

Masterstudiengang

Management

Modulhandbuch –
Wintersemester 2023/2024

www.wiso.fau.de/management

Mehr
wissen



Wichtige Anmerkungen zum vorliegendem Modulhandbuch:

Dieses Modulhandbuch ist nur für Studierende der **Prüfungsordnung Nr. 20192** gültig, d.h. für alle Management-Studierenden mit **Studienbeginn vor dem Wintersemester 2023/24**.

Für Studierende, die ihr Studium im Wintersemester 2023/24 beginnen (Prüfungsordnung Nr. 20232), wird ein separates Modulhandbuch veröffentlicht.

This module handbook is only valid for students with the **examination regulation no. 20192**, meaning all management students who **started their studies before the winter term 2023/24**.

A separate module handbook for all new students starting their studies in the winter term 2023/24 (examination regulation no. 20232) is published.

Bei den „Voraussetzungen für die Teilnahme“ handelt es sich lediglich um Empfehlungen, jedoch keine verpflichtenden (d.h. formalen) Voraussetzungen.

Weitere aktuelle Informationen entnehmen Sie bitte den Webseiten der Lehrstühle. Ausführlichere Informationen zu den Modulen finden Sie auch in den jeweiligen Kursen auf StudOn.

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr und Anspruch auf Richtigkeit. Im Zweifelsfall gilt die Prüfungsordnung. Wenn Sie Fragen haben, wenden Sie sich bitte immer direkt an den jeweiligen Lehrenden oder Modulverantwortlichen.

Hinweis zu Art und Umfang von Prüfungsleistungen

Die Art der am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften gültigen Prüfungsleistungen ist definiert in §16 Prüfungsarten der Master-Rahmenprüfungsordnung (MPO). Darüber hinaus sind Prüfungsumfänge in den §§17, 18 MPO geregelt. Die Prüfungsordnungen sind unter folgendem Link einzusehen:

<http://www.zuv.fau.de/universitaet/organisation/recht/studiensatzungen/rw.shtml#Wirtschaft>

Soweit die einzelnen Modulbeschreibungen nichts Genaueres definieren, sind für die Masterstudiengänge am Fachbereich folgende Prüfungsformen mit den entsprechenden Prüfungsumfängen gültig:

Prüfungsart	Umfang Master
1. schriftliche Prüfung:	
a. Klausur	60/90/120 Minuten
b. Hausarbeit	ca. 15 Seiten
c. Seminararbeit	ca. 15 Seiten
2. mündliche Prüfung	ca. 20 Minuten
3. Sonderformen, insbesondere:	
a. Projektarbeit /-bericht	ca. 30 Seiten
b. Praktikumsbericht	ca. 4 Seiten
c. Thesenpapier	ca. 2 Seiten
d. Protokoll	ca. 6 Seiten
e. Kurztest	ca. 15 Minuten
f. Referat	ca. 25 Minuten
g. Präsentation/Präsentationspapier	ca. 20 Minuten/ca. 20 Seiten
h. Diskussionspapier	ca. 10 Seiten
i. Moderation	ca. 20 Minuten
j. Lehrprobe	ca. 45 Minuten
k. Fallstudie	ca. 25 Minuten und/oder 10 Seiten
l. Diskussionsbeitrag (ehemals: Diskussionsbeteiligung/Mitarbeit)	ca. 10 Minuten
m. Portfolioprüfung	k.A.
n. Elektronische Prüfung	ca. 90 Minuten
o. Antwort-Wahl-Verfahren	ca. 30 Minuten
p. Versuchspersonenstunde	ca. 60 Minuten
q. Reflexion	ca. 10 Minuten oder 10 Seiten
r. Strategiekonzept	ca. 6 Seiten

**Studienverlaufsplan für Studierende mit Studienbeginn von
Wintersemester 2019/2020 bis einschließlich Wintersemester
2022/2023**

Studienplan Master in Management (MiM)	Semester				
	1	2	3	4	
	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS
Pflichtbereich I	25	20	5		
Business Strategy	5	5			
Produktions- und Supply Chain Management	5	5			
Personalmanagement	5	5			
Finanzielle Grundlagen des Managements	5	5			
Technology and innovation management	5		5		
Pflichtbereich II	20	5	5	10	
Angewandte Managementmethoden	5	5			
Fallstudien und Projekte im Management	5		5		
Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken	5			5	
Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung	5			5	
Vertiefungsbereich*	45	5	20	20	
Modulgruppe Strategic management & International business	0-45	0-5	0-20	0-20	
Modulgruppe Value creation & Digital transformation	0-45	0-5	0-20	0-20	
Modulgruppe Entrepreneurship & Innovation	0-45	0-5	0-20	0-20	
Modulgruppe Financial management	0-45	0-5	0-20	0-20	
Modulgruppe Health care management	0-45	0-5	0-20	0-20	
Modulgruppe Marketing management	0-45	0-5	0-20	0-20	
Modulgruppe Supply chain management	0-45	0-5	0-20	0-20	
Modulgruppe Sustainable & responsible management	0-45	0-5	0-20	0-20	
Modulgruppe Management research	0-45	0-5	0-20	0-20	
Masterarbeit	30				30
ECTS	120	30	30	30	30

* Freie Wahl von neun Modulen (45 ECTS). Einzelne Module der Modulgruppen sind im Modulhandbuch des Studiengangs aufgeführt und können sich semesterweise ändern. Die Module können aus mehreren Modulgruppen beliebig kombiniert werden. Bei einer Belegung von mindestens vier Modulen (20 ECTS) aus einer Modulgruppe wird die vorgenommene Spezialisierung als Schwerpunkt im Abschlusszeugnis ausgewiesen. Stand: 01.09.2023. Ohne Gewähr, Änderungen vorbehalten. Die aktuelle Übersicht ist Teil der Prüfungsordnung, die hier zu finden ist: www.wiso.fau.de/pruefungsordnung

Einordnung der Module in Schwerpunkte im Vertiefungsbereich

Bitte beachten Sie, dass Module jeweils nur einmal anrechenbar sind, allerdings ist dies bei einigen Modulen in verschiedenen Schwerpunkten möglich. Bitte beachten Sie, dass nicht alle Module, die hier aufgelistet, aktuell angeboten werden. Bitte informieren Sie sich bei den jeweiligen Lehrstühlen über das aktuelle Modulangebot.

Auf den folgenden Seiten sehen Sie die Einordnung der unterschiedlichen Module in die Schwerpunkte des Vertiefungsbereichs:

Schwerpunkt Strategic Management and International business

- 55401 Internationales Projektseminar
- 57410 Product innovation management in emerging markets
- 52130 Sustainability management and corporate functions
- 52761 Strategische Vorausschau in Theorie und Praxis
- 53430 Controlling of business systems
- 53460 Change management
- 53470 Managing intercultural relations
- 53471 Managing intercultural relations
- 53650 Global operations strategy
- 53651 Global operations strategy
- 53700 Corporate Investment Controlling
- 53710 Foundations of international management I
- 53720 Foundations of international management II
- 53730 Corporate strategy
- 54251 Konzernrechnungslegung
- 56216 Judgment in decision making and evidence-based management
- 56780 Business ethics and corporate social responsibility
- 57455 Regeneration and sustainable development
- 57468 Agile Arbeitsweisen im Kontext Lateinamerikas
- 54326 Strategy & AI

Schwerpunkt Value creation and Digital transformation

- 57174 Technology-based service innovation
- 52592 Quantitative methods in energy market modelling
- 57085 Advanced service management
- 57440 User experience (UX) research seminar
- 57508 Digital transformation project
- 52500 Das Industrieseminar
- 53640 Industrielles Management
- 54751 Management von Industrie 4.0
- 56210 Digital change management
- 56422 Organizing for digital transformation
- 57043 Business intelligence
- 57171 Digital transformation project
- 57179 Digitalisierung der Wertschöpfungskette in der Industrie
- 57387 AI and Data in Business and Management

- 57455 Regeneration and sustainable development
- 57469 Designing Information Systems for Behavior Change: Practical Applications
- 54326 Strategy & AI
- 65985 Advanced Business Analytics Seminar

Schwerpunkt Entrepreneurship and Innovation

- 53296 Economics of innovation
- 53295 Economics of innovation
- 53610 Finanzierungsmanagement von Start-up Unternehmen
- 53674 Strategic problem solving in the digital age
- 55231 Design thinking und Produktdesign
- 55521 Praxisseminar mit Prof. Dr. Heinrich v. Pierer
- 56235 WISO Meets Consulting
- 57053 Innovation and leadership
- 57172 Patenting for innovation
- 57174 Technology-based service innovation
- 57177 Understanding and Mastering Case Studies in Technology and Entrepreneurship
- 57241 Service innovation
- 57370 Rechtliche Grundlagen der Start-up-Unternehmen
- 57410 Product innovation management in emerging markets
- 57420 Profiting from ideas and inventions - an introduction to intellectual property rights
- 57490 Das Innovationsseminar
- 55371 Strategic intellectual property management

Schwerpunkt Financial management

- 52260 Quantitative Risk Assessment with Excel
- 52581 Praxisseminar: Entwicklung und Vermarktung innovativer Versicherungsprodukte
- 53330 Workshop capital markets research
- 53430 Controlling of business systems
- 53610 Finanzierungsmanagement von Start-up Unternehmen
- 53700 Corporate Investment Controlling
- 53770 Finanz- und Bankmanagement
- 53910 Workshop: Finance
- 54110 Finanzmarktkommunikation und Marktforschungsmanagement
- 54251 Konzernrechnungslegung
- 55530 Hauptseminar Finance
- 55600 Hauptseminar Risk and Insurance
- 56270 Financial engineering and structured finance
- 56470 Versicherungs- und Risikotheorie
- 56530 Asset liability management (Versicherungen)
- 56540 Lebensversicherung
- 57178 Planspiel: Unternehmen wert- und risikoorientiert steuern
- 57360 Recht der börsennotierten Aktiengesellschaft

Schwerpunkt Health care management

- 55501 Planspiel: Krankenhausmanagement
- 52153 The supply of medical services
- 52161 Angewandte empirische Gesundheitsökonomie
- 52632 Management in Gesundheitseinrichtungen
- 52770 Kostenträger II
- 52780 Pharmamanagement II
- 52810 Ambulantes Management II
- 52820 Praxisseminar
- 52850 Gesundheitsökonomische Evaluationen II
- 53521 Kostenträger I
- 53531 Pharmamanagement I
- 53541 Krankenhausmanagement I
- 53551 Ambulantes Management I
- 53561 Medizin
- 56231 Versorgungsmanagement I
- 56790 Gesundheitsökonomie I
- 57351 Seminar Pflegemanagement

Schwerpunkt Marketing management

- 52581 Praxisseminar: Entwicklung und Vermarktung innovativer Versicherungsprodukte
- 54162 Advanced marketing management IV
- 53165 Consumer relationship marketing
- 53162 Personal selling
- 54110 Finanzmarktkommunikation und Marktforschungsmanagement
- 54120 Interdisziplinäres Seminar
- 54141 Advanced marketing management II: Advanced topics in marketing
- 54171 Advanced marketing management V
- 56080 Praxisseminar
- 57471 Digital Marketing
- 58072 Advanced marketing management I: Service Marketing
- 58081 Advanced marketing management VII

Schwerpunkt Supply chain management

- 57173 Management von Logistik- und SCM-Projekten
- 52761 Strategische Vorausschau in Theorie und Praxis
- 53763 Supply chain management research seminar
- 54360 Internationale Transportlogistik- und Distributionssysteme
- 55291 Global retail logistics
- 55300 Global logistics and supply chain management
- 55310 Logistik-Consulting
- 56220 Strategic supply management

Schwerpunkt Sustainable & responsible management

- 56512 Bedürfnisse von Arbeitnehmer*innen - das Beispiel Diversity
- 57453 Branchen- und themenspezifisches Nachhaltigkeitsmanagement
- 53286 Economics of climate change (ECC)
- 52170 Einführung in das Genossenschaftswesen
- 53285 Empirical environmental economics
- 57127 Nachhaltigkeitskommunikation
- 57455 Regeneration and sustainable development
- 55511 Seminar zum Genossenschaftswesen
- 52130 Sustainability management and corporate functions
- 56780 Business ethics and corporate social responsibility
- 54324 Climate Policy
- 54323 Energy policy instruments for deep decarbonisation

Schwerpunkt Management research

- 53511 Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung I
- 55440 Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung II
- 55450 Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung III
- 55460 Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung IV
- 55470 Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung V
- 55480 Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung VI
- 55490 Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung VII
- 58062 Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung IX
- 58063 Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung X
- 58064 Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung XI
- 53043 Ökonometrie
- 53055 Panel and evaluation methods
- 57310 Publishing in management journals
- 57430 Research projects in strategic management
- 53107 Microeconometrics and machine learning

Modulhandbuch

für den Studiengang

Master of Science Management
(Prüfungsordnungsversion: 20192)

Inhaltsverzeichnis

Masterarbeit (M.Sc. Management 20192) (1998).....	5
Pflichtbereich 1	
Business strategy (53410).....	7
Finanzielle Grundlagen des Managements (56160).....	9
Personalmanagement (53030).....	11
Produktions- und Supply Chain Management (53422).....	13
Technology and innovation management (53450).....	14
Angewandte Managementmethoden	
Angewandte Managementmethoden I (54320).....	17
Angewandte Managementmethoden III (54820).....	18
Angewandte Managementmethoden IV (54291).....	20
Angewandte Managementmethoden V (54295).....	22
Fallstudien und Projekte im Management	
Fallstudien und Projekte im Management I (53492).....	24
Fallstudien und Projekte im Management II (53941).....	26
Fallstudien und Projekte im Management III (55340).....	28
Fallstudien und Projekte im Management IV (52146).....	29
Fallstudien und Projekte im Management IX (55403).....	31
Fallstudien und Projekte im Management V (55363).....	33
Fallstudien und Projekte im Management VII (55382).....	35
Fallstudien und Projekte im Management VIII (55393).....	37
Fallstudien und Projekte im Management X (55404).....	39
Fallstudien und Projekte im Management XI (52253).....	41
Fallstudien und Projekte im Management XII (52254).....	43
Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken	
Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken I (54740).....	46
Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken II (55420).....	48
Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken V (55881).....	49
Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken VII (56523).....	51
Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken VIII (56524).....	52
Methoden der Managementforschung	
Advanced methods of management research IV (55462).....	55
Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung I (53511).....	56
Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung II (55440).....	58
Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung III (55450).....	60
Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung IX (58062).....	61
Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung V (55470).....	63
Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung VI (55480).....	65
Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung VII (55490).....	66
Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung X (58063).....	68
Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung XI (58064).....	70
Vertiefungsbereich	
Advanced Business Analytics Seminar (65985).....	73
Advanced marketing management II: Advanced topics in marketing (54141).....	75
Advanced marketing management I: Service Marketing (58072).....	76
Advanced marketing management IV (54162).....	78
Advanced marketing management V (54171).....	80
Advanced marketing management VII (58081).....	82
Agile Arbeitsweisen im Kontext Lateinamerikas (57468).....	83
AI and Data in Business and Management (57387).....	84

