren bzw. zu gestalten und Erfolgs- und Misserfolgskriterien im Innovationsmanagement zu analysieren. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Lehr- und Lernformen: Vorlesung Selbststudium |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 44 Stunden Vor- und Nachbereitung: 68 Stunden Prüfungsvorbereitung: 68 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine Hinweis: Studierende können entweder das Modul „Entwicklung und Vermarktung neuer Produkte und Dienstleistungen“ oder „Entwicklung und Vermarktung neuer Produkte: Fallstudien“ wählen. |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Studienleistung: Essay (8-10 Seiten) Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Sommersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Michael Stephan |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|--|---|
| | Burr, W./Stephan, M./Werkmeister, C. (2011): Unternehmensführung, 2. Auflage, Vahlen, München. Burr, W./Stephan, M. et al. (2006): Innovationen im Dienstleistungsmanagement, Kohlhammer, Stuttgart. |
|--|---|

| | |
|--|--|
| Modulbezeichnung | Managing Digital Platform Ecosystems |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Inhalt: tba Qualifikationsziel: Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, die Grundlagen und Prinzipien der Plattformökonomie zu verstehen, die Rolle digitaler Technologien in dieser zu analysieren, den Einfluss auf organisationale Wertschöpfungsprozesse zu bewerten und Konzepte zur Gestaltung und Steuerung von Plattformökosystemen zu verstehen sowie die der Plattformökonomie zugrundeliegenden Konzepte anzuwenden und ausgewählte Fallbeispiele zu bewerten. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | tba |
| Arbeitsaufwand | 180 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | tba |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistung: Klausur oder Präsentation |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Jedes 2. Semester |
| Beginn des Moduls | tba |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Nadine Ostern |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|---------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Innovative Business Models |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Inhalt: tba Qualifikationsziel: Nach Abschluss dieses Moduls sind Studierende in der Lage, die fundamentalen Elemente innovativer Geschäftsmodelle zu benennen, die Herausforderungen innovativer Geschäftsmodelle für Unternehmen angesichts technologischer Veränderungen, der Globalisierung und der Veränderung zu einer wissensintensiven |

| | |
|--|---|
| | Wirtschaft zu bewerten sowie Konzepte zur Gestaltung innovativer Geschäftsmodelle anzuwenden. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | tba |
| Arbeitsaufwand | 180 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | tba |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistung: Klausur oder Hausarbeit |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Jedes 2. Semester |
| Beginn des Moduls | Wintersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|---|--|
| Modulbezeichnung | Strategic Management of Technology and Innovation: Intellectual Property Management |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Studierende beherrschen nach der Teilnahme am Modul die Grundlagen des Strategischen Technologiemanagements und der innovationsorientierten Unternehmensführung. Vermittelt wird ein klares Verständnis von Begriffen, Modellen und Erklärungsansätzen des strategischen Technologie- und Innovationsmanagements sowie der innovationsökonomischen Rahmenbedingungen. Ferner werden den Studierenden vertiefende Kenntnisse in ausgewählten Feldern des Strategischen Technologie- und Innovationsmanagements vermittelt, bspw. im Intellectual Property Management. Durch die Vertiefung ausgewählter Felder sollen Studierende zur fachlich-kritischen und wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit TIM-Themen befähigt werden. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Lehr- und Lernformen: Vorlesung Selbststudium |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 44 Stunden Vor- und Nachbereitung: 68 Stunden Prüfungsvorbereitung: 68 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch/Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine Hinweis: Studierende können entweder „Strategic Management of Technology and Innovation: IPM“ oder „Strategic Management of Technology and Innovation: Case Studies“ wählen. |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |

| | |
|--|--|
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Jeweils im Wintersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Michael Stephan |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | Burr, W./Stephan, M./Werkmeister, C. (2011): Unternehmensführung, 2. Auflage, Vahlen, München. Burr, W./Stephan, M. et al. (2007): Patentmanagement, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. Burr, W./Stephan, M. (2006): Dienstleistungsmanagement, Kohlhammer, Stuttgart 2006. |