Ambulantes Management I (53551).....	85
Ambulantes Management II (52810).....	87
Angewandte empirische Gesundheitsökonomie (52161).....	89
Asset liability management (Versicherungen) (56530).....	91
Bedürfnisse von Arbeitnehmer*innen - das Beispiel Diversity (56512).....	93
Business ethics and corporate social responsibility (56780).....	94
Business intelligence (57043).....	96
Change management (53460).....	98
Climate Policy (54324).....	100
Consumer relationship marketing (53165).....	103
Controlling of business systems (53430).....	104
Corporate Investment Controlling (53700).....	106
Corporate strategy (53730).....	107
Das Industrieseminar (52500).....	109
Das Innovationsseminar (57490).....	110
Designing Information Systems for Behavior Change: Practical Applications (57469).....	111
Design thinking und Produktdesign (55231).....	113
Digital change management (56210).....	115
Digitalisierung der Wertschöpfungskette in der Industrie (57179).....	116
Digital Marketing (57471).....	117
Digital transformation project (57508).....	119
Economics of climate change (ECC) (53286).....	120
Economics of innovation (53296).....	122
Einführung in das Genossenschaftswesen (52170).....	124
Empirical environmental economics (53285).....	125
Energy policy instruments for deep decarbonisation (54323).....	126
Financial engineering and structured finance (56270).....	129
Finanzierungsmanagement von Start-up Unternehmen (53610).....	131
Finanz- und Bankmanagement (53770).....	133
Foundations of international management I (53710).....	135
Foundations of international management II (53720).....	137
Gesundheitsökonomie I (56790).....	139
Gesundheitsökonomische Evaluationen II (52850).....	140
Global logistics and supply chain management (55300).....	141
Global operations strategy (53651).....	142
Global retail logistics (55291).....	144
Hauptseminar Finance (55530).....	146
Hauptseminar Risk and Insurance (55600).....	148
Industrielles Management (53640).....	150
Innovation and leadership (57053).....	151
Interdisziplinäres Seminar (54120).....	153
Internationales Projektseminar (55401).....	154
Internationale Transportlogistik- und Distributionssysteme (54360).....	156
Judgment in decision making and evidence-based management (56216).....	158
Konzernrechnungslegung (54251).....	160
Kostenträger I (53521).....	162
Kostenträger II (52770).....	163
Krankenhausmanagement I (53541).....	165
Labor markets in the knowledge economy (57131).....	166
Lebensversicherung (56540).....	167
Logistik-Consulting (55310).....	169
Management in Gesundheitseinrichtungen (52632).....	170

Management von Industrie 4.0 (54751).....	172
Management von Logistik- und SCM-Projekten (57173).....	174
Managing intercultural relations (53471).....	176
Medizin (53561).....	178
Microeconometrics and machine learning (53107).....	179
Microeconomics (53191).....	181
Nachhaltigkeitskommunikation (57127).....	182
Ökonometrie (53043).....	184
Organizing for digital transformation (56422).....	186
Panel and evaluation methods (53055).....	188
Patenting for innovation (57172).....	190
Personal selling (53162).....	191
Pharmamanagement I (53531).....	193
Pharmamanagement II (52780).....	194
Planspiel: Unternehmen wert- und risikoorientiert steuern (57178).....	195
Praxisseminar (52820).....	198
Praxisseminar (56080).....	200
Praxisseminar: Entwicklung und Vermarktung innovativer Versicherungsprodukte (52581).....	201
Praxisseminar mit Prof. Dr. Heinrich v. Pierer (55521).....	202
Product innovation management in emerging markets (57410).....	204
Profiting from ideas and inventions - an introduction to intellectual property rights (57420).....	206
Publishing in management journals (57310).....	208
Quantitative methods in energy market modelling (52592).....	209
Quantitative Risk Assessment with Excel (52260).....	211
Recht der börsennotierten Aktiengesellschaft (57360).....	213
Rechtliche Grundlagen der Start-up-Unternehmen (57370).....	215
Regeneration and sustainable development (57455).....	217
Research projects in strategic management (57430).....	219
Seminar Pflegemanagement (57351).....	220
Seminar zum Genossenschaftswesen (55511).....	222
Service innovation (57241).....	224
Strategic problem solving in the digital age (53674).....	226
Strategic supply management (56220).....	228
Strategische Vorausschau in Theorie und Praxis (52761).....	229
Strategy & AI (54326).....	231
Supply chain management research seminar (53763).....	232
Sustainability management and corporate functions (52130).....	233
Technology-based service innovation (57174).....	235
The supply of medical services (52153).....	237
Understanding and Mastering Case Studies in Technology and Entrepreneurship (57177).....	238
Versicherungs- und Risikotheorie (56470).....	240
Versorgungsmanagement I (56231).....	242
WISO Meets Consulting (56235).....	244
Workshop capital markets research (53330).....	246
Workshop: Finance (53910).....	248

1	Modulbezeichnung 1998	Masterarbeit (M.Sc. Management 20192) Master's thesis	30 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Im aktuellen Semester werden keine Lehrveranstaltungen zu dem Modul angeboten. Für weitere Auskünfte zum Lehrveranstaltungsangebot kontaktieren Sie bitte die Modul-Verantwortlichen.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Markus Beckmann Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann Prof. Dr. Dirk Holtbrügge Prof. Dr. Sebastian Junge Prof. Dr. Oliver Schöffski Prof. Dr. Verena Tiefenbeck Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	Inhalt	Die Masterarbeit stellt eine freie wissenschaftliche Arbeit dar, die sich konzeptionell oder empirisch mit Themen im Kontext des Managements beschäftigt.
6	Lernziele und Kompetenzen	In der Masterarbeit zeigen die Studierenden, dass sie in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Thema bzw. eine Fragestellung aus dem Bereich Management selbstständig mit wissenschaftlichen Methoden zu analysieren sowie die Erkenntnisse prägnant zu entwickeln und kompetent zu bewerten bzw. zu interpretieren.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Nach Maßgabe des jeweiligen Lehrstuhls
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul Master of Science Management 20192
10	Studien- und Prüfungsleistungen	schriftlich (6 Monate)
11	Berechnung der Modulnote	schriftlich (100%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Wiederholung der Prüfungen	Die Prüfungen dieses Moduls können nur einmal wiederholt werden.
14	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 0 h Eigenstudium: 900 h
15	Dauer des Moduls	1 Semester
16	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch oder Englisch
17	Literaturhinweise	Aktuelle Forschungsliteratur

Pflichtbereich 1

1	Modulbezeichnung 53410	Business strategy	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Cases zu Business Strategy (1 SWS) Vorlesung mit Übung: Business Strategy (2 SWS)	- 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Sebastian Junge	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harald Hungenberg Prof. Dr. Sebastian Junge
5	Inhalt	This course focuses on selected theories, concepts, and tools of strategic management. It is concerned with formulation and implementation of strategies, focusing on the business level of strategy. At business level, customer value and competitive advantage are the central issues. In this context, the digital transformation triggers digital business models, such as platform strategies or other related disruptive innovations. Therefore, the digital transformation is a central focus of this course. The course uses a combination of lectures, discussions and case studies in order to provide the analytic and conceptual foundations for making strategic decisions at business level.
6	Lernziele und Kompetenzen	By the end of the course, students can appreciate the need for a comprehensive approach to strategy making and they are aware of top management's role in setting the direction of a company. Students develop knowledge of theories, concepts and tools of business strategy and they develop an understanding of the application of concepts and tools to real life cases.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	None
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtbereich 1 Master of Science Management 20192 Wahlpflichtbereich: Management foundations Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch

Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen, 8th Ed., Wiesbaden 2014
Dess, G., McNamara, G., Eisner, A.: Strategic management, 10th Ed., Maidenhead 2020

1	Modulbezeichnung 56160	Finanzielle Grundlagen des Managements Managerial finance and accounting	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Finanzielle Grundlagen des Managements (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Sebastian Junge	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Sebastian Junge
5	Inhalt	<p>Die Veranstaltung konzentriert sich auf ausgewählte Konzepte und Instrumente zur Lösung managementrelevanter finanzieller Grundfragen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die finanzielle Außendarstellung eines Unternehmens (zentrale Rechenwerke, Jahresabschlussanalyse) ergänzt durch ein interaktives E-Learning • Die Kapital- und Vermögensverwaltung eines Unternehmens (Kosten und Performance Management) • Das Datenmanagement eines Unternehmens (Deskriptive und Diagnostische Datenanalyse, Quantitative Methoden) • Die Bewertung einzelner Investitionen (Methoden der Investitionsberechnung, Analyse der Gewinnsituation, Deckungsbeitragsrechnung) • Die Bewertung von Unternehmen (Grundlagen des Wertbegriffs, Bewertung ganzer Unternehmen, Vergleich verschiedener Unternehmensbewertungsverfahren, Wertmanagement)
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>In diesem Modul entwickeln die Teilnehmer/innen ein Verständnis für die managementrelevanten finanziellen Grundfragen. Die Studierenden entwickeln Konzepte, um die Bedeutung einzelner Fragen zu bewerten und generieren Ansätze, um diese Fragen zu lösen. Zentral ist dabei die Verknüpfung grundlegender Konzepte aus den finanziellen Bereichen (bspw. dem externen Rechnungswesen, der internen Kosten- und Ergebnisrechnung, der Finanzierung oder der Unternehmensbewertung) mit den spezifischen Fragestellungen des (strategischen) Managements. Die Besonderheit der Veranstaltung liegt in einer Kombination aus Vorlesungen, einem E-Learning, Hausaufgaben und praktischen Übungen. Dadurch entwickeln die Studierenden die analytischen und quantitativen Fähigkeiten, um die für das Management relevanten finanziellen Grundfragen erfolgreich zu lösen. Weiterhin entwickeln die Studierenden die Fähigkeit bei Informationsrestriktionen die notwendigen Informationen selbst zu entwickeln und Verfahren entsprechend zu adaptieren.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist nur für Studierende des Master Management mit Studienstart vor Wintersemester 2023/24 vorgesehen. Ab dem Wintersemester 2023/24 findet keine Vorlesung und Übung mehr statt. Im Wintersemester 2023/24 wird zum letzten Mal eine Prüfung angeboten.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1

9	Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtbereich 1 Master of Science Management 20192
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	<p>Brealey, R., Myers, S., Allen, F.: Principles of Corporate Finance, 13. Aufl., 2020.</p> <p>Coenenberg, A., Haller, A., Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 25. Aufl., 2018.</p> <p>Coenenberg, A., Fischer, M., Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. Aufl., 2016.</p> <p>Henselmann, K.: Jahresabschluss nach IFRS und HGB, 2. Aufl., 2010.</p> <p>Higgins, R.: Analysis for Financial Management, 12. Aufl., 2019.</p> <p>Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben.</p>

1	Modulbezeichnung 53030	Personalmanagement Human resources management	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Personalmanagement - Seminar; MIM-3030 (1 SWS) Vorlesung: Personalmanagement Vorlesung (2 SWS)	1 ECTS 4 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	Inhalt	1. Personalmanagement als strategischer Erfolgsfaktor der Unternehmungsführung 2. Theorien des Personalmanagements 3. Akteure des Personalmanagements 4. Bedingungen des Personalmanagement 5. Instrumente des Personalmanagement 5.1. Personalbedarfsplanung und deckung 5.2. Personaleinsatz 5.3. Personalentlohnung 5.4. Personalführung 6. Effizienz des Personalmanagement
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden können Probleme des Personalmanagements aus rechtlicher, ökonomischer, betriebswirtschaftlicher, organisatorischer, psychologischer und ethischer Sicht analysieren sowie Lösungsvorschläge bewerten und eigenständig entwickeln. Sie können die Auswirkungen des Personalmanagement mit Hilfe anspruchsvoller Methoden der Personalforschung prognostizieren und Gestaltungsempfehlungen ableiten. Sie lernen den aktuellen internationalen Forschungsstand zum Personalmanagement kennen und sind in der Lage, theoretische und empirische Studien in diesem Bereich kritisch zu reflektieren.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Sehr gute Deutschkenntnisse (C1)
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtbereich 1 Master of Science Management 20192 Wahlpflichtbereich: Management foundations Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Report Diskussionspapier (6 Seiten, 80% der Modulnote) und Präsentation (20% der Modulnote)
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (20%) Report (80%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h

14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Holtbrügge, D.: Personalmanagement, 8. Aufl., Berlin et al., 2022.

1	Modulbezeichnung 53422	Produktions- und Supply Chain Management Production and supply chain management	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Übung Produktions- & Supply Chain Management (ehemals PWM) (2 SWS) Tutorium: Stud. Tutorium: Produktions- und Supply Chain Management (1 SWS) Vorlesung: Produktions- & Supply Chain Management (ehemals PWM) (2 SWS)	- - 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann Christoph Küffner	

4	Modulverantwortliche/r	Christopher Münch
5	Inhalt	Unternehmerisches Handeln mit dem Ziel der Wertschöpfung vollzieht sich in Prozessen. Dieser Kurs macht mit den Grundlagen, Konzepten und Methoden des Produktions- und Supply Chain Managements vertraut. Der Kurs ist eine Kombination aus Vorlesungen und Diskussion von aktuellen Forschungsarbeiten im Rahmen von Übungen. Zusätzlich werden in den Übungen Berechnungen unterschiedlicher Vorlesungsschwerpunkte durchgeführt.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden beurteilen die Bedeutung von Prozessen im Unternehmen. Sie haben die Fähigkeit, Prozesse im Sinne der Wertschöpfung zielgerichtet zu gestalten. Die Studierenden verfügen über die Kernkompetenzen des Prozessmanagements entlang der kompletten Wertschöpfungskette und wenden diese Kompetenzen in praxisrelevanten Übungen an.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtbereich 1 Master of Science Management 20192 Wahlpflichtbereich: Management foundations Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur mit MultipleChoice (90 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur mit MultipleChoice (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Wird im Kurs bekanntgegeben

1	Modulbezeichnung 53450	Technology and innovation management	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	Inhalt	Technologien und Innovationen sind die Basis des Erfolgs und Wachstums eines jeden Unternehmens. Dieser Kurs behandelt Theorien, Konzepte und Werkzeuge des Technologie- und Innovationsmanagements. Spezielle Themen sind z.B. ökonomische Entscheidungstatbestände im Technologiemanagement bzw. im disruptiven technologischen Wandel, Erfolgsfaktoren von Innovationen, die Gestaltung von Innovationsprozessen, Timing-Strategien, die Öffnung des Innovationsmanagements nach außen sowie die Innovation ganzer Geschäftsmodelle. Die Themen werden außerdem mit praktischen und aktuellen Schwerpunktthemen verknüpft um so einen Anwendungsbezug darzustellen.
6	Lernziele und Kompetenzen	In diesem Modul lernen die Studierenden ein umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen sowie den aktuellen Erkenntnisstand im Bereich des Technologie- und Innovationsmanagements kennen. Nach Abschluss des Moduls können sie die bedeutende Rolle von Technologien und Innovationen als Wettbewerbsvorteil für Industrie- und Dienstleistungsunternehmen einschätzen und bewerten. Dieses Wissen wird durch zahlreiche praktische Beispiele vertieft. Des Weiteren sind die Studierenden dann in der Lage, das Wissen über die Methoden und Konzepte des Technologie- und Innovationsmanagements erfolgreich auf neuartige, konkrete praktische Probleme zu transferieren und diese dort zur Problemstrukturierung und -lösung einzusetzen. Sie können somit Sachverhalte in diesem Bereich einschätzen und hinterfragen. Die erworbenen analytischen und konzeptionellen Fertigkeiten befähigen die Studierende komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen eigenständig zu bearbeiten und die richtigen Methoden und Strukturierungsansätze zur Bewältigung von Aufgaben im Technologie- und Innovationsmanagement zu finden und erfolgreich anzuwenden.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtbereich 1 Master of Science Management 20192 Wahlpflichtbereich: Management foundations Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (90 Minuten)

11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch Deutsch oder Englisch Englisch
16	Literaturhinweise	Ahmed, P.; Shepherd, C.: Innovation Management Context, Strategies, systems and processes, Pearson, Essex, 2010. Voigt, K.-I.: Industrielles Management, 1. Aufl., Berlin u. a., 2008.