| | |
|--|--|
| Modulbezeichnung | Strategic Management of Technology and Innovation: Case Studies |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Studierende beherrschen nach der Teilnahme am Modul die Grundlagen des Strategischen Technologiemanagements und der innovationsorientierten Unternehmensführung. Vermittelt wird ein klares Verständnis von Begriffen, Modellen und Erklärungsansätzen des strategischen Technologie- und Innovationsmanagements sowie der innovationsökonomischen Rahmenbedingungen. Durch vorlesungsbegleitende Fallstudienübungen werden Studierende überdies befähigt, selbst Technologie- und Innovationsstrategien zu entwickeln sowie Rahmenbedingungen und Determinanten des Technologie- und Innovationswettbewerbs zu analysieren. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Lehr- und Lernformen: Vorlesung Selbststudium |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 44 Stunden Vor- und Nachbereitung sowie Ausarbeitung der schriftlichen Projektarbeit (Essay): 68 Stunden Prüfungsvorbereitung: 68 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch & Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine Hinweis: Studierende können entweder das Modul „Strategic Management of Technology and Innovation: IPM“ oder „Strategic Management of Technology and Innovation: Case Studies“ II wählen. Wurde bereits das Modul „Entwicklung und Vermarktung Neuer Produkte: Fallstudien“ belegt, so kann dieses Modul nicht gewählt werden. |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Studienleistung: Essay (8-10 Seiten) Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |

| | |
|--|--|
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Jeweils im Wintersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Michael Stephan |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | Burr, W./Stephan, M./Werkmeister, C. (2011): Unternehmensführung, 2. Auflage, Vahlen, München. Burr, W./Stephan, M. et al. (2007): Patentmanagement, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. Burr, W./Stephan, M. (2006): Dienstleistungsmanagement, Kohlhammer, Stuttgart 2006. |

| | |
|---|--|
| Modulbezeichnung | Vertiefung Quantitativer Methoden mit R <i>Advanced Quantitative methods using R</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | <p>Vorhandene Kenntnisse der Software R werden durch Anwendung auf Fragestellungen aus der Mathematik und Statistik vertieft. Dabei werden auch neue methodische Kenntnisse im Bereich der Mathematik und Statistik vermittelt, die in den Methodenmodulen nicht behandelt werden. Diese können aus den Bereichen Simulation, Integration, Optimierung, Prognoseverfahren u.a. stammen.</p> <p>Die Studierenden kennen die vorgestellten Methoden, können Sie korrekt anwenden und zur Problemlösung einsetzen. Sie können auch umfangreiche Datensätze auch mit fortgeschrittenen Verfahren auswerten und komplexe Fragestellungen aus dem Bereich der Quantitativen Methoden, Mathematik und Statistik korrekt in R-Programme umsetzen, sowie die Ergebnisse übersichtlich darstellen und interpretieren.</p> <p>Methodenkompetenzen werden erlernt im Bereich statistisch-formaler Methodik, insbes. Analysefähigkeit, Denken in Zusammenhängen und abstraktes und vernetztes Denken; Selbstkompetenzen, insbes. Selbständigkeit, Ausdauer, Leistungsbereitschaft, Flexibilität und Motivation; Handlungskompetenzen, insbes. Problemlöse- und Transferfähigkeiten.</p> |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung Übung Selbststudium Freies Unterrichtsgespräch Übungsblätter zur häuslichen Bearbeitung |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 45 Stunden Vor- und Nachbereitung: 45 Stunden Ergänzende Studien: 45 Stunden Klausurvorbereitung und Klausur: 45 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine Grundkenntnisse in R (etwa aus der Bachelorveranstaltung Einführung in R mit Anwendungen aus Mathematik und Statistik) werden vorausgesetzt. |

| | |
|--|--|
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Sommersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Karlheinz Fleischer |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|--|--|
| Modulbezeichnung | Seminar Digitalisierung und Prozessmanagement <i>Seminar Digitization and Process Management</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Inhalt: tba Qualifikationsziel: Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, eine wissenschaftliche Fragestellung aus dem Themenfeld Digitalisierung und Prozessmanagement selbstständig zu planen, zu erarbeiten und zu verteidigen sowie eine wissenschaftliche Forschungsmethode anzuwenden, Grundlagen aus dem Themenfeld zu analysieren, zu bewerten und eine Synthese zu entwickeln. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | tba |
| Arbeitsaufwand | 180 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | tba |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistung: Hausarbeit (3 LP) und Präsentation (3 LP) |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Jedes 2. Semester |
| Beginn des Moduls | tba |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Nadine Ostern |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|--|--|
| Modulbezeichnung | Seminar Entrepreneurship und Innovative Geschäftsmodelle <i>Seminar Digitization and Process Management</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Inhalt: tba Qualifikationsziele: Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, eine wissenschaftliche Fragestellung aus dem Themenfeld Entrepreneurship und Innovative Geschäftsmodelle selbstständig zu planen, zu erarbeiten und zu verteidigen sowie eine wissenschaftliche Forschungsmethode anzuwenden, Grundlagen aus dem Themenfeld zu analysieren, zu bewerten und eine Synthese zu entwickeln. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | tba |
| Arbeitsaufwand | 180 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | tba |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistungen: Hausarbeit (3 LP) und Präsentation (3 LP) |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | tba |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|---------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Seminar Technologie- und Innovationsmanagement <i>Seminar on Technology and Innovation Management</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Inhalte: Im Seminar Technologie- und Innovationsmanagement werden ausgewählte Themen zum Technologie- und Innovationsmanagement behandelt. Das Seminar findet in Form eines Projektseminars statt. Die Methodik des Projektseminars beinhaltet ein strukturiertes Forschungsprogramm: Ziel ist es, konkrete innovationsbezogene Problemstellungen aus Industrie- und Dienstleistungsunternehmen zu bestimmten Märkten und aktuellen Innovationsprojekten zu erfassen, zu strukturieren und in Gruppen- und Einzelarbeiten Lösungsvorschläge zu erarbeiten. Dafür sind geeignete Konzepte und Theorien auszuwählen und zur Erarbeitung von Lösungen heranzuziehen. Qualifikationsziele: |

| | |
|--|---|
| | Das Projektseminar vermittelt sowohl für wissenschaftliche Arbeiten als auch für praxisorientierte Fälle die relevanten Fähigkeiten und Kenntnisse der Informationsgewinnung, der Teamarbeit und der gezielten Lösung eines ausgewählten Projektes aus dem Innovationsmanagement. Zu den Fähigkeiten, welche im Zuge der Projektarbeit selbstständig erlernt werden, gehören die Beschaffung der relevanten Informationen, die Strukturierung der Kernfragen und die Erarbeitung eines möglichst konkreten Ergebnisses. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Projekthausarbeit Präsentation von Zwischen- und Endergebnissen Selbststudium Diskussion der theoretischen und praktischen Inhalte in Kleingruppen, Teams und freiem Unterrichtsgespräch |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 40 Stunden Vorbereitung/Ausarbeitung der schriftlichen Projektarbeit: 80 Stunden Ausarbeitung der Präsentation: 52 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Hausarbeit (3 LP) und Präsentation (3 LP) |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Jedes Semester |
| Beginn des Moduls | Wintersemester und Sommersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Michael Stephan |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

Wahlpflichtbereich Betriebswirtschaftslehre

| | |
|---|---|
| Modulbezeichnung | Ausgewählte Aspekte der Betriebswirtschaftslehre für Fortgeschrittene I <i>Selected Problems of Business Administration - Advanced Issues I</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Das Modul zielt darauf ab, anhand wechselnder Themen fundierte Einblicke in ausgewählte aktuelle Aspekte der Betriebswirtschaftslehre zu vermitteln. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Lehr- und Lernformen: - Vorlesung, Seminar - Selbststudium - Vorträge von und Diskussion mit Praktikern |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 45 Stunden Ergänzende Studien: 45 Stunden Vor- und Nachbereitung: 45 Stunden |

| | |
|---|---|
| | Prüfungsvorbereitung: 45 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch/Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre/Business Administration, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Modulprüfung: Portfolio |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß § 28 Allgemeine Bestimmungen. |
| Dauer des Moduls | Jeweils 1 Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Unregelmäßig |
| Beginn des Moduls | Unregelmäßig |
| <i>Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe)</i> | tba |
| <i>Literaturangaben (optionale Angabe)</i> | |

| | |
|---|--|
| Modulbezeichnung | Ausgewählte Aspekte der Betriebswirtschaftslehre für Fortgeschrittene II <i>Selected Problems of Business Administration - Advanced Issues II</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | In diesem Modul werden Studierenden weiterführende Kenntnisse aus dem Bereich Betriebswirtschaftslehre vermittelt, die die in Marburg erworbenen wirtschaftswissenschaftlichen Kenntnisse sinnvoll ergänzen. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Lehr- und Lernformen: - Vorlesung, Seminar - Selbststudium - Vorträge von und Diskussion mit Praktikern |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 45 Stunden Ergänzende Studien: 45 Stunden Vor- und Nachbereitung: 45 Stunden Prüfungsvorbereitung: 45 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch/Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre/Business Administration, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Modulprüfung: Portfolio |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß § 28 Allgemeine Bestimmungen. |
| Dauer des Moduls | Jeweils 1 Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Unregelmäßig |
| Beginn des Moduls | Unregelmäßig |
| <i>Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe)</i> | tba |