Angewandte Managementmethoden

1	Modulbezeichnung 54320	Angewandte Managementmethoden I Applied management techniques I	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Controlling and Reporting (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Thomas Fischer Prof. Dr. Bernd Keller	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Thomas Fischer
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Jahresabschlussanalyse • Segmentberichterstattung • Finanzwirtschaftliche Analyse • Erfolgswirtschaftliche Analyse • Strategische Analyse • Analyse des Lageberichts • Value Reporting
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden können wesentliche Instrumente und Kennzahlen für die finanzwirtschaftliche, erfolgswirtschaftliche und strategische Analyse von Publizitätsinformationen einschätzen. Sie können den Zusammenhang von Bewertung und Ergebnisprognose einschätzen.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Empfehlung: Grundlagen der Bilanzierung, Grundlagen Investition und Finanzierung
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtbereich 2 Master of Science Management 2009 Angewandte Managementmethoden Master of Science Management 20192
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Coenenberg, A. G./Haller, A./Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 25. Aufl., Stuttgart 2018.

1	Modulbezeichnung 54820	Angewandte Managementmethoden III Applied management techniques III	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	Inhalt	Bei allen öffentlichen Großprojekten sind Kosten-Nutzen-Analysen zwingend vorgeschrieben. Die Methodik wurde im Gesundheitswesen weiterentwickelt, wo auch intangible Effekte (z.B. Lebensqualität) berücksichtigt werden müssen. In der Veranstaltung werden die unterschiedlichen Studienformen, die Grundprinzipien, das Design von gesundheitsökonomischen Studien und insbesondere das QALY- und das Effizienzgrenzenkonzept behandelt.
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • ermessen den Unterschied zwischen Effektivität und Effizienz im Gesundheitswesen • diskutieren verschiedene Möglichkeiten der Berechnung von Kosten und Nutzen medizinischer Maßnahmen und setzen Kosten und Nutzen verschiedener medizinischer Maßnahmen zueinander in Beziehung • beurteilen aktuelle Diskussionen zu dieser Thematik • vergleichen die verschiedenen Grundformen und -prinzipien gesundheitsökonomischer Evaluationen sowie die damit verbundenen Konzepte • schätzen das QALY-Konzept im Hinblick auf seine Relevanz ein • skizzieren das Design einer gesundheitsökonomischen Studie
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtbereich 2 Master of Science Management 2009 Angewandte Managementmethoden Master of Science Management 20192
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur mit MultipleChoice (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur mit MultipleChoice (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch

1	Modulbezeichnung 54291	Angewandte Managementmethoden IV Applied management techniques IV	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Kapitalmarktorientierte Unternehmenssteuerung (MA) (2 SWS) Übung: Kapitalmarktorientierte Unternehmenssteuerung Übung (1 SWS)	5 ECTS -
3	Lehrende	Prof. Dr. Hendrik Scholz	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Hendrik Scholz
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Bewertung von Unternehmen (vorrangig DCF-Verfahren) • risikoorientierte Kennzahlen zur Aktienanalyse • risikoorientierte Steuerungskonzepte • Risikopolitik von Unternehmen und Banken • Instrumente zur Sicherung der Währungsrisiken von Unternehmen
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • bestimmen über DCF-Verfahren den Wert von Unternehmen bei Berücksichtigung unterschiedlicher Finanzierungspolitiken. • können die Performance von Aktienportfolios sowie Unternehmenssegmenten auf Basis fortgeschrittener Performance- und Risikokennzahlen beurteilen, miteinander vergleichen und kritisch hinterfragen. • beurteilen auf Basis von Kennzahlen wie RORAC und RAROC die Kapitalallokation von Unternehmen. • sind in der Lage, diverse Instrumente zum Hedgen von Währungsrisiken wie Futures, Optionen und Swaps zu bewerten und diese im Rahmen des Risikomanagement von Unternehmen selbstständig anzuwenden.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Angewandte Managementmethoden Master of Science Management 20192
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch

		Berk, Jonathan / DeMarzo, Peter: Corporate Finance, Boston u. a.
		Drukarczyk, Jochen / Schüler, Andreas: Unternehmensbewertung, München.
16	Literaturhinweise	Fama, Eugene F. / French Kenneth R. (1993): Common Risk Factors in the Returns of Stocks and Bonds, in: Journal of Financial Economics, Vol. 33 (1), S. 3-56.
		Hull, John C.: Optionen, Futures und andere Derivate, Hallbergmoos.

1	Modulbezeichnung 54295	Angewandte Managementmethoden V Applied management techniques V	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	Inhalt	Die Veranstaltung bietet einen tiefergehenden Einblick in das Management industrieller Unternehmen. Betrachtet werden nicht nur bisherige theoretische und empirische Erkenntnisse, sondern insbesondere auch aktuelle Managementaufgaben und -methoden in einem Industriebetrieb. Die Erkenntnisse zum industriellen Management werden mit einem praktischen und aktuellen Schwerpunktthema verknüpft, um so einen Anwendungsbezug darzustellen.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden erwerben ein umfassendes, detailliertes sowie spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand aus dem Bereich des industriellen Managements und die Fähigkeit, strategisch zu denken. Durch die tiefergehende Analyse eines praxisrelevanten Schwerpunktthemas erhalten die Studierenden zudem einen tiefergehenden Einblick in die aktuellen Problemfelder und Herausforderungen von Industrieunternehmen. Die erworbenen analytischen und konzeptionellen Fertigkeiten befähigen die Studierenden, komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen eigenständig zu bearbeiten.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Angewandte Managementmethoden Master of Science Management 20192
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Voigt, K.-I.: Industrielles Management, Berlin u. a., 2008.

Fallstudien und Projekte im Management

1	Modulbezeichnung 53492	Fallstudien und Projekte im Management I Case studies and projects in management I	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Industry 5.0 – Germany's Future of Sustainable Industrial Value Creation with Prof. Oliver Zipse and Dr. Thomas Becker (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Markus Beckmann Hannah Altenburg Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Markus Beckmann Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	Inhalt	During the seminar, which is supported by Prof. Oliver Zipse (CEO of the BMW Group) and Dr. Thomas Becker (VP Sustainability, Mobility of the BMW Group), the students work on current issues of sustainability in technology-oriented industrial companies in groups. The results of the student groups are presented, defended and discussed in a project report and a presentation at a final event.
6	Lernziele und Kompetenzen	The student groups develop analyses on complex sustainability management issues, especially in relation to technology-oriented industrial companies, in a largely self-directed manner. For this purpose, the students conduct empirical data collection and literature research. They decide largely independently on the methods of analysis to answer the respective question. The module aims to develop the students ability to structure and present detailed and specialised knowledge based on the current state of understanding of the respective research question. Each student group shares the results developed jointly in the seminar and defends them before Prof. Zipse, Dr. Becker, Prof. Dr. Voigt, and Prof. Dr. Beckmann.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	None
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminarleistung Presentation (20 minutes) 70% and Project report (partially in group work) 30%
11	Berechnung der Modulnote	Seminarleistung (100%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester

15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Course specific literature

1	Modulbezeichnung 53941	Fallstudien und Projekte im Management II Case studies and projects in management II	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Praxisseminar: Praxisseminar Challenges in Business Management (3 SWS) Compulsory attendance	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Thomas Fischer Dr. Ralf P. Thomas	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Thomas Fischer
5	Inhalt	The course deals with controlling instruments on the enterprise, segment, and project level. The students will intensively discuss and analyze real-world case material from current issues of a global technology enterprise with senior managers as advisors.
6	Lernziele und Kompetenzen	As main objective students will have the opportunity to get in touch with real business issues. They will be supported in creating a working paper and presentation. The course provides extended professional studies in the field of accounting and controlling and brings students in touch with real business cases of a leading, global acting technology enterprise. Hereby, the qualified profile as well as personal skills of the student participants are further developed as the participants give and receive appreciative feedback as part of the interactive presentation of the work results.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	The number of participants is limited. Participants will be selected by their FACT related skills (i.e. BA elective courses in Finance, Auditing, Controlling, and/or Taxation). Full attendance in the seminar meetings is compulsory.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtbereich 2 Master of Science Management 2009 Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	schriftlich/mündlich Seminar paper (ca. 12-15 pages) and presentation (ca. 15 minutes) and class participation (ca. 10 minutes) Es handelt sich um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWISO in der jeweils geltenden Fassung alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbar Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWISO eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.
11	Berechnung der Modulnote	schriftlich/mündlich (100%)

		Seminar paper (60%) and presentation (30%) and class participation (10%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch Englisch
16	Literaturhinweise	Fischer, T. M./Möller, K./Schultze, W.: Controlling, 2.Aufl., Stuttgart 2015. Further literature recommendations will be given in class.

1	Modulbezeichnung 55340	Fallstudien und Projekte im Management III Case studies and projects in management III	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	
5	Inhalt	Das Seminar besteht aus Seminarstunden und praktischer Projektarbeit, wobei die Studierenden in Gruppen von bis zu fünf Personen gemeinsam ein vom Unternehmen vorgegebenes praxisorientiertes Thema bearbeiten. Die Themen und die Unternehmen werden zu Beginn des Semesters vorgestellt und nach Priorisierungslisten zugeteilt. Die Studierenden werden bei der methodischen Vorgehensweise und bei möglichen Problemen durch einen Betreuer des Lehrstuhls unterstützt. Die Ergebnisse der Projektarbeit werden im Unternehmen im Rahmen einer Zwischen- und einer Endpräsentation vorgestellt.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden erlernen grundlegende Methoden und Vorgehensweisen des Projektmanagements und erarbeiten selbstständig einen strategischen Lösungsansatz für ein reales Problem von Partnerunternehmen. Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, selbstständig eine komplexe Problemstellung aus der Unternehmenspraxis zu strukturieren und Lösungsansätze abzuleiten. Zusätzlich erwerben die Studierenden in den Veranstaltungen an der Universität Kompetenzen im Bereich der Visualisierungs- und Präsentationstechniken.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Produktions- und Supply Chain Management, Logistik Consulting
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtbereich 2 Master of Science Management 2009 Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Diskussionsbeitrag Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Diskussionsbeitrag (50%) Präsentation (50%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Keine

1	Modulbezeichnung 52146	Fallstudien und Projekte im Management IV Case studies and projects in management IV	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Innovation für Nachhaltigkeit bei Uvex – ein gemeinsames Projektseminar (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Julia Gebert Katrín Schwarzfischer	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	Inhalt	<p>Das Seminar vermittelt Inhalte zu den Grundlagen des Nachhaltigkeitsmanagements in Forschung und Praxis. In enger Zusammenarbeit mit unserem Unternehmenspartner Uvex werden aktuelle Herausforderungen für die Nachhaltigkeit im Unternehmen identifiziert und Lösungsvorschläge erarbeitet.</p> <p>Die ersten Sitzungen dienen dazu, eine interaktive Einführung in das Thema Nachhaltigkeit zu geben und die unterschiedlichen Wissensstände der Studierenden aus verschiedenen Disziplinen zu harmonisieren. Die Studierenden lernen verschiedene Konzepte und Instrumente des Nachhaltigkeitsmanagements kennen. Damit zielt das Seminar auf ein systematisches Verständnis relevanter Managementwerkzeuge und neuartiger Instrumente und Funktionen zur Bewältigung von Nachhaltigkeitsthemen. Nach einer theoretischen Einführung werden die Studierenden mit den aktuellen Nachhaltigkeitsthemen bei Uvex in den Dimensionen der Triple Bottom Line vertraut gemacht. Diese Projekte konzentrieren sich auf Themen wie Kreislaufwirtschaft oder Impact Assessment. Im zweiten Teil des Seminars geht es darum, das theoretische Wissen in die Praxis umzusetzen. Zu diesem Zweck arbeiten die Studierenden in Projektteams an einer praktischen Lösung für ein bei Uvex identifiziertes Nachhaltigkeitsproblem in kooperativer Abstimmung mit den Seminarleitern. In einer Zwischenpräsentation haben die Studierenden die Möglichkeit, Feedback zu erhalten und ihre Ideen zu überarbeiten. Am Ende des Seminars findet eine Abschlusspräsentation statt und die Studierenden erstellen eine Dokumentation ihrer Projektarbeit.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Am Ende des Seminars sind die Studierenden in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nachhaltigkeitsthemen aus der Praxis zu identifizieren und deren Managementrelevanz zu beurteilen; • grundlegende betriebswirtschaftliche Ansätze zur Bewältigung sozialer und ökologischer Probleme zu analysieren und anzuwenden; • ihre qualitativen Forschungs- und Projektmanagementkompetenzen anzuwenden; • Methoden des Nachhaltigkeitsmanagements zu reflektieren und selbstbewusst umzusetzen; • Soft Skills wie strukturierte Teamarbeit und professionelle Präsentationen anzuwenden und zu reflektieren
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<ul style="list-style-type: none"> • Bereits besuchte Kurse zum Nachhaltigkeitsmanagement sind von Vorteil

		<ul style="list-style-type: none"> • Interesse an praxisorientiertem Nachhaltigkeitsmanagement; • Motivation zur selbständigen Arbeit in einem Team
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3;1;5
9	Verwendbarkeit des Moduls	Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	schriftlich Präsentation Gemeinsame Analyse und Bearbeitung einer Nachhaltigkeitsherausforderung und Konzeptentwicklung in Projektteams mit Zwischen- und Abschlusspräsentation. Zusätzlich wird die Dokumentation des Problemlösungsprozesses benotet.
11	Berechnung der Modulnote	schriftlich (30%) Präsentation (70%) Präsentation (70%) und Dokumentation (30%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch oder Englisch
16	Literaturhinweise	All necessary materials will be provided via StudOn

1	Modulbezeichnung 55403	Fallstudien und Projekte im Management IX Case studies and projects in management IX	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Sebastian Junge
5	Inhalt	<p>Das Seminar Start-up Consulting soll Studierende dazu befähigen, Fragestellungen junger Wachstumsunternehmen (Start-ups) durch theoretisches Wissen und Methodenkompetenz zu lösen. In Gruppen lösen die Studierenden die Problemstellung eines realen Start-ups. Aufgrund der gegenwärtigen Dynamik in Gesellschaft und Technologie sowie den damit verbundenen Megatrends, wie beispielsweise Digitalisierung, stehen Start-ups vor zentralen Herausforderungen. Diese jungen, innovativen Unternehmen operieren in hochdynamischen Branchen und stellen sich und ihre Fragestellungen zu Beginn des Moduls vor.</p> <p>Während der Veranstaltung arbeiten die Studierenden eng mit den Start-ups zusammen und werden zusätzlich von Mentoren aus der Praxis sowie dem Team des Lehrstuhls betreut.</p> <p>Die Ergebnisse werden im Rahmen einer Abschlusspräsentation vorgestellt.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden erlernen, ein aktuelles Fachproblem zu einem eingegrenzten Themenbereich zu bearbeiten, einen Lösungsvorschlag zu entwickeln und diesen in einer wissenschaftlichen Diskussion zu verteidigen. Hierdurch werden fachliche und persönliche Kompetenzen entwickelt. Die Studierenden geben und erhalten im Rahmen interaktiver Präsentationen der Arbeitsergebnisse ein wertschätzendes Feedback über die erbrachte Leistung.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Keine.</p> <p>Die Teilnehmerzahl ist auf maximal 20 Studierende begrenzt.</p> <p>Der Bewerbungszeitraum wird über die Homepage des Lehrstuhls oder StudOn bekannt gegeben.</p> <p>https://www.unternehmensfuehrung.rw.fau.de/studium-lehre/aktuelle-lehre/start-up-consulting/</p>
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h

14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch Englisch
16	Literaturhinweise	Keine

1	Modulbezeichnung 55363	Fallstudien und Projekte im Management V Case studies and projects in management V	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	Inhalt	Im Seminar werden die Studierenden mit dem Thema wissenschaftliche Methoden im Gesundheitsmanagement umfassend vertraut gemacht. Das Thema im SoSe 2022 lautet Gesundheitsökonomische Evaluation von Gesundheitstechnologien. Hierzu werden eingangs theoretische und methodische Grundlagen behandelt. Im zweiten Teil des Seminars wenden die Studierenden ihre neu erworbenen Kompetenzen in Kleingruppen eigenständig auf ein Problem an, evaluieren hierbei eine Gesundheitstechnologie (z.B. Gentherapie, Digital Health oder CAR-T-Cells) und erstellen hierüber eine Hausarbeit. Die Ergebnisse werden am Ende des Semesters im Plenum präsentiert. Das Seminar dient zur Vorbereitung auf eine Masterarbeit am Lehrstuhl für Gesundheitsmanagement.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • Können die Anwendungsbereiche verschiedener Methoden der gesundheitsökonomischen Evaluation unterscheiden. • Können verschiedene Methoden der Gesundheitsökonomischen Evaluation selbstständig und richtig anwenden. • Können wissenschaftliche Probleme mithilfe von Literaturrecherche und Modellierung lösen. • Können verschiedene Datenvisualisierungen anwenden. • Können ihre Ergebnisse schriftlich und mündlich präsentieren.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Kenntnisse der Sprache R im Umfang des Basiskurses R/RStudio in StudOn Zielgruppe: an quantitativ orientierter BWL und Beratung interessierte Studierende mit Schwerpunkt Gesundheitsmanagement. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Die Anmeldung erfolgt per Mail an Lena.Jaegers@fau.de, der Anmeldezeitraum wird rechtzeitig bekannt gegeben.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Hausarbeit Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Hausarbeit (70%) Präsentation (30%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester

13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch Englisch
16	Literaturhinweise	

1	Modulbezeichnung 55382	Fallstudien und Projekte im Management VII Case studies and projects in management VII	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Strategien technologieorientierter Industrieunternehmen (2 SWS) <i>(Anwesenheitspflicht)</i>	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Lauren Mackintosh Dr. Roland Busch	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	Inhalt	Im Rahmen des Seminars, welches vom CEO der Siemens AG, Dr. Roland Busch, begleitet wird, bearbeiten die Studierenden strategische Fragestellungen technologiebasierter Industrieunternehmen in Gruppen. Die Ergebnisse der Studierendengruppen werden in einer Seminararbeit sowie einer Präsentation im Rahmen einer Abschlussveranstaltung vorgetragen, verteidigt und diskutiert.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden erarbeiten in Gruppen weitgehend selbstgesteuert Analysen zu komplexen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen im Kontext des strategischen Managements, insbesondere in Bezug auf technologieorientierte Industrieunternehmen. Hierzu führen die Studierenden ggf. empirische Datenerhebungen und Literaturrecherchen durch und entscheiden weitgehend eigenständig über die zu verwendenden Analysemethoden. Das Ziel ist die Erarbeitung, Strukturierung und Darstellung von detailliertem und spezialisiertem Wissen auf dem aktuellen Erkenntnisstand zu der jeweils ausgeschriebenen Fragestellung. Die erarbeiteten Ergebnisse werden anschließend gemeinsam von der Gruppe in dem Seminar vertreten und vor Herrn Dr. Roland Busch und Herrn Prof. Dr. Voigt verteidigt.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Hausarbeit Präsentation Präsentation (ca. 20 Minuten) und Hausarbeit (5000 Wörter in Gruppenarbeit)
11	Berechnung der Modulnote	Hausarbeit (50%) Präsentation (50%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester

15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Kursspezifische Literatur

1	Modulbezeichnung 55393	Fallstudien und Projekte im Management VIII Case Studies and Projects in Management VIII	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten. Anwesenheitspflicht	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Thomas Fischer
5	Inhalt	Im Zuge der Digitalisierung treten zunehmend junge, innovative Unternehmen in Märkte ein, welche sich durch ein neuartiges Geschäftsmodell und schnelles Wachstum auszeichnen („Start Ups“). Die auf Basis von Finanzkennzahlen durchzuführende Analyse der Stärken und Schwächen sowie die Bewertung dieser Unternehmen führt zu Herausforderungen bei Investmentbanken, Transaktionsberatungen und M&A Abteilungen von Unternehmen. Im Seminar wird erarbeitet, welche finanziellen Charakteristika diese Unternehmen aufweisen, wie ihre Marktpotenziale bewertet werden können und welche Besonderheiten sich im M&A-Prozess ergeben. Der Fokus liegt auf der Bewertung von Start Ups. Durch Anwendungsbeispiele wird vermittelt, mit welchen Herausforderungen die Praxis bei der Bewertung von Start Ups konfrontiert ist und wie diese bei der Anwendung traditioneller Methoden (z.B. DCF, Multiplikatoren) berücksichtigt werden können. Darüber hinaus werden ergänzende Bewertungsmöglichkeiten vorgestellt.
6	Lernziele und Kompetenzen	Ziel ist es, ein umfassendes Verständnis für die Besonderheiten von Start Ups, insbesondere in Bezug auf die Ermittlung des Unternehmenswertes zu vermitteln. Die Studierenden sollen nach der Veranstaltung in der Lage sein, die spezifischen Herausforderungen bei der Bewertung von Start Ups zu erkennen und diese selbstständig durch die Anwendung passender Bewertungsmethoden zu bewältigen.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Besuch der Veranstaltungen Controlling of Business Systems und/oder Corporate Investment Controlling
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur Diskussionsbeitrag Präsentation (Gruppenpräsentation: 30 Minuten, Klausur: 45 Minuten) Es handelt sich bei Analysis and Valuation of Start-Ups um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWIWI (in der jeweils geltenden Fassung) alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbar Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend

		von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWIWI eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (55%) Diskussionsbeitrag (15%) Präsentation (30%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben

1	Modulbezeichnung 55404	Fallstudien und Projekte im Management X Case studies and projects in management X	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harald Hungenberg Prof. Dr. Sebastian Junge
5	Inhalt	<p>Das Seminar vermittelt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instrumente, die im Rahmen des strategischen Managements von Unternehmen eine große Rolle spielen, und wendet diese auf aktuelle Fragestellungen des 1. FC Nürnberg e.V. an; • Wissen zur branchenspezifischen Nachhaltigkeit und zu weiteren aufgabenspezifischen Inhalten; • Instrumente zur formalen Strukturierung komplexer Probleme (z.B. nach dem MECE-Prinzip); • vertieftes Wissen zur überzeugenden Visualisierung und Kommunikation von Lösungskonzepten (z.B. Aufbau einer Kommunikationsstruktur/Storyline, Emotionalisierung und Stickyness der Kommunikation, Erstellung von Schaubildern). <p>Im Seminar entwickeln die Studierenden in Kleingruppen innovative (digitale) Lösungsvorschläge. Diese werden durch individuelles Feedback über das Semester weiter ausgearbeitet und zu einem umfassenden Lösungskonzept weiterentwickelt. Hierbei wird den Studierenden ein ganzheitlicher und interdisziplinärer Ansatz vermittelt. Die unterschiedlichen Kompetenzen und das Vorwissen der Studierenden können somit berücksichtigt und für die individuelle Schwerpunktsetzung genutzt werden. Ein weiterer Fokus liegt auf der Vermarktung der Lösungskonzepte, um eine potenzielle Implementierung des Konzepts durch den Praxispartner zu ermöglichen.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Am Ende der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • aktuelle strategische Problemstellungen (am Beispiel des Profifußballs) kontextsensitiv zu bearbeiten und Lösungsansätze zu entwickeln; • mit Hilfe von strategischen Analyseinstrumenten und methoden Informationen zu filtern, zu bewerten, zu verdichten und zu strukturieren; • verschiedene Lösungsansätze durch externes Feedback zu reflektieren und weiterzuentwickeln; • komplexe Lösungskonzepte strukturiert und überzeugend vor Dritten zu präsentieren und argumentativ zu verteidigen; • ihre Kompetenzen in der Teamarbeit zu vertiefen; • sich rational und verantwortungsbewusst mit Interessens- und Kommunikationskonflikten im Rahmen der Gruppenarbeit auseinanderzusetzen sowie Unterschiede in Denk- und Handlungsmustern zu erkennen und für die Lösungsfindung zielführend zu nutzen.

7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Seminargröße ist auf maximal 24 Studierende begrenzt. Der Bewerbungszeitraum wird über die Homepage oder StudOn bekannt gegeben.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	schriftlich/mündlich
11	Berechnung der Modulnote	schriftlich/mündlich (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch Englisch
16	Literaturhinweise	Grundlagenliteratur: Hungenberg, H.: Problemlösung und Kommunikation im Management: Vorgehensweise und Techniken, 3. Aufl., München, 2010. Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen, 8. Aufl., Wiesbaden 2014. Minto, B.: The Pyramid Principle, London, 4. Aufl., Harlow 2009. Cialdini, R.: The Psychology of Persuasion, 2007. Heath, C. and Heath, D.: Made to Stick, 2007. Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 52253	Fallstudien und Projekte im Management XI Case studies and projects in management XI	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Digital Innovation & Business Planning (2 SWS) Anwesenheitspflicht	5 ECTS
3	Lehrende		

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Thomas Fischer
5	Inhalt	Ziel des Seminars ist es, innovative Ansätze für die Umsetzung der Digitalisierung in der Finanzfunktion kennenzulernen und anzuwenden. Als Studierende erhalten Sie vertiefte Einblicke in fundamentale Konzepte wie Design Thinking und Business Planning und entwickeln Lösungsansätze für einen Praxisfall, die Sie in einem abschließenden Pitch vor der Management Jury unter Beweis stellen. Ebenfalls erhalten Sie Einblicke in die Planungssoftware Valsight, die eine werttreiberbasierte Bewertung von Business Cases ermöglicht
6	Lernziele und Kompetenzen	In Zusammenarbeit mit einem Praxispartner lernen die Studierenden, anhand von Workshops ein aktuelles Fachproblem zu einem eingegrenzten Themenbereich zu bearbeiten, einen Lösungsvorschlag zu entwickeln und diesen in einer wissenschaftlichen Diskussion zu verteidigen. Hierdurch werden fachliche und persönliche Kompetenzen entwickelt. Durch interaktive Präsentationen der Arbeitsergebnisse geben und erhalten die Studierenden ein wertschätzendes Feedback zu ihrer erbrachten Leistung.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Empfohlen: Besuch der Veranstaltungen Controlling of Business Systems und/oder Corporate Investment Controlling. Es besteht Anwesenheitspflicht.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation/Hausarbeit Hausarbeit (ca. 10-15 Seiten) und Präsentation (ca. 15 Minuten) Es handelt sich bei "Digital Innovation & Business Planning" um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWIWI (in der jeweils geltenden Fassung) alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWIWI eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.“
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation/Hausarbeit (100%) Hausarbeit (60%) und Präsentation (40%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester

13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch oder Englisch
16	Literaturhinweise	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 52254	Fallstudien und Projekte im Management XII Case studies and projects in management XII	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Roland Ismer
5	Inhalt	In dem Seminar, welches vom Vorsitzenden des Vorstandes der DATEV eG, Herrn Prof. Robert Mayr, begleitet wird, erarbeiten die Studierenden zu wechselnden Rahmenfragestellungen in Gruppen Seminararbeiten. Die Ergebnisse dieser werden dann im Rahmen von zwei Blockterminen vorgetragen, verteidigt und diskutiert.
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden erarbeiten in Gruppen weitgehend selbstgesteuert und autonom Analysen zu komplexen betriebswirtschaftlichen und steuerrechtlichen Fragestellungen im Kontext des innovativen Einsatzes technologiebasierter Lösungen (Tax Technology). Hierzu führen die Studierenden Dokumentanalysen und Literaturrecherchen durch und entscheiden weitgehend eigenständig über die zu verwendenden Analysemethoden.</p> <p>Das Ziel ist die Erarbeitung, Strukturierung und Darstellung von detailliertem und spezialisiertem Wissen auf dem aktuellen Erkenntnisstand zu der jeweils ausgeschriebenen Fragestellung. Die erarbeiteten Ergebnisse werden anschließend gemeinsam von der Gruppe in dem Seminar vertreten und vor Herrn Prof. Robert Mayer und Herrn Prof. Dr Ismer verteidigt.</p> <p>Durch die Bearbeitung der Fallstudien in Kleingruppen wird das Übernehmen herausgehobener Verantwortung sowie die fachliche Weiterentwicklung der Studierenden gefördert.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminarleistung Seminararbeit (Seminar paper) 70% + Präsentation/Präsentationspapier (Presentation/Presentation paper) 30%
11	Berechnung der Modulnote	Seminarleistung (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	

Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken

1	Modulbezeichnung 54740	Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken I Teamwork, presentation and negotiation skills I	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Leadership and Leadership Communication (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende		

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Sebastian Junge
5	Inhalt	The module deals with skills that are important for leading employees (leadership). Since leadership has an influence on people, the focus is on issues of communication (leadership communication). After establishing a fundamental overview, the course goes into detail on various areas of communication in leadership relationships (e.g., goal setting, feedback, assessment discussions). In addition, key content areas such as coaching as a leadership style as well as leadership and emotional intelligence will be addressed.
6	Lernziele und Kompetenzen	Students develop an understanding of the challenges and key skills of leadership (leading employees). This is deepened in a practical way through exercises in small groups, partner reflections and practical applications.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	None. The number of participants is limited to a maximum of 25 students. The application period will be announced via the homepage or StudOn. The application process for students of the Masters in Management is centrally coordinated by the chair of Prof. Hartmann. Applicants are selected on the basis of their previous academic performance. https://www.scm.rw.fau.de/studium-lehre/lehren/master/#collapse_10 https://www.unternehmensfuehrung.rw.fau.de/studium-lehre/aktuelle-lehre/leadership-and-leadership-communication/
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	schriftlich
11	Berechnung der Modulnote	schriftlich (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch

Kotter, J. P.: What Leaders Really Do, Harvard Business Review, Dec. 2001. Goleman, D.: Leadership That Gets Results, Harvard Business Review, March-April 2000.