| | |
|--|--|
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |
|--|--|

| | |
|--|---|
| Modulbezeichnung | Advanced Management Accounting IV: Selected Issues |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Das – unregelmäßig angebotene – Modul zielt darauf ab, anhand wechselnder Themen fundierte und praktisch nutzbare Kenntnisse aus den Bereichen (Management) Accounting, Finance und Governance zu vermitteln. Durch die Fokussierung auf das Verstehen von Zusammenhängen, die Verbindung von Theorie und Praxis, wie auch die Anwendung im Rahmen umfassender Problemstellungen (Studienleistung Referat) und Verschriftlichung des Erlernten im Rahmen der Prüfungsleistung Hausarbeit wird eine Nachhaltigkeit der Ausbildung gewährleistet. Das Modul wird empfohlen für Studierende, welche planen im Bereich Unternehmensberatung, Controlling, Finanzierung, Rechnungswesen oder Management eines Unternehmens anzufangen und perspektivisch eine Tätigkeit als Geschäftsführerin bzw. Geschäftsführer, CEO oder CFO anstreben. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung mit Übungselementen Gruppenarbeit und Selbststudium Präsentation |
| Arbeitsaufwand | 180 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch oder Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Studienleistung: Referat (10-30 Minuten) Prüfungsleistung: Hausarbeit |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Unregelmäßig |
| Beginn des Moduls | Nach Ankündigung |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Marc Steffen Rapp |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|---------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Advanced Management Accounting V: Advanced Issues |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Das – unregelmäßig angebotene – Modul zielt darauf ab, anhand wechselnder Themen fundierte und praktisch nutzbare Kenntnisse aus den Bereichen (Management) Accounting, Finance und Governance zu vermitteln. Durch die Fokussierung auf das Verstehen von Zusammenhängen, die Verbindung von Theorie und Praxis, wie auch die Anwendung im Rahmen umfassender |

| | |
|--|---|
| | <p>Problemstellungen (Studienleistung Referat) und die Überprüfung des Erlernten im Rahmen der Prüfungsleistung Klausur wird eine nachhaltige Ausbildung gewährleistet.</p> <p>Das Modul wird empfohlen für Studierende, welche planen im Bereich Unternehmensberatung, Controlling, Finanzierung, Rechnungswesen, oder Management eines Unternehmens anzufangen und perspektivisch eine Tätigkeit als Geschäftsführer, CEO oder CFO anstreben.</p> |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung Selbststudium und Gruppenarbeit Präsentationen |
| Arbeitsaufwand | 180 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch oder Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Studienleistungen: Referat (10-30 min) Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Unregelmäßig |
| Beginn des Moduls | Nach Ankündigung |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Marc Steffen Rapp |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|---------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Management von Unternehmen der Gesundheitswirtschaft <i>Health Care Management</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | <p>Im Modul „Management von Unternehmen der Gesundheitswirtschaft“ werden den Studierenden Kompetenzen zur marktorientierten Führung von Gesundheitseinrichtungen bzw. einzelner Sparten unter den jeweiligen herrschenden politisch-rechtlichen Rahmenbedingungen sowie Analyse-Instrumente und Strategien für Gesundheitseinrichtungen in einem zunehmend wettbewerbsintensiven Umfeld vermittelt. Zielsetzung ist es, die Studierenden mit einem profunden Grundlagenwissen auszustatten, welches durch eine Studienleistung in Form eines 60-minütigen Tests nachzuweisen ist.</p> <p>Zudem sollen die Studierenden befähigt werden, sich vertiefend mit konkreten Problemstellungen im Kontext des Managements von Unternehmen der Gesundheitswirtschaft zu befassen. Diese Befähigung ist durch die Prüfungsleistung in Form einer Hausarbeit zu erbringen.</p> <p>Die im Rahmen der Hausarbeit erarbeiteten Ergebnisse sind in Form eines Referats vorzustellen, das als Studienleistung konzipiert ist. Dadurch soll die Vertiefung des erworbenen Wissens sowohl in</p> |