1	Modulbezeichnung 55420	Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken II Teamwork, presentation and negotiation skills II	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken (Advanced Soft Skills) (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann Christoph Küffner	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung von Soft Skills für Führungsaufgaben • Teamkommunikation und -moderation • Präsentationstechniken • Verhandlungstechnik und -strategie
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden beherrschen ausgewählte Techniken der Teamkommunikation, Präsentation und Verhandlung.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Keine.</p> <p>Die Anzahl der Teilnehmenden ist beschränkt auf maximal 16 Studierende. Der Bewerbungsprozess für Studierende des Masters in Managements wird zentral durch den Lehrstuhl von Prof. Hartmann koordiniert. Die Auswahl der BewerberInnen erfolgt anhand der bisherigen Studienleistungen und Fachsemester.</p> <p>https://www.scm.rw.fau.de/studium-lehre/lehrveranstaltungen/master/#collapse_10</p>
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtbereich 2 Master of Science Management 2009 Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Diskussionsbeitrag Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Diskussionsbeitrag (50%) Präsentation (50%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Keine

1	Modulbezeichnung 55881	Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken V Teamwork, presentation and negotiation skills V	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Businessplanseminar (Master) (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Lauren Mackintosh	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	Inhalt	Im Rahmen des Businessplanseminarseminars werden Verbesserungsideen für das Geschäftsmodell von realen Praxispartnern gesammelt, ausgearbeitet, präsentiert und in Form eines detaillierten Businessplans beschrieben. Dazu erhalten die Studierenden kurze inhaltliche Erläuterungen zu den Zielsetzungen und Bestandteilen eines Businessplans.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden arbeiten im Rahmen des Seminars in Arbeitsgruppen einen vollständigen, schriftlichen Businessplan selbstständig aus. Zur Bearbeitung der einzelnen Businessplanbestandteile verfügen die Studierenden über erweitertes Wissen in angrenzenden Bereichen und erschließen darüber hinaus Informationen eigenständig über geeignete Dokumentenrecherche, empirische Erhebungen und/ oder vom Praxispartner. Die gesammelten Informationen müssen bewertet, beurteilt, verglichen und themenspezifisch als Präsentation aufbereitet werden. Bei unvollständigen oder widersprüchlichen Informationen wägen die Studierenden diese gegeneinander ab und entwickeln Lösungsmöglichkeiten für den Umgang mit fehlenden oder uneinheitlichen Informationen. Der Aufbau des Seminars bedingt, dass die Studierenden fachliche Entwicklungen anderer Kommilitonen ebenfalls gezielt fördern, bereichsspezifische und -übergreifende Diskussionen führen sowie wertschätzendes Feedback auf die Zwischenpräsentationen der anderen Seminarteilnehmer geben. Eine abschließende Präsentation trägt darüber hinaus dazu bei, die Kommunikations- und Präsentationsfähigkeiten der Studierenden zu schulen. Aus diesen Gründen herrscht Anwesenheitspflicht.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine (Für Studierende mit Studienbeginn vor WS 17/18 ist eine Anrechnung für den Pflichtbereich II ausgeschlossen, falls das Modul bereits im Vertiefungsbereich angerechnet wurde.)
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtbereich 2 Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 2011 Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Hausarbeit

11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (50%) Hausarbeit (50%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	<ul style="list-style-type: none"> • Handbuch Businessplan-Erstellung von BayStartup. • Nagl, A. (2014): Der Businessplan: Geschäftspläne professionell erstellen Mit Checklisten und Fallbeispielen. Wiesbaden: Springer Gabler.

1	Modulbezeichnung 56523	Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken VII Teamwork, presentation and negotiation skills VII	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: International Management Solutions (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge Maxim Grib	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	Inhalt	Current issues in the field of International Management
6	Lernziele und Kompetenzen	The students learn about current challenges in international management and develop strategies and tools for their solution. Topics include market entry strategies, international human resource management, and corporate social responsibility. The students develop creative skills and methodological competences, and apply current theoretical knowledge to practical management problems.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Advanced knowledge of international and intercultural management English language proficiency (C1) The number of participants is limited. Der Bewerbungsprozess für Studierende des Masters in Managements wird zentral durch den Lehrstuhl von Prof. Hartmann koordiniert. Die Auswahl der BewerberInnen erfolgt anhand der bisherigen Studienleistungen und Fachsemester. https://www.scm.rw.fau.de/studium-lehre/lehrveranstaltungen/master/#collapse_10
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	schriftlich
11	Berechnung der Modulnote	schriftlich (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Tba in the course

1	Modulbezeichnung 56524	Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken VIII Teamwork, presentation and negotiation skills VIII	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Sebastian Junge
5	Inhalt	<p>Das Seminar vermittelt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instrumente, die im Rahmen des strategischen Managements von Unternehmen eine große Rolle spielen, und wendet diese auf aktuelle Fragestellungen des 1. FC Nürnberg e.V. an; • Wissen zur branchenspezifischen Nachhaltigkeit und zu weiteren aufgabenspezifischen Inhalten; • Instrumente zur formalen Strukturierung komplexer Probleme (z.B. nach dem MECE-Prinzip); • vertieftes Wissen zur überzeugenden Visualisierung und Kommunikation von Lösungskonzepten (z.B. Aufbau einer Kommunikationsstruktur/Storyline, Emotionalisierung und Stickyness der Kommunikation, Erstellung von Schaubildern). <p>Im Seminar entwickeln die Studierenden in Kleingruppen innovative (digitale) Lösungsvorschläge. Diese werden durch individuelles Feedback über das Semester weiter ausgearbeitet und zu einem umfassenden Lösungskonzept weiterentwickelt. Hierbei wird den Studierenden ein ganzheitlicher und interdisziplinärer Ansatz vermittelt. Die unterschiedlichen Kompetenzen und das Vorwissen der Studierenden können somit berücksichtigt und für die individuelle Schwerpunktsetzung genutzt werden. Ein weiterer Fokus liegt auf der Vermarktung der Lösungskonzepte, um eine potenzielle Implementierung des Konzepts durch den Praxispartner zu ermöglichen.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Am Ende der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • aktuelle strategische Problemstellungen (am Beispiel des Profifußballs) kontextsensitiv zu bearbeiten und Lösungsansätze zu entwickeln; • mit Hilfe von strategischen Analyseinstrumenten und methoden Informationen zu filtern, zu bewerten, zu verdichten und zu strukturieren; • verschiedene Lösungsansätze durch externes Feedback zu reflektieren und weiterzuentwickeln; • komplexe Lösungskonzepte strukturiert und überzeugend vor Dritten zu präsentieren und argumentativ zu verteidigen; • ihre Kompetenzen in der Teamarbeit zu vertiefen; • sich rational und verantwortungsbewusst mit Interessens- und Kommunikationskonflikten im Rahmen der Gruppenarbeit auseinanderzusetzen sowie Unterschiede in Denk- und Handlungsmustern zu erkennen und für die Lösungsfindung zielführend zu nutzen.

7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Seminargröße ist auf maximal 24 Studierende begrenzt. Der Bewerbungszeitraum wird über die Homepage oder StudOn bekannt gegeben.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	schriftlich/mündlich
11	Berechnung der Modulnote	schriftlich/mündlich (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch Englisch
16	Literaturhinweise	Grundlagenliteratur: Hungenberg, H.: Problemlösung und Kommunikation im Management: Vorgehensweise und Techniken, 3. Aufl., München, 2010. Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen, 8. Aufl., Wiesbaden 2014. Minto, B.: The Pyramid Principle, London, 4. Aufl., Harlow 2009. Cialdini, R.: The Psychology of Persuasion, 2007. Heath, C. and Heath, D.: Made to Stick, 2007. Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Methoden der Managementforschung

1	Modulbezeichnung 55462	Advanced methods of management research IV Advanced management research methods IV	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	Inhalt	Current issues in the field of International Management
6	Lernziele und Kompetenzen	The students learn about advanced methods of management research and how to apply them to current questions in the field of International Management. Students carry out a research project in this field that consists of all relevant phases (literature review, theoretical concept, hypothesis development, data collection and analysis, theoretical and practical contribution). They are able to critically reflect their research in terms of relevance and rigor (representativeness, reliability, validity, etc.).
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Foundations of International Management I (required) Foundations of International Management II (required) Knowledge of advanced statistics and SPSS is required. English language proficiency (C1) The number of participants is restricted.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Methoden der Managementforschung Master of Science Management 20192 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	schriftlich
11	Berechnung der Modulnote	schriftlich (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	

1	Modulbezeichnung 53511	Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung I Advanced management research methods I	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Im aktuellen Semester werden keine Lehrveranstaltungen zu dem Modul angeboten. Für weitere Auskünfte zum Lehrveranstaltungssangebot kontaktieren Sie bitte die Modul-Verantwortlichen.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter Bican Annette Bilgram	
5	Inhalt	Technology management is an emerging and vibrant research field with a highly interdisciplinary nature. Within this course, current trends will be presented and discussed in an international context. Key concepts will be discussed and applied through course assignments. The goal is to deepen the understanding of state-of- the-art technology management approaches for successful development and commercialization of new products. Groups will work interdisciplinary. This course includes where applicable also guest presentations from visiting lecturers/industry representatives.	
6	Lernziele und Kompetenzen	Students will <ul style="list-style-type: none"> • attain a familiarity with the scientific literature and the ability to view technology management in the context of other concepts and theories, • apply key concepts of technology management, • learn how to conduct a comprehensive scientific literature research and analysis and how to apply the research results in the scope of their assignment • learn to make technology management decisions as a part of an interdisciplinary team (via assignments). 	
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Successfully finished course in Innovation Management obligatory (at least bachelor level). The course is limited to 25 students. To ensure interdisciplinary teams, there might be restrictions for students of specific fields of studies. Registration for the seminar is only possible at the information meeting. Location and date for the meeting will be announced via the website of the Chair, as well as further details for the application process. (Für Studierende mit Studienbeginn vor WS 18/19 ist eine Anrechnung für den Pflichtbereich II ausgeschlossen, falls das Modul bereits im Vertiefungsbereich angerechnet wurde.)	
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2	
9	Verwendbarkeit des Moduls	Methoden der Managementforschung Master of Science Management 20192 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232	
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Hausarbeit	

11	Berechnung der Modulnote	Hausarbeit (100%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Will be announced

1	Modulbezeichnung 55440	Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung II Advanced methods of management research II	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Hauptseminar: Hauptseminar und Forschungsseminar (2 SWS) Anwesenheitspflicht	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Thomas Fischer	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Thomas Fischer
5	Inhalt	Wechselnde Themen aus dem Bereich Controlling.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden lernen, ein aktuelles Fachproblem mit wissenschaftlichen Methoden zu einem eingegrenzten Themenbereich zu bearbeiten, einen Lösungsvorschlag zu entwickeln und diesen in einer wissenschaftlichen Diskussion zu verteidigen. Hierdurch werden fachliche und persönliche Kompetenzen entwickelt. Die Studierenden geben und erhalten im Rahmen interaktiver Präsentationen der Arbeitsergebnisse ein wertschätzendes Feedback über die erbrachte Leistung.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Besuch der Veranstaltungen Controlling of Business Systems und Controlling and Reporting.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtbereich 2 Master of Science Management 2009 Methoden der Managementforschung Master of Science Management 20192 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	schriftlich/mündlich Seminararbeit (12-15 Seiten) und Präsentation (ca. 15 Minuten) und Diskussionsbeitrag (ca. 10 Minuten) <i>Es handelt sich um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWISO in der jeweils geltenden Fassung alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbar Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWISO eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung</i>
11	Berechnung der Modulnote	schriftlich/mündlich (100%) Seminararbeit (60%) und Präsentation (30%) und Diskussionsbeitrag (10%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester

15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Literaturhinweise werden bei der Themenvergabe bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 55450	Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung III Advanced methods of management research III	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung (Hauptseminar; 22310) (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann Christopher Münch	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann
5	Inhalt	Im Rahmen dieser Veranstaltungen werden wechselnde Themenbereiche aus dem Gesamtfeld logistischer Forschung vertieft. Zu diesen Bereichen gehören: Logistik als Wissenschaft, praktische Anwendungsfelder des Supply Chain Management, Technologieeinsatz in der Logistik sowie Personen- und Güterverkehr als logistische Aufgabenstellungen.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Teilnehmer leisten einen aktiven Beitrag zur Aufarbeitung des jeweils gewählten Themenbereichs in Form von Projekt- bzw. Seminararbeiten und Kurzpräsentationen. Sie erwerben dabei Grundfertigkeiten eigenständigen wissenschaftlichen Arbeitens, wie die selbständige Literatursuche und die kritische Auseinandersetzung mit dem aktuellen Forschungsstand. Die Studierenden erlernen fortgeschrittene wissenschaftliche Methoden der Managementforschung im begleitenden Seminar.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtbereich 2 Master of Science Management 2009 Methoden der Managementforschung Master of Science Management 20192 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Hausarbeit Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Hausarbeit (50%) Präsentation (50%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Theisen, M.R.: Wissenschaftliches Arbeiten: Technik Methodik Form, 14. Auflage, München, 2008.

1	Modulbezeichnung 58062	Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung IX Advanced methods of management research IX	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Marketingseminar (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	Inhalt	Die Studierenden arbeiten sich in eine aktuelle Fragestellung in der Marketingforschung ein (z.B. auf den Gebieten Marktforschung, Preismanagement, Produkt- und Innovationsmanagement und Konsumentenverhalten).
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können weitgehend eigenständig Forschungsfragen mit Hilfe qualitativer oder quantitativer Methoden beantworten. Die Studierenden können sich eigenständig Wissen über wissenschaftliche Fachthemen erschließen und dieses anwenden. Sie können wissenschaftliche Studien aus international referierten Marketingjournals kritisch reflektieren und Studienergebnisse in den Gesamtkontext einordnen sowie deren Beitrag zur wissenschaftlichen Forschung gewichten. Die Studierenden können eigenständige Ideen zur Lösung wissenschaftlicher Probleme entwickeln und verteidigen. Die Studierenden können die Ergebnisse ihrer Ausarbeitungen auf einem wissenschaftlichen Niveau präsentieren und bereichsspezifische wie auch übergreifende Diskussionen führen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können im Hinblick auf die Anfertigung der Masterarbeit Ziele für die eigene Entwicklung definieren sowie eigene Stärken und Schwächen reflektieren.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Studien- und Prüfungsleistungen aller Pflichtmodule des 1. Semesters erfolgreich erbracht. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Pflichtbereich gehört, vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Methoden der Managementforschung Master of Science Management 20192 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminararbeit
11	Berechnung der Modulnote	Seminararbeit (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester

15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch Englisch
16	Literaturhinweise	Literaturangaben erfolgen durch den Lehrstuhl vor Beginn des Semesters.

1	Modulbezeichnung 55470	Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung V Advanced methods of management research V	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Hauptseminar: Advanced Theory and Methods in Strategy (Seminar zur Managementforschung) (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Verena Hoßnfsky	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harald Hungenberg Prof. Dr. Sebastian Junge
5	Inhalt	Students get to learn the basics of empirical economic and social research and develop a critical attitude and their own approaches to theories of strategic management and testing methods. On the one hand, theoretical insights into the preparation of a scientific paper are given. For this purpose, both the content-related building blocks and their structural design are analyzed and evaluated on the basis of current studies in the field of strategic management (e.g. innovation, executive cognition and personality, organizational behavior, entrepreneurship, and corporate social responsibility). In addition, the statistical basics, especially for quantitative, but also for qualitative economic and social research and working with statistical software are taught.
6	Lernziele und Kompetenzen	Students get familiar with different types of conducting research. They learn how an academic article is structured and what to consider in each section. Students read and discuss various studies for this purpose. Participants also work on their writing style. In addition, students learn statistical methods and apply them using appropriate statistical software.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	The module is a prerequisite for students who wish to write their master's thesis at the chair in the following semester. The number of participants is limited to a maximum of 16 students. The application period will be announced via the homepage or StudOn. https://www.unternehmensfuehrung.rw.fau.de/studium-lehre/aktuelle-lehre/advanced-theory-and-methods-in-strategy/
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtbereich 2 Master of Science Management 2009 Methoden der Managementforschung Master of Science Management 20192 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Hausarbeit
11	Berechnung der Modulnote	Hausarbeit (100%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester

13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Woolridge, J.M. (2020), Introductory Econometrics: A Modern Approach, 4. A., Cengage. Further literature will be announced in the course.