| | |
|--|--|
| | theoretischer als auch in praxisbezogener Anwendungsperspektive gewährleistet werden. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Vorlesung/Übung Selbststudium Kleingruppenarbeit Freies Unterrichtsgespräch Planspiel oder Fallstudien Exkursionen |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 22 Stunden (2 SWS) Vor- und Nachbereitung: 34 Stunden Anfertigung der Hausarbeit: 68 Stunden Klausurvorbereitung: 28 Stunden Präsentationsvorbereitung: 10 Stunden Exkursion und Präsentation: 18 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Studienleistungen: Referat (10-30 Minuten) und Test (60 Minuten) Prüfungsleistung: Hausarbeit |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Jedes Wintersemester |
| Beginn des Moduls | Zu Beginn des Wintersemesters |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Michael Lingenfelder |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|---------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Rechnungslegung III – Ausgewählte Fragestellungen <i>Advanced Financial Accounting III – Selected Issues</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | <p>Inhalte: Das Modul besteht insbesondere aus den Veranstaltungen „Praxis der Abschlussprüfung“ sowie „Rechnungslegung von Versicherungen“, kann aber alternativ auch ganz oder teilweise mit den Veranstaltungen der Module M-RLG I befüllt werden.</p> <p>Praxis der Abschlussprüfung: Verhältnis von Aufsichtsrat und Abschlussprüfer, Ziele und Ausrichtung der Abschlussprüfung, Risk Assessment and Planning, Testing, Markt für Abschlussprüfungen</p> <p>Rechnungslegung von Versicherungen: Überblick über Versicherungen, Rechnungslegung von Versicherungen, Jahresabschlussanalyse von Versicherungen, Regulierung von Versicherungen, Versicherungen aus Transaktionssicht</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>Qualifikationsziele: Das wesentliche Ziel des Moduls liegt in der Vermittlung von fundierten theoretischen, zugleich aber auch praktisch nutzbaren Kenntnissen aus den Bereichen der Rechnungslegung, Abschlussprüfung, Governance und/oder Bewertung. Die Teilnehmer/-innen sollen insbesondere die Fähigkeit erlangen, die Grenzen bestehender Konzepte zu erkennen, um auf dieser Grundlage ggf. zu eigenen Fortentwicklungen zu gelangen. Durch die Fokussierung auf das Verstehen von Zusammenhängen und die Verbindung von Theorie und Praxis wird eine Nachhaltigkeit der Ausbildung gewährleistet.</p> |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | <p>Lehr- und Lernformen: - Vorlesung - Selbststudium - Vorträge von und Diskussion mit Praktikern</p> |
| Arbeitsaufwand | <p>Kontaktstunden: 45 Stunden Ergänzende Studien: 45 Stunden Vor- und Nachbereitung: 45 Stunden Prüfungsvorbereitung: 45 Stunden</p> |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch/Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre/Business Administration, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß § 28 Allgemeine Bestimmungen. |
| Dauer des Moduls | Jeweils 1 Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | Jedes Sommersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Sascha H. Mölls |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|---------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Rechnungslegung IV – Vertiefende Fragestellungen <i>Advanced Financial Accounting III – Advanced Issues</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | <p>Inhalte: tba</p> <p>Qualifikationsziele: Das wesentliche Ziel des Moduls liegt in der Vermittlung von fundierten theoretischen, zugleich aber auch praktisch nutzbaren Kenntnissen aus den Bereichen der Bewertung und Governance. Die Teilnehmer/-innen sollen insbesondere die Fähigkeit erlangen, die Grenzen bestehender Konzepte zu erkennen, um auf dieser Grundlage ggf. zu eigenen Fortentwicklungen zu gelangen. Durch die Fokussierung auf das Verstehen von Zusammenhängen und die Verbindung von Theorie und Praxis wird eine Nachhaltigkeit der Ausbildung gewährleistet.</p> |

| | |
|--|---|
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | - |
| Arbeitsaufwand | |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch/Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre/Business Administration, Exportmodul |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistung: Klausur |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß § 28 Allgemeine Bestimmungen. |
| Dauer des Moduls | Jeweils 1 Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Alle zwei Semester |
| Beginn des Moduls | tba |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Sascha H. Mölls |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

Wahlpflichtbereich Projektstudium

| | |
|---|--|
| Modulbezeichnung | Graduate (Research) Project Accounting and Finance |
| Leistungspunkte | 18 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Die Studierenden sollen ein großes Projekt aus dem Bereich Accounting and Finance kennenlernen und bearbeiten. Das Projekt kann zugleich der Vorbereitung auf die Masterarbeit dienen. Im Teil „Case Study“ machen sich Studierende mit den Grundlagen des Projektes vertraut, sei es durch einen mehrwöchigen Praxisaufenthalt, sei es durch den Besuch eines mehrwöchigen Forschungskurses oder sei es durch Erstellung des Datensatzes. Studierende lernen dabei, ein großes Projekt in lösbarer Teilaufgaben zu zerlegen und seine unterschiedlichen Facetten herauszuarbeiten sowie es mittels eines Berichts inklusive eines Executive Summary schriftlich und in einer Präsentation, auch vor verantwortlichen Praktikerinnen bzw. Praktikern, mündlich zusammenzufassen. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Seminararbeit Präsentation von Zwischen- und Endergebnissen Selbststudium Diskussion der theoretischen und praktischen Inhalte in Kleingruppen, Teams und freiem Unterrichtsgespräch |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 40 Stunden Vorbereitung und Ausarbeitung der schriftlichen Projektarbeit: 300 Stunden Ausarbeitung der Präsentation: 200 Stunden |
| Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch oder Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Mentoringgespräch |

| | |
|--|---|
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Studienleistung: Essay (8-10 Seiten) oder Referat (10-30 Minuten) Prüfungsleistungen: Hausarbeit (9 LP) und Präsentation (9 LP) |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß § 28 Allgemeine Bestimmungen. |
| Dauer des Moduls | Jeweils ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Jedes Semester |
| Beginn des Moduls | Jedes Semester |
| Modulverantwortliche | Prof. Dr. Bernhard Nietert Prof. Dr. Sascha Mölls Prof. Dr. Marc Steffen Rapp Prof. Dr. Oscar A. Stolper |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | Werden individuell für jedes Graduate (Research) Project festgelegt. |