1	Modulbezeichnung 55480	Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung VI Advanced methods of management research VI	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Hauptseminar: Masterseminar (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Oliver Schöffski Dr. Martin Schwandt	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	Inhalt	Diese Veranstaltung ist verpflichtend an dem Lehrstuhl zu absolvieren an dem die Masterarbeit geschrieben wird. Den Studierenden werden durch die Präsentation von sich in Bearbeitung befindenden Abschlussarbeiten Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens vermittelt, die in der Masterarbeit Anwendung finden. Zudem stellen sie ihr eigenes Thema vor und müssen hier Methoden, Ergebnisse und Herausforderungen diskutieren. Daneben erhalten Sie hilfreiche Anregungen zum Projektmanagement und zur Vorgehensweise bei praxisnahen Masterarbeiten.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erfahren, auf welche Art und Weise und mit Hilfe welcher Methoden wissenschaftliche Arbeiten angefertigt werden • diskutieren und hinterfragen aktuelle Entwicklungen im Gesundheitswesen
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtbereich 2 Master of Science Management 2009 Methoden der Managementforschung Master of Science Management 20192 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (100%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Wird jeweils zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 55490	Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung VII Advanced methods of management research VII	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Forschungsseminar (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Hannah Altenburg Lauren Mackintosh	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	Inhalt	Gegenstand der Veranstaltung stellen die Themenfelder Technologiemanagement und Business Model Innovation dar. Ziel der Veranstaltung ist es, einen Überblick über ein gewähltes Forschungsgebiet aus den genannten Forschungsfeldern zu gewinnen. Von Interesse sind dabei auch die verwendete Methodik und die erzielten Ergebnisse.
6	Lernziele und Kompetenzen	Studierende entwickeln und führen im Rahmen des Seminars weitestgehend selbstständig ein wissenschaftliches Forschungsprojekt durch. Hierfür bewerten, hinterfragen und vergleichen die Studierenden wissenschaftliche Artikel und Veröffentlichungen, die in englischer und deutscher Sprache verfasst wurden und die von den Studierenden selbst erschlossen wurden. Auf Basis dieser Recherche bilden Studierende begründete Hypothesen oder Forschungsfragen, die anhand einer eigenständigen qualitativen oder quantitativen Befragung überprüft, beurteilt, diskutiert und interpretiert werden. Studierende schätzen im Seminar ihre eigenen Stärken und Schwächen im Hinblick auf ihr wissenschaftliches Arbeiten ein und gestalten einen weiterführenden Lernprozess, der es ihnen erlaubt, neue forschungsorientierte Aufgaben in den behandelten Forschungsdisziplinen oder anderen Forschungsdisziplinen zu bearbeiten. Gleichzeitig geben Studierende Kommilitonen wertschätzendes Feedback auf erbrachte Zwischenleistungen. Die Studierenden lernen und arbeiten mit anderen Studierenden gemeinsam an einzelnen Aufgaben des Seminars und übernehmen dabei im Team eine herausgehobene Verantwortung.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtbereich 2 Master of Science Management 2009 Methoden der Managementforschung Master of Science Management 20192 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Hausarbeit
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (50%) Hausarbeit (50%)

12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch Englisch
16	Literaturhinweise	Jeweils aktuelle kursspezifische Literatur

1	Modulbezeichnung 58063	Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung X Advanced methods of management research X	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Marketingseminar (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Andreas Fürst	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Andreas Fürst
5	Inhalt	Die Studierenden arbeiten sich in eine aktuelle Fragestellung in der Marketingforschung ein (z.B. auf den Gebieten Kundenmanagement, Industriegütermarketing und Vertriebspolitik).
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden können weitgehend eigenständig Forschungsfragen mit Hilfe qualitativer oder quantitativer Methoden beantworten. Die Studierenden können sich eigenständig Wissen über wissenschaftliche Fachthemen erschließen und dieses anwenden. Sie können wissenschaftliche Studien aus international referierten Marketingjournals kritisch reflektieren und Studienergebnisse in den Gesamtkontext einordnen sowie deren Beitrag zur wissenschaftlichen Forschung gewichten. Die Studierenden können eigenständige Ideen zur Lösung wissenschaftlicher Probleme entwickeln und verteidigen. Die Studierenden können die Ergebnisse ihrer Ausarbeitungen auf einem wissenschaftlichen Niveau präsentieren und bereichsspezifische wie auch übergreifende Diskussionen führen. Die Studierenden können im Hinblick auf die Anfertigung der Masterarbeit Ziele für die eigene Entwicklung definieren sowie eigene Stärken und Schwächen reflektieren.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Studien- und Prüfungsleistungen aller Pflichtmodule des 1. Semesters erfolgreich erbracht. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Pflichtbereich gehört, vorrangig behandelt.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Methoden der Managementforschung Master of Science Management 20192 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminararbeit
11	Berechnung der Modulnote	Seminararbeit (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch Englisch

Literaturangaben erfolgen durch den Lehrstuhl vor Beginn des Semesters.

1	Modulbezeichnung 58064	Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung XI Advanced methods of management research XI	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung XI (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer
5	Inhalt	Die Studierenden arbeiten sich in eine aktuelle Fragestellung der Marketingforschung ein (z.B. auf den Gebieten Dienstleistungsmarketing, Finanzdienstleistungsmarketing, Kunden- und Vertriebsmanagement).
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden können weitgehend eigenständig Forschungsfragen mit Hilfe qualitativer oder quantitativer Methoden beantworten. Die Studierenden können sich eigenständig Wissen über wissenschaftliche Fachthemen erschließen und dieses anwenden. Sie können wissenschaftliche Studien aus international referierten Marketingjournals kritisch reflektieren und Studienergebnisse in den Gesamtkontext einordnen sowie deren Beitrag zur wissenschaftlichen Forschung gewichten. Die Studierenden können eigenständige Ideen zur Lösung wissenschaftlicher Probleme entwickeln und verteidigen. Die Studierenden können die Ergebnisse ihrer Ausarbeitungen auf einem wissenschaftlichen Niveau präsentieren und bereichsspezifische wie auch übergreifende Diskussionen führen. Die Studierenden können im Hinblick auf die Anfertigung der Masterarbeit Ziele für die eigene Entwicklung definieren sowie eigene Stärken und Schwächen reflektieren.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Studien- und Prüfungsleistungen aller Pflichtmodule des 1. Semesters erfolgreich erbracht. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Pflichtbereich gehört, vorrangig behandelt.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Methoden der Managementforschung Master of Science Management 20192 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminararbeit
11	Berechnung der Modulnote	Seminararbeit (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester

15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch Englisch
16	Literaturhinweise	Literaturangaben erfolgen durch den Lehrstuhl vor Beginn des Semesters.

Vertiefungsbereich

1	Modulbezeichnung 65985	Advanced Business Analytics Seminar	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Advanced Business Analytics Seminar (0 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Annika Lurz Dr. Pavlina Kröckel	

4	Modulverantwortliche/r	Dr. Pavlina Kröckel
5	Inhalt	<p>The problems faced by decision makers in today's competitive business environment are complex and multi-faceted, and often require skills that go beyond theoretical data science knowledge. Solving such problems effectively requires the employment of a structured approach to business problem-solving.</p> <p>Advanced Analytics is defined by Gartner as "<i>the autonomous or semi-autonomous examination of data or content using sophisticated techniques and tools, typically beyond those of traditional business intelligence (BI), to discover deeper insights, make predictions, or generate recommendations.</i>"</p> <p>Advanced Analytics refers to the fields of Machine Learning, Predictive Analytics, Process Mining, Text Mining, and Social Network Analysis, to name a few. It is presumed that participants are familiar with the theoretical concepts from one or more of the mentioned data science areas. The focus of the seminar is on the application of those concepts on given use cases from industry.</p> <p>This course is mostly organized as a self-study. Work will be done in groups of three to five students.</p> <p>All topics are presented and explained in the kick-off session, as well as organizational issues and other relevant information.</p> <p>Teams will have to present their progress on the chosen topic.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Students gain practical skills in extracting and manipulating structured and unstructured data, executing methods for descriptive, predictive, or prescriptive analysis, and effectively interpreting and presenting analytic results. Thus, students do not only get hands-on technical experience but also gain domain knowledge and learn soft-skills relevant for data scientist (e.g., teamwork, critical thinking, storytelling).</p> <p>For students without technical knowledge, we will also offer topics requiring literature review, case study analysis or conceptual design. Whenever possible, we assign topics that are currently important for our cooperation partners.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>For the technical topics:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Students should have at least introductory level data mining and machine learning knowledge. • Preference is given to students who have taken the Business Intelligence lecture offered in the summer semester. <p>For non-technical topics: no pre-requisites.</p> <p>Registration via StudOn is required. The registration period is announced for each semester and all students who register in this</p>

		timeframe have equal chances to be admitted. Thus, an early registration does not guarantee a place in the seminar.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	<p>Seminarleistung</p> <ul style="list-style-type: none"> • The seminar is mostly organized online. Presence (online) is expected during the kick-off lecture in the beginning of the semester, the mid-term presentations and other appointments individually arranged with the topic supervisor. • Participation in the mid-term presentation is mandatory. If this condition is not fulfilled, further participation in the seminar will not be allowed.
11	Berechnung der Modulnote	<p>Seminarleistung (100%)</p> <p>The grade is based on the final presentation and participation and engagement during the semester.</p>
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	<p>Präsenzzeit: 30 h</p> <p>Eigenstudium: 120 h</p>
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Relevant literature will be given during the seminar.

1	Modulbezeichnung 54141	Advanced marketing management II: Advanced topics in marketing	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	Inhalt	The module discusses recent insights from research on consumer behavior. Building upon theoretical and conceptual fundamentals, students acquire an advanced understanding of how marketing measures impact consumer experience and behavior. Implications for the industry are illustrated by various practical examples.
6	Lernziele und Kompetenzen	Students can explain and apply fundamental as well as more advanced scientific evidence on the impact of marketing measures on consumer experience and behavior. They can interpret scientific studies, put them in context, and discuss them critically. Based on the acquired knowledge, students can independently derive practical implications and recommendations.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	none; Please note that only a limited number of students can take the course. For further information on course registration, please see our homepage.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten) Please note that the exam can only be taken during the summer term.
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., Pieters, R. (2023), Consumer Behavior, 8. Auflage, Cengage Learning.

1	Modulbezeichnung 58072	Advanced marketing management I: Service Marketing Advanced marketing management I: Services marketing	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Service Marketing (Master) (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer
5	Inhalt	In dieser Veranstaltung werden die Charakteristika von Dienstleistungen aufgezeigt und die Instrumente sowie Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings dargestellt und diskutiert. Es wird vertiefend auf einzelne Aspekte und aktuelle Forschungsergebnisse zum Dienstleistungsmarketing eingegangen. Studierende sollen im Rahmen der Veranstaltung insbesondere die Kompetenz erwerben, eine wissenschaftliche Fragestellung eigenständig zu bearbeiten, einen Lösungsvorschlag zu unterbreiten und zu verteidigen.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden können wissenschaftliche Grundlagen des Dienstleistungsmarketings sowie spezialisiertes und vertieftes Fachwissen erläutern, anwenden und bewerten. Im Besonderen können Sie in vertiefter und kritischer Weise zudem die Theorien, Terminologien, Besonderheiten, Grenzen und Lehrmeinungen des Faches Dienstleistungsmarketing erläutern, anwenden und reflektieren. Die Studierenden können eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher Probleme im Dienstleistungsmarketing entwickeln. Studierende können komplexe fachbezogene Inhalte klar und zielgruppengerecht präsentieren, in Diskussionen argumentativ vertreten, sowie das eigene Argumentationsverhalten in kritisch-reflexiver Weise erweitern.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Kernbereich gehört, vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminararbeit
11	Berechnung der Modulnote	Seminararbeit (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h

14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	<p>Wirtz, J., Lovelock, C. H. (2022): Services marketing: people, technology, strategy, 9. Aufl., Hackensack, NJ.</p> <p>Zeithaml, V.A., Bitner, M. J., Gremel, D. D. (2021): Services marketing: integrating customer focus across the firm, 4. Aufl. (europäische Edition), Dubuque.</p>

1	Modulbezeichnung 54162	Advanced marketing management IV	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer
5	Inhalt	Das strategische Marketing beinhaltet die langfristige Planung der Marketingmaßnahmen. In dieser Veranstaltung werden die Grundlagen des strategischen Marketings vorgestellt. Im Mittelpunkt stehen dabei die Instrumente des strategischen Marketings, wie z.B. Marktanalysen und Wettbewerbsstrategien. Praktische Erfahrungen im Bereich des strategischen Marketings werden den Studierenden durch die Teilnahme an einem Marketingplanspiel im Rahmen dieser Veranstaltung vermittelt.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden können wissenschaftliche Grundlagen sowie spezialisiertes und vertieftes Fachwissen des strategischen Marketings erläutern und anwenden. Im Besonderen können sie in vertiefter und kritischer Weise Theorien, Terminologien, Besonderheiten, Grenzen und Lehrmeinungen des Faches erläutern, anwenden und reflektieren. Studierende können eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher und praktischer Probleme im strategischen Marketing entwickeln und anhand eines Marketingplanspiels anwenden. Sie können komplexe fachbezogene Inhalte klar und zielgruppengerecht präsentieren, in Diskussionen argumentativ vertreten, sowie das eigene Argumentationsverhalten in kritischesreflexiver Weise erweitern.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Kernbereich gehört, vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminararbeit+Vortrag schriftlich/mündlich Seminararbeit und Präsentation im Rahmen der Fallstudienbearbeitung (als Gruppenleistung); Strategiekonzept und Reflexion im Rahmen des Planspiels (als Gruppenleistung)
11	Berechnung der Modulnote	Seminararbeit+Vortrag (50%) schriftlich/mündlich (50%) 50%: Seminararbeit (30%) + Präsentation (20%)

		50%: Strategiekonzept (30%) + Reflexion (20%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Backhaus, K., Schneider, H. (2020): Strategisches Marketing, 3., überarb. Aufl., Stuttgart. Benkenstein, M., Uhlrich, S. (2021): Strategisches Marketing: Ein wettbewerbsorientierter Ansatz, 4., erw. und aktual. Aufl., Stuttgart.

1	Modulbezeichnung 54171	Advanced marketing management V	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Andreas Fürst
5	Inhalt	In vielen Branchen (z.B. Konsumgüterbranche, Handel, verarbeitendes Gewerbe) findet ein wesentlicher Teil der Transaktionen zwischen Unternehmen und organisationalen Kunden (wiederum Unternehmen bzw. öffentliche Institutionen) statt. Die Veranstaltung verdeutlicht die Besonderheiten des Business-to-Business Marketing auf Nachfrager- und Anbieterseite. Die Studierenden lernen im Rahmen der Vorlesung zunächst Strukturen, Prozesse und Akteure auf B2B-Märkten kennen. Vor diesem Hintergrund entwickeln sie im zweiten Teil der Veranstaltung Lösungsansätze zu ausgewählten Fallstudien aus der Praxis.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden verfügen über vertiefendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen im Fach Business-to-Business Marketing. Sie können die Besonderheiten des Business-to-Business Marketings auf Nachfrager- und Anbieterseite erläutern und kritisch hinterfragen. Darüber hinaus können sie im Rahmen der Be- bzw. Erarbeitung von Fallstudien das in der Vorlesung vermittelte Wissen vertiefen und praktisch anwenden. Sie können neue Lösungskonzepte entwickeln und auf einem wissenschaftlichen Niveau verteidigen. Durch die Be- bzw. Erarbeitung der Fallstudien in Kleingruppen können die Studierenden kooperativ und verantwortlich arbeiten sowie das eigene Kooperationsverhalten in Gruppen kritisch reflektieren und erweitern.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine; Die Teilnehmendenzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Pflichtbereich gehört, vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur Fallstudie(n)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (50%) Fallstudie(n) (50%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch

Backhaus, K., Voeth, M. (2014), Industriegütermarketing, 10. Aufl., München.
Homburg, Ch. (2020), Marketingmanagement: Strategie Instrumente Umsetzung Unternehmensführung, 7. Aufl., Wiesbaden.

1	Modulbezeichnung 58081	Advanced marketing management VII	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Kundenmanagement (Master) (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Jochen Kossmann Christian Oswald	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Theoretische Grundmodelle des Kundenmanagements • Operative und strategische Prozesse der Kundenannäherung • Operative und strategische Prozesse der Kundengewinnung • Operative und strategische Prozesse der Kundenpflege • Management der Prozesse des Kundenmanagements
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden können wissenschaftliche Grundlagen sowie spezialisiertes und vertieftes Fachwissen anhand der Prozesse, Instrumente und Prinzipien des Kundenmanagements erläutern und anwenden. Im Besonderen können sie in vertiefter und kritischer Weise Theorien, Terminologien, Besonderheiten, Grenzen und Lehrmeinungen des Faches erläutern, anwenden und reflektieren. Studierende können eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher und praktischer Probleme im Bereich des Kundenmanagements anhand von Fallstudien entwickeln und anwenden.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Diller, H., Haas, A., Ivens, B. (2005), Verkauf und Kundenmanagement, Stuttgart.

1	Modulbezeichnung 57468	Agile Arbeitsweisen im Kontext Lateinamerikas Agile Project Management in the context of Latin America	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Im aktuellen Semester werden keine Lehrveranstaltungen zu dem Modul angeboten. Für weitere Auskünfte zum Lehrveranstaltungssangebot kontaktieren Sie bitte die Modul-Verantwortlichen.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Gian Luca Gardini
5	Inhalt	The seminar is offered every semester by the Chair of Prof. Gardini, Ph.D. It deals with agile forms of work organisation and the basics of cultural theory. The seminar discusses approaches on how agile management methods can be successfully applied in the intercultural context between Europe and Latin America. The methods Scrum and Kanban will be taught in detail. Furthermore we will discuss processes of change taking place within enterprises and companies and discuss elements fostering agile forms of working and managing. The seminar is very practice-oriented.
6	Lernziele und Kompetenzen	The students <ul style="list-style-type: none"> • acquire advanced methods of project management • learn methods of agile project management and its application in an intercultural context with a focus on Latin America • gain profound knowledge of and will be able to apply cultural theory as part of intercultural learning • will be able to recognize potentials and obstacles of agile management methods within companies
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	None
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Hausarbeit
11	Berechnung der Modulnote	Hausarbeit (100%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	

1	Modulbezeichnung 57387	AI and Data in Business and Management	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: AI & Data in Business and Management (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Lauren Mackintosh Dr. Lydia Mammen Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	

4	Modulverantwortliche/r	Dr. Lydia Mammen Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	Inhalt	In the seminar, which is supervised by Dr. Lydia Mammen (Vice President Data Analytics at adidas), the students work in groups on seminar papers on changing questions in the context of artificial intelligence, digital technologies, and data in business and management. The results are then presented, defended, and discussed at a final event.
6	Lernziele und Kompetenzen	The students work in groups largely self-directed and autonomous. They analyze complex business issues in the context of the management of artificial intelligence, digital technologies and data in organizations. For this purpose, the students collect empirical data and review existing (scientific) literature, if necessary, and decide largely independently on the methods of analysis to be used. The goal is the development, structuring and presentation of detailed and specialized knowledge based on the current state of knowledge on the respective topic. The developed results are then jointly presented by the group in the seminar and defended in front of Dr. Mammen and Prof. Dr. Voigt.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	None.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Projekt-/Praktikumsbericht Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Projekt-/Praktikumsbericht (50%) Präsentation (50%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	None

1	Modulbezeichnung 53551	Ambulantes Management I Outpatient management I	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Ambulantes Management I (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Kristina Kast	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	Inhalt	Die Veranstaltung beschäftigt sich mit der ambulanten Versorgung in Deutschland, wobei der Schwerpunkt auf der vertragsärztlichen Versorgung liegt. Konkret geht es hierbei beispielsweise um die beteiligten Akteure und deren Aufgaben, die verschiedenen Organisationsformen sowie um Fragen der Finanzierung und Vergütung. Die Beschäftigung mit den aktuellen Herausforderungen sowie den neuen Versorgungsformen (z. B. Besondere Versorgung, hausarztzentrierte Versorgung, usw.) bildet einen weiteren Themenkomplex. Diese Veranstaltung ist zum einen durch einen informativen Charakter geprägt, zum anderen trägt sie zum Aufbau des kritischen Denkens bei Studierenden im Rahmen des komplexen Gesundheitssystems bei. Sie verbindet außerdem die Theorie und Praxis und trägt so zu nachhaltigen Entwicklungen bei.
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erhalten einen detaillierten Einblick in die verschiedenen Facetten der ambulanten und integrierten Versorgung und können diese diskutieren und gegenüberstellen • können insbesondere die bestehenden Organisationsformen erläutern sowie die Entstehung neuer Versorgungsformen erklären und bewerten • verstehen die Finanzflüsse und die bestehenden Strukturen bzw. Institutionen im ambulanten Bereich und können diese hinterfragen
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch

16	Literaturhinweise	<ul style="list-style-type: none">• Busse, R., Schreyögg, J., Stargadt, T. (Hrsg.) Management im Gesundheitswesen, 5. Aufl. Berlin Heidelberg, 2022.• Weatherly, J.N., Seiler, R., Meyer-Lutterloh K., Schmid, E., Lägel, R., Amelung, V.E.: Leuchtturmprojekte Integrierter Versorgung und Medizinischer Versorgungszentren, Berlin, 2007.• Sozialgesetzbuch, insbesondere SGB V.• Amelung, V.E., Eble, S., Hildebrandt, H.: Innovatives Versorgungsmanagement, Berlin, 2011.
----	--------------------------	---

1	Modulbezeichnung 52810	Ambulantes Management II Outpatient management II	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten. Es besteht Anwesenheitspflicht.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	Inhalt	Im Mittelpunkt der Veranstaltung Ambulantes Management II stehen aktuelle Themenfelder der ambulanten und integrierten Versorgung (z. B. neue Versorgungsformen, usw.), wobei der Schwerpunkt auf Problemfeldern bzw. aktuellen Versorgungsherausforderungen (z. B. Sicherstellung der Versorgung im ländlichen Bereich, usw.) liegt. Ein weiterer Schwerpunkt der Veranstaltung behandelt die Vermittlung relevanter methodischer Kenntnisse (Systematische Literaturrecherche/ Review, Metaanalyse, usw.). Die Veranstaltung ist als Mischung aus herkömmlichen (Frontalvortrag) und neueren Lehrformen (z. B. Gruppenarbeit) konzipiert. Die Veranstaltung weist einen interaktiven Charakter auf, Themenstellungen müssen selbstständig erarbeitet und die erzielten Ergebnisse präsentiert werden. Die vorgestellten Ergebnisse werden schließlich mit den Mitstudierenden diskutiert und die Studierenden geben ihren Kommiliton(inn)en wertschätzendes Feedback.
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • verstehen und reflektieren die vermittelten Inhalte • können mit den erlernten Methoden umgehen und diese selbstständig auf Fragestellungen anwenden bzw. übertragen • können Literatur zu einem vorgegebenen Thema selbstständig erarbeiten und kritisch hinterfragen • können eine vorgegebene Themenstellung eigenständig bearbeiten und die Ergebnisse angemessen präsentieren • können von Studierenden vorgebrachte Ergebnisse angemessen bewerten und Feedback formulieren
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Pflichtveranstaltung Ambulantes Management I sollte vor diesem Modul belegt worden sein. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Die Anmeldung erfolgt per Mail an Lena.Jaegers@fau.de, der Anmeldezeitraum wird rechtzeitig bekannt gegeben.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Seminararbeit
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (30%) Seminararbeit (70%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester

13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Keine

1	Modulbezeichnung 52161	Angewandte empirische Gesundheitsökonomie Applied empirical health economics	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Blockseminar Angewandte Empirische Gesundheitsökonomie (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Harald Tauchmann	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harald Tauchmann
5	Inhalt	Das Projektseminar soll an die angewandte empirische Forschung im Bereich Gesundheitsökonomik heranführen. Hierfür stehen zwei Optionen zur Wahl. Zum einen die Replikation und ggf. Erweiterung einer empirischen gesundheitsökonomischen Forschungsarbeit, die von der BetreuerIn zugewiesen wird. Zum anderen kann eigenständig eine empirische Arbeit durchgeführt werden, die sich an jeweils einem Kapitel des Lehrbuchs Jones, A. et al. (2013): Applied Health Economics orientiert. Die einzelnen Kapitel des Buches behandeln jeweils eine Fragestellung der empirischen Gesundheitsökonomik, wie z.B. Inequality in health wobei im Vordergrund steht, wie Methoden der empirischen Wirtschaftsforschung und Ökonometrie (z.B. verallgemeinerte Lorenzkurven, Probitregression für geordnete Kategorien, Intervallregression) für die Auseinandersetzung mit der jeweiligen Fragestellung verwendet und mit der Software Stata® praktisch angewendet werden können. Die TeilnehmerInnen des Projektseminars arbeiten selbstständig (aber mit Unterstützung) im PC-Pool an ihrem Thema. Optional wird im Vorfeld ein Stata® Crashkurs angeboten, mit dem Stata-Kenntnisse erworben, aufgefrischt und vertieft werden können. Die TeilnehmerInnen schreiben eine Seminararbeit, in der sie ihr Vorgehen und Ihre Ergebnisse dokumentieren, und stellen diese in einem Blockseminar vor.
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • lernen für konkrete Fragestellungen der empirischen Gesundheitsökonomik relevante Methoden kennen und anzuwenden, bzw. vertiefen ihre in anderen Veranstaltungen erworbene Methodenkompetenz • erwerben die Kompetenz, eigenständig Forschungsfragen der empirischen Gesundheitsökonomie zu bearbeiten • lernen empirische Forschungsergebnisse darzustellen und zu diskutieren
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Solide Grundkenntnisse in Mikroökonomie und Grundkenntnisse der ökonometrischen Software Stata® sollten vorhanden sein. Zu Beginn der Veranstaltung wird optional ein Stata® Blockkurs angeboten.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Seminararbeit

11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (35%) Seminararbeit (65%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch Deutsch oder Englisch Englisch
16	Literaturhinweise	Jones A., Rice, N. Bago d'Uva, T. & Balia, S. (2013): Applied Health Economics, 2nd ed., Routledge.

1	Modulbezeichnung 56530	Asset liability management (Versicherungen) Asset liability management (insurance)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Nadine Gatzert
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung: Rahmenbedingungen im Finanzdienstleistungssektor; strategische Zielgrößen von Versicherungsunternehmen (Konzepte und Messung von Kennzahlen) • Asset Management: grundsätzliche Überlegungen; Risikostreuung in Theorie und Praxis; rechtliche Rahmenbedingungen; Chancen und Risiken von Investitionen in Infrastruktur und erneuerbare Energien unter Solvency II; strategische Aspekte der Kapitalanlagepolitik; Performancemessung; Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten in der Kapitalanlage • Liability Management: Ausgleich im Kollektiv; Chain Ladder Verfahren; Rückversicherungsformen; Alternativer Risikotransfer (u.a. Insurance Linked Securities, Cat Bonds) • Asset Liability Management für Versicherungen: Immunisierungsansätze (Cashflow und Duration Matching); Optimierungsstrategien; Szenarioanalysen und Dynamische Finanzanalyse; wissenschaftliche Forschungsarbeiten im Kontext des ALM • Cyber-Risiken im Kontext des ALM, Versicherbarkeit und Management von Cyber-Risiken • Umsetzung von Szenarioanalysen mit Monte-Carlo Simulation im Rahmen einer Excel-basierten ALM Case Study
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erlernen die grundlegenden und vertiefenden Konzepte des Asset Liability Managements eines Versicherungsunternehmens; • können Modellannahmen hinterfragen; • können die theoretischen Konzepte auf konkrete Fragestellungen anwenden; • können Monte-Carlo Simulation in Excel einsetzen, dabei ihre theoretischen Kenntnisse anwenden und eigenständig im Rahmen einer ALM-Simulationsstudie mit Szenarioanalysen umsetzen; • lernen interaktiv im Rahmen von Workshops in Gruppen aktuelle Fragestellungen im Kontext des ALMs zu strukturieren, zu erarbeiten und zu präsentieren; • entwickeln und vertiefen dabei ihre Kompetenzen in der Teamarbeit.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine

8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Die vorbereitende Literatur und auch die weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 56512	Bedürfnisse von Arbeitnehmer*innen - das Beispiel Diversity Needs of employees - the example of diversity	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Bedürfnisse von ArbeitnehmerInnen-das Beispiel Diversity (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Werner Widuckel	

4	Modulverantwortliche/r	Annika Ebert Prof. Dr. Werner Widuckel Doris Zinkl
5	Inhalt	Aufbereitung, Interpretation und Diskussion von aktuellen Themen und Studien zur Veränderung von Belegschaftsstrukturen als Herausforderungen für das Personalmanagement
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden lernen anhand aktueller Literatur, Themen und Studien, wissenschaftliche Befunde zu analysieren und zu interpretieren und hieraus mögliche Schlussfolgerungen für die Handlungsfelder des Personalmanagements zu ziehen. Zielsetzung ist die Befähigung zur kritischen Reflexion und Bewertung wissenschaftlicher Erkenntnisse und deren mögliche Aufnahme in die personalpolitische Praxis.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Grundkenntnisse der Handlungsfelder des Personalmanagements
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Hausarbeit Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Hausarbeit (70%) Präsentation (30%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Wechselnde aktuelle Forschungsliteratur