| | |
|--|--|
| Modulbezeichnung | Graduate (Research) Project Market-Oriented Management I |
| Leistungspunkte | 12 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Die Studierenden sollen ein großes Projekt aus dem Bereich Marktorientierte Unternehmensführung kennenlernen und bearbeiten. Das Projekt kann zugleich der Vorbereitung auf die Masterarbeit dienen. Im Teil „Case Study“ machen sich Studierende mit den Grundlagen des Projektes vertraut, sei es durch einen mehrwöchigen Praxisaufenthalt, sei es durch den Besuch eines mehrwöchigen Forschungskurses oder sei es durch Erstellung des Datensatzes. Studierende lernen dabei, ein großes Projekt in lösbare Teilaufgaben zu zerlegen und seine unterschiedlichen Facetten herauszuarbeiten sowie es mittels eines Berichts inklusive eines Executive Summary schriftlich oder in einer Präsentation, auch vor verantwortlichen Praktikerinnen bzw. Praktikern, mündlich zusammenzufassen. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Seminararbeit Präsentation von Zwischen- und Endergebnissen Selbststudium Diskussion der theoretischen und praktischen Inhalte in Kleingruppen, Teams und freiem Unterrichtsgespräch |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 40 Stunden Vorbereitung und Ausarbeitung der schriftlichen Projektarbeit: 200 Stunden Ausarbeitung der Präsentation: 120 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch oder Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Mentoringgespräch |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Studienleistung: Essay (8-10 Seiten) oder Referat (10-30 Minuten) Prüfungsleistung: Hausarbeit oder Präsentation |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Jedes Semester |
| Beginn des Moduls | Sommersemester und Wintersemester |

| | |
|--|---|
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Thomas Armbrüster Prof. Dr. Torsten Wulf Prof. Dr. Michael Lingenfelder |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|--|---|
| Modulbezeichnung | Graduate (Research) Project Market-Oriented Management II |
| Leistungspunkte | 18 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Die Studierenden sollen ein großes Projekt aus dem Bereich Marktorientierte Unternehmensführung kennenlernen und bearbeiten. Das Projekt kann zugleich der Vorbereitung auf die Masterarbeit dienen. Im Teil „Case Study“ machen sich Studierende mit den Grundlagen des Projektes vertraut, sei es durch einen mehrwöchigen Praxisaufenthalt, sei es durch den Besuch eines mehrwöchigen Forschungskurses oder sei es durch Erstellung des Datensatzes. Studierende lernen dabei, ein großes Projekt in lösbare Teilaufgaben zu zerlegen und seine unterschiedlichen Facetten herauszuarbeiten sowie es mittels eines Berichts inklusive eines Executive Summary schriftlich und in einer Präsentation, auch vor verantwortlichen Praktikerinnen bzw. Praktikern, mündlich zusammenzufassen. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Seminararbeit Präsentation von Zwischen- und Endergebnissen Selbststudium Diskussion der theoretischen und praktischen Inhalte in Kleingruppen, Teams und freiem Unterrichtsgespräch |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 40 Stunden Vorbereitung und Ausarbeitung der schriftlichen Projektarbeit: 300 Stunden Ausarbeitung der Präsentation: 200 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch oder Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Mentoringgespräch |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Studienleistung: Essay (8-10 Seiten) oder Referat (10-30 Minuten) Prüfungsleistungen: Hausarbeit (9 LP) und Präsentation (9 LP) |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Jedes Semester |
| Beginn des Moduls | Sommersemester und Wintersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Thomas Armbrüster Prof. Dr. Torsten Wulf Prof. Dr. Michael Lingenfelder |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|------------------|--|
| Modulbezeichnung | Graduate (Research) Project Information and Innovation Management I |
|------------------|--|

| | |
|--|--|
| Leistungspunkte | 12 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Die Studierenden sollen ein großes Projekt (1 Semester) aus dem Bereich Informations- und Innovationsmanagement kennenlernen und bearbeiten. Das Projekt kann zugleich der Vorbereitung auf die Masterarbeit dienen. Studierende lernen dabei, ein großes Projekt in lösbare Teilaufgaben zu zerlegen und seine unterschiedlichen Facetten herauszuarbeiten sowie es mittels eines Berichts inklusive eines Executive Summary schriftlich oder in einer Präsentation, auch vor verantwortlichen Praktikerinnen bzw. Praktikern, mündlich zusammenzufassen. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Seminararbeit Präsentation von Zwischen- und Endergebnissen Selbststudium Diskussion der theoretischen und praktischen Inhalte in Kleingruppen, Teams und freiem Unterrichtsgespräch |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 40 Stunden Vorbereitung und Ausarbeitung der schriftlichen Projektarbeit: 200 Stunden Ausarbeitung der Präsentation: 120 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch oder Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Mentoringgespräch |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Studienleistung: Essay (8-10 Seiten) oder Referat (10-30 Minuten) Prüfungsleistung: Hausarbeit oder Präsentation |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Jedes Semester |
| Beginn des Moduls | Sommersemester und Wintersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Michael Stephan Prof. Dr. Vivien Procher |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|---------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | Graduate (Research) Project Information and Innovation Management II |
| Leistungspunkte | 18 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Die Studierenden sollen ein großes Projekt (1 Semester) aus dem Bereich Informations- und Innovationsmanagement kennenlernen und bearbeiten. Das Projekt kann zugleich der Vorbereitung auf die Masterarbeit dienen. Studierende lernen dabei, ein großes Projekt in lösbare Teilaufgaben zu zerlegen und seine unterschiedlichen Facetten herauszuarbeiten sowie es mittels eines Berichts inklusive eines Executive Summary schriftlich und in einer Präsentation, auch vor verantwortlichen Praktikerinnen bzw. Praktikern, mündlich zusammenzufassen. |

| | |
|--|---|
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Seminararbeit Präsentation von Zwischen- und Endergebnissen Selbststudium Diskussion der theoretischen und praktischen Inhalte in Kleingruppen, Teams und freiem Unterrichtsgespräch |
| Arbeitsaufwand | Kontaktstunden: 40 Stunden Vorbereitung und Ausarbeitung der schriftlichen Projektarbeit: 300 Stunden Ausarbeitung der Präsentation: 200 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch oder Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Mentoringgespräch |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Studienleistung: Essay (8-10 Seiten) oder Referat (10-30 Minuten) Prüfungsleistungen: Hausarbeit (9 LP) und Präsentation (9 LP) |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Jedes Semester |
| Beginn des Moduls | Sommersemester und Wintersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | Prof. Dr. Michael Stephan Prof. Dr. Vivien Procher |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

Wahlpflichtbereich Volkswirtschaftslehre

Importmodule der Volkswirtschaftslehre gemäß Anlage 3 der Prüfungsordnung

Vgl. das Modulhandbuch des M.Sc. „Economics and Institutions“

Wahlpflichtbereich Ausland

| | |
|---|--|
| Modulbezeichnung | BWL Ausland I (M.Sc.) <i>Business Administration Abroad I (MSc)</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | In diesem Modul werden den Studierenden vertiefte Kenntnisse aus dem Bereich Wirtschaftswissenschaften oder Methoden vermittelt. Das Modul wird im Rahmen des Auslandsstudiums durchgeführt. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Nach Maßgabe der anbietenden Gasthochschule |
| Arbeitsaufwand | 180 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Englisch oder eine andere Fremdsprache |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre |

| | |
|--|---|
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Portfolio |
| Noten | Die Umrechnung der Noten der Gasthochschule erfolgt nach den Vorgaben des Prüfungsausschusses |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Jedes Semester |
| Beginn des Moduls | Sommersemester und Wintersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|--|---|
| Modulbezeichnung | BWL Ausland II (M.Sc.) <i>Business Administration Abroad II (MSc)</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | In diesem Modul werden an einer internationalen Partneruniversität vertiefende Inhalte der BWL vermittelt, die an der Marburger Universität nicht angeboten werden. Die Auseinandersetzung mit neuen Themen in einem internationalen Umfeld fördert zudem die interkulturelle Kompetenz der Studierenden. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Nach Maßgabe der anbietenden Gasthochschule |
| Arbeitsaufwand | 180 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Englisch oder eine andere Fremdsprache |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Portfolio |
| Noten | Die Umrechnung der Noten der Gasthochschule erfolgt nach den Vorgaben des Prüfungsausschusses |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Jedes Semester |
| Beginn des Moduls | Sommersemester und Wintersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|--------------------|---|
| Modulbezeichnung | BWL Ausland III (M.Sc.) <i>Business Administration Abroad III (MSc)</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |

| | |
|--|---|
| Inhalte und Qualifikationsziele | In diesem Modul werden Studierenden weiterführende Kenntnisse aus dem Bereich Wirtschaftswissenschaften oder Methoden vermittelt, die den in Marburg gewählten Schwerpunkt sinnvoll ergänzen. Dieses Modul wird an einer ausländischen Partneruniversität durchgeführt. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Nach Maßgabe der anbietenden Gasthochschule |
| Arbeitsaufwand | 180 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Englisch oder eine andere Fremdsprache |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Portfolio |
| Noten | Die Umrechnung der Noten der Gasthochschule erfolgt nach den Vorgaben des Prüfungsausschusses |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Jedes Semester |
| Beginn des Moduls | Sommersemester und Wintersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|--|---|
| Modulbezeichnung | BWL Ausland IV (M.Sc.) <i>Business Administration Abroad IV (MSc)</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | In diesem Modul werden den Studierenden vertiefende Kenntnisse aus dem Bereich Wirtschaftswissenschaften mit einem Bezug zu der Ökonomie des Landes vermittelt, in dem das Auslandsstudium durchgeführt wird. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Nach Maßgabe der anbietenden Gasthochschule |
| Arbeitsaufwand | 180 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Englisch oder eine andere Fremdsprache |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Portfolio |
| Noten | Die Umrechnung der Noten der Gasthochschule erfolgt nach den Vorgaben des Prüfungsausschusses |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Jedes Semester |
| Beginn des Moduls | Sommersemester und Wintersemester |

| | |
|--|--|
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

| | |
|--|---|
| Modulbezeichnung | BWL Ausland V (M.Sc.) <i>Business Administration Abroad V (MSc)</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Vertiefung |
| Inhalte und Qualifikationsziele | In diesem Modul werden die Studierenden weiterführende Kenntnisse speziell aus dem Bereich der internationalen BWL vermittelt. Das Modul wird an einer ausländischen Partneruniversität durchgeführt. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Nach Maßgabe der anbietenden Gasthochschule |
| Arbeitsaufwand | 180 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Englisch oder eine andere Fremdsprach |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Portfolio |
| Noten | Die Umrechnung der Noten der Gasthochschule erfolgt nach den Vorgaben des Prüfungsausschusses |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Jedes Semester |
| Beginn des Moduls | Sommersemester und Wintersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

Wahlpflichtbereich Ergänzende Fachwissenschaften

Interdisziplinäre Importmodule gemäß Anlage 3 der Prüfungsordnung

| | |
|---------------------------------|--|
| Modulbezeichnung | Schlüsselqualifikationen für Fortgeschrittene <i>Advanced Key Qualifications</i> |
| Leistungspunkte | 6 LP |
| Verpflichtungsgrad | Wahlpflicht |
| Niveaustufe | Profil |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Studierenden werden überfachliche und berufsfeldorientierte Kompetenzen vermittelt. Die Schlüsselqualifikationen fördern effektives Lernen und bilden gleichzeitig ein solides Fundament für lebenslange Weiterbildung im Beruf. Ferner werden die Studierenden dazu befähigt, im Laufe ihres späteren Arbeitslebens |

| | |
|--|--|
| | flexibel auf unterschiedliche berufliche Anforderungen zu reagieren und adäquat mit ihnen umzugehen. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | Seminare, Workshops, Übungen etc. |
| Arbeitsaufwand | 180 Stunden |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch, Englisch oder eine andere Fremdsprache |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | unbenotet Prüfungsleistung: Portfolio oder Hausarbeit oder Präsentation |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | 1 Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Jedes Semester |
| Beginn des Moduls | Sommersemester und Wintersemester |
| Modulverantwortliche bzw. Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |

Abschlussbereich

| | |
|--|---|
| Modulbezeichnung | Masterarbeit <i>Master Thesis</i> |
| Leistungspunkte | 30 LP |
| Verpflichtungsgrad | Pflicht |
| Niveaustufe | Abschluss |
| Inhalte und Qualifikationsziele | Die Masterarbeit soll zeigen, dass die oder der Studierende in der Lage ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein abgegrenztes Problem aus dem Gegenstandsbereich ihres oder seines Studiengangs selbstständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten und darzustellen. |
| Lehr- und Lernformen, Veranstaltungstypen | |
| Arbeitsaufwand | Erstellung der Masterarbeit: 6 Monate (900 Stunden) |
| Ggf. Lehr- und Prüfungssprache | Deutsch oder Englisch |
| Voraussetzungen für die Teilnahme | Methodenmodule im Umfang von 6 LP, mindestens 24 LP im gewählten Schwerpunkt, wobei eines der Module ein Seminar modul gewesen sein muss. |
| Verwendbarkeit des Moduls | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre |
| Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten | Prüfungsleistung: Masterarbeit |
| Noten | Die Notenvergabe erfolgt gemäß §28 Allgemeine Bestimmungen |
| Dauer des Moduls | Ein Semester |
| Häufigkeit des Moduls | Jedes Semester |
| Beginn des Moduls | Ende des Wintersemesters / Ende des Sommersemesters |
| Modulverantwortliche bzw. | |

| | |
|---|--|
| Modulverantwortlicher (optionale Angabe) | |
| Literaturangaben (optionale Angabe) | |