1	Modulbezeichnung 56780	Business ethics and corporate social responsibility Sustainability management, business ethics and corporate social responsibility	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	Inhalt	This course combines several perspectives on normative issues in business. First, we take a moral psychology perspective to understand how morality helps us solve certain problems, but also creates pitfalls in the modern world. Second, we develop an ethical framework for navigating contentious issues and supporting the search for constructive solutions. Third, we apply this framework to analyze how (why) social and environmental goals are (not) achieved at the macro level. We will pay particular attention to the role of markets and their regulation. Fourth, we take the perspective of the individual firm and ask whether and to what extent firms need to integrate moral issues into their value creation processes. In this context, corporate social responsibility can serve as a means to implement these moral issues. We will therefore take a closer look at CSR, its origins, development and instruments. We conclude the course by discussing various applications and cases.
6	Lernziele und Kompetenzen	Students: <ul style="list-style-type: none">• Are able to provide differentiated arguments on questions relevant to our society• Have skills to critically reflect current issues in business ethics and CSR• Know concepts that help to critically reflect the role of business in society• Understand the changing environment of companies• Are able to use dilemma structure as analytical tool• Understand the CSR discourse and its core concepts
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	None
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;4;6
9	Verwendbarkeit des Moduls	Wahlbereich Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192 Wahlpflichtbereich: Management foundations Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	elektronische Prüfung (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	elektronische Prüfung (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester

13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Provided via StudOn

1	Modulbezeichnung 57043	Business intelligence	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Freimut Bodendorf Dr. Pavlina Kröckel
5	Inhalt	We introduce a variety of topics which will give you a kick start in the field of data science and will help you to continue the learning path in other, more advanced courses. We teach the whole data science process (based on the industry-wide accepted CRISP model) from the business and data understanding to the deployment and management steps. Students get familiar with terms like data science, machine learning, and artificial intelligence, as well as available tools and technologies. You will learn what is behind the technology that powers everything from your shopping suggestions on Amazon to automatic systems like chatbots and self-driving cars. We teach you the most used machine learning algorithms right now: decision trees, neural networks, support vector machines, association rules (Apriori and FP Growth), clustering algorithms (k-Means, DBSCAN).
6	Lernziele und Kompetenzen	The students <ul style="list-style-type: none"> • Can describe important business intelligence and data science concepts, tools, and algorithms • Learn how to structure a data science project • Work on a practical exercise and apply the learned algorithms on a real-world dataset • Are able to evaluate a machine learning model and decide on its goodness of fit.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	None. The lecture is intended for students with no prior knowledge in data analytics.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (90 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch

1	Modulbezeichnung 53460	Change management	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Sebastian Junge
5	Inhalt	This module focuses on one of the most important management tasks: to achieve change in organizations. It deals with systematic approaches to influence individuals, teams and the organization as a whole in a desired way in order to develop a company from its current to a future state. The currently ongoing digital transformation makes this particularly worthwhile. Digitalization drives change and thus represents a great challenge, but also offers tremendous opportunities. The module provides participants with a systematic approach in order to (1) successfully initiate and implement organizational changes and (2) successfully guide an organization through a change process. Participants will be provided with theoretical concepts and practical tools for managing organizational change (e.g. research on cognitive biases, trait theory, motivation theory, affective events theory, emotional intelligence, and organizational ambidexterity).
6	Lernziele und Kompetenzen	At the end of this module, students are familiar with the tasks and challenges of managing change in organizations. The participants develop an understanding of the importance of successful leadership during organizational change as well as evaluate situations, which are related to organizational change.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	None
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtbereich 1 Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Bazerman, M., Moore, D.: Judgement in Managerial Decision Making, 8th ed., Hoboken 2017. Greenberg, J.: Managing Behavior in Organizations, 6th ed., Boston 2013. Kahneman, D.: Thinking, Fast and

Slow, 1st ed., New York 2013. Robbins, S., Judge, T.: Organizational Behavior, 17th ed., Boston 2017.

1	Modulbezeichnung 54324	Climate Policy	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Climate Policy (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Johan Lilliestam	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Johan Lilliestam
5	Inhalt	<p>Climate change is one of the big challenges of our time, touching all aspects of the environment and of society. There is broad recognition that governments must do something about it: the implication of the Paris Agreement and its 1.5 and 2 degrees targets is the complete elimination of greenhouse gas emissions from the energy system within the next 30 to 40 years.</p> <p>This is a very complicated problem. Fundamentally this is because it means doing something that humanity has never really tried before at a planetary scale: deliberately altering the ways we produce, convert, and consume energy. Modern society grew up on fossil fuels, and the huge benefits they offered in terms of energy that was inexpensive, easy and safe to transport, store and consume. How to manage a non-fossil world with 8 or 10 billion people, all aspiring to the Western living standards, is a question for which there is no easy answer.</p> <p>From a technical perspective, there are many answers, typically relying on a bouquet of solutions, from wind power to nuclear power, from solar heat to passive housing without any heat demand at all. The technical side of decarbonisation is difficult, but possible.</p> <p>The real nut to crack, however, is about the strategies and governance for how to achieve such a complete transformation: the policy side of climate and energy. This is very complicated, even if we – as we do in this course – exclude the non-energy aspects of the climate transition. Arguably a government could pass a law that forbids people from using fossil fuels. But politically this is unrealistic, at least while so many people depend on fossil fuels in their daily lives. And even worse, it is not certain that it would work, because the technological alternatives may not be available and implementable overnight. What is to be done? For this, one needs to turn to various ideas about what a government can and should do, whether and how it should influence and steer society. On the one hand are ideas suggesting that government should play a very limited role relative to private actors and should step in only to correct “market failures”, with “market-based” interventions designed specifically around that failure. On the other hand are ideas suggesting that government needs to guide the transition more directly, including through public investments or radical reforms, designed to support the solutions determined to be the ones we want. And on the third hand, if such a hand exists, are ideas posing that the problem is our own consumption patterns and that these, and economic growth in general, are entirely incompatible with climate protection: only consuming radically less will help. Such fundamental issues come to the fore in climate and energy policy discussions and debates. This course is about all that.</p>

		The course will meet once per week, with a reading before each class. Typically, this will be 1-3 articles, book chapters or reports on a topic related to the topic of the class, making the reading essential for the class. We will read two entire books, which will form the foundation for the seminar series, and each of the books will be the basis for essays to be written and handed in during the semester. The entire course will be the basis for the final essay, written in presence.
6	Lernziele und Kompetenzen	The goal is to give students the ability to evaluate energy and climate policy arguments made by politicians, experts, and academics with a critical eye, informed by knowledge of history, an understanding of the theoretical underpinnings and the empirically observed effects of different strategies. Students successfully finishing the course are able to understand and deconstruct the energy and climate policy debate that is currently raging in Germany, Europe and internationally, and create their own solutions. Thereby, she or he will be able to step into for example a research institute, an NGO or government agency involved in energy policy, policy analysis or political advocacy, and immediately be able to make an informed and creative contribution.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	None
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1;3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminararbeit
11	Berechnung der Modulnote	<p>Seminararbeit (100%)</p> <p>The grade is based on the grades of three essays:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Essays 1 (10%) and 2 (25%), each max 1000 words, written at home as open-book exams • Essay 3 (65% of the final grade), max 1500 words, will be written in presence as closed-book exam, on a given topic. <p>The topic will be known to students in advance.</p>
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	All required readings except the books will be supplied online. The books of Dryzek (Print), Nordhaus and Patt (e-books) are available from the library.

Books

Mandatory (as input for the essays):

- William Nordhaus (2015): The Climate Casino. Risk, uncertainty, and economics of a warming world, Yale University Press, New Haven.
- Anthony Patt (2015): Transforming Energy. Solving climate change with technology policy, Cambridge University Press, New York.

Recommended (selected chapters are mandatory for classes):

- John Dryzek (2021): The politics of the Earth, OUP Oxford, Oxford.

Mandatory reading for each class

Will be provided in online well in advance of each class.

1	Modulbezeichnung 53165	Consumer relationship marketing	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Andreas Fürst
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Theoretische Grundlagen, Konzept & Abgrenzung • Technologie, Software und Datenschutz • Kundenwert-Modellierung und Word of Mouth-Marketing • Praxisbeispiele & Cases Consumer Relationship Marketing • Zusammenarbeit mit einem hochrangigen CRM-Experten • Trends im Consumer Relationship Marketing
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden können Consumer Relationship Marketing (b2c) inhaltlich-konzeptionell klar einordnen und CRM (b2c) in seinen vielfältigen Facetten eindeutig abgrenzen zu verwandten Konzepten und Ansätzen. Sie können CRM (b2c) zudem in seiner daten-, technologie- und datenschutzbezogenen Komponente fundiert erläutern und kritisch reflektieren. Die Teilnehmenden können eigenständige Ideen und Konzepte zur Entwicklung und Anwendung von Consumer Relationship Marketing anhand von Fallstudien entwickeln und anwenden.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine; Die Teilnehmendenzahl ist begrenzt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Diskussionsbeitrag Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Diskussionsbeitrag (50%) Präsentation (50%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Cornelsen, Jens: Kundenwertanalysen im Beziehungsmarketing, Nürnberg 2000.

1	Modulbezeichnung 53430	Controlling of business systems	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Klausurenkurs: Klausurenkurs CBS (0 SWS) Vorlesung mit Übung: Controlling of Business Systems (4 SWS)	- 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Thomas Fischer	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Thomas Fischer
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Controlling von Wertschöpfungssystemen • Wertorientierte Kennzahlen • Kunden-Controlling • Anreizsysteme als Instrument zur Steuerung von Geschäftsbereichen • Unternehmerische Nachhaltigkeit • Digitalisierung und Controlling
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden kennen relevante Controlling-Instrumente, um die Geschäftsbeziehungen eines Unternehmens zu wesentlichen Stakeholdergruppen (Kapitalgeber, Kunden, Mitarbeiter) nachhaltig erfolgreich steuern, d. h. planen und kontrollieren, zu können.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Empfehlung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bachelor-Modul Kostenrechnung und Controlling • Bachelor-Modul Controlling of Business Development • Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. Aufl., Stuttgart 2016, Kapitel 1-6, 14 und 15.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtbereich 1 Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192 Wahlpflichtbereich: Finance & Controlling Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Fischer, T. M./Möller, K./Schultze, W.: Controlling, 2. Aufl., Stuttgart 2015

1	Modulbezeichnung 53700	Corporate Investment Controlling Corporate investment controlling	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Thomas Fischer
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Beteiligungscontrollings • M&A-Strategien • Beteiligungen und Reporting • Anreizsysteme im Beteiligungscontrolling
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden können Instrumente einschätzen, die Unternehmen für die strategische und operative Planung, Steuerung und Kontrolle von Beteiligungen einsetzen. Im Einzelnen kennen die Studierenden M&A-Strategien, Reporting von Beteiligungen und Anreizsysteme im Beteiligungscontrolling.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Empfehlung: <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Bilanzierung, • Grundlagen Investition und Finanzierung
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Wahlbereich 4: Management globaler Unternehmen Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	<ul style="list-style-type: none"> • Burger, A./Ulbrich, P./Ahlemeyer, N.: Beteiligungscontrolling, 2. Aufl., München 2010. • Schultze, W./Hirsch, C.: Unternehmenswertsteigerung durch wertorientiertes Controlling, München 2005. • Fischer, T. M./Möller, K./Schultze, W.: Controlling, 2. Aufl., Stuttgart 2015. • Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. Aufl., Stuttgart 2016.

1	Modulbezeichnung 53730	Corporate strategy	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Sebastian Junge Tobias Reif
5	Inhalt	This interactive course teaches the basic principles of strategic management at the corporate level (economic theories and multibusiness firms, value management, parenting advantage). In addition, elementary corporate management topics such as diversification and portfolio planning are addressed. In times of digital change, it is even more essential to identify suitable strategic initiatives in order to successfully strengthen and sustainably defend one's own position. In this context, measures such as mergers, acquisitions and divestments at group level will be discussed. Increased relevance is given to challenges that arise for corporations on the basis of the digital transformation. For this purpose, platform operators are analyzed as examples, but also dynamic industries such as financial services or the automotive sector are examined. The students work in teams on a current issue related to the above-mentioned content and develop a presentation and a case study.
6	Lernziele und Kompetenzen	At the end of the course, students will be able to <ul style="list-style-type: none"> • assess various concepts and instruments of strategic management at corporate level against the background of digital trends and current research findings and apply them to specific issues; • present complex issues in a structured way in front of third parties as well as find convincing solution proposals and defend them argumentatively; • develop a case study on a current issue from the field of corporate strategies and to prepare it in an application-oriented manner; • deepen their skills in teamwork; • deal rationally and responsibly with conflicts of interest and communication in the context of group work and to recognize differences in patterns of thought and action and use them to find solutions in a goal-oriented manner.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	The number of participants is limited to a maximum of 32 students.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Wahlbereich 4: Management globaler Unternehmen Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192

		Wahlpflichtbereich: Management foundations Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation/Hausarbeit
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation/Hausarbeit (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch oder Englisch Englisch
16	Literaturhinweise	Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen, 8. Aufl., Wiesbaden, 2014. Additional literature will be announced at the beginning of the course.

1	Modulbezeichnung 52500	Das Industrieseminar Seminar: Industrial management	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Das Industrieseminar (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Stefan Asenkerschbaumer Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Viktoria Horn	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	Inhalt	In dem Seminar, welches von Herrn Prof. Dr. Asenkerschbaumer, Vorsitzender des Aufsichtsrats der Robert Bosch GmbH und geschäftsführender Gesellschafter der Robert Bosch Industrietreuhand KG, begleitet wird, erarbeiten die Studierenden zu wechselnden Rahmenfragestellungen in Gruppen Seminararbeiten. Die Ergebnisse dieser werden dann vorgetragen, verteidigt und diskutiert.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden erarbeiten in Gruppen weitgehend selbstgesteuert und autonom Analysen zu komplexen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen im Kontext von Industrieunternehmen. Hierzu führen die Studierenden Dokumentanalysen, Literaturrecherchen und Experteninterviews durch und entscheiden weitgehend eigenständig über die zu verwendenden Analysemethoden. Das Ziel ist die Erarbeitung, Strukturierung und Darstellung von detailliertem und spezialisiertem Wissen auf dem aktuellen Erkenntnisstand zu der jeweils ausgeschriebenen Fragestellung. Die erarbeiteten Ergebnisse werden anschließend gemeinsam von der Gruppe in dem Seminar vertreten und vor Herrn Prof. Dr. Asenkerschbaumer und Herrn Prof. Dr. Voigt verteidigt.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Hausarbeit Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Hausarbeit (70%) Präsentation (30%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Kursspezifische Literatur

1	Modulbezeichnung 57490	Das Innovationsseminar Innovation management seminar	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Das Innovationsseminar (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Hannah Altenburg Daniel Krauss	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	Inhalt	In dem Seminar, welches vom Gründer und CIO (Chief Information Officer) von Flixbus (heute Flixbility GmbH), Herrn Daniel Krauss, begleitet wird, erarbeiten die Studierenden zu wechselnden Rahmenfragestellungen des Innovationsmanagements in Gruppen Seminararbeiten. Die Ergebnisse dieser werden dann im Rahmen von einer Abschlussveranstaltung vorgetragen, verteidigt und diskutiert.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden erarbeiten in Gruppen weitgehend selbstgesteuert und autonom Analysen zu komplexen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen im Kontext des Innovationsmanagements, insbesondere zu den Themen Business Model Innovation und Innovationsmarketing. Hierzu führen die Studierenden ggf. empirische Datenerhebungen und Literaturrecherchen durch und entscheiden weitgehend eigenständig über die zu verwendenden Analysemethoden. Das Ziel ist die Erarbeitung, Strukturierung und Darstellung von detailliertem und spezialisiertem Wissen auf dem aktuellen Erkenntnisstand zu der jeweils ausgeschriebenen Fragestellung. Die erarbeiteten Ergebnisse werden anschließend gemeinsam von der Gruppe in dem Seminar vertreten und vor Herrn Daniel Krauss und Herrn Prof. Dr. Voigt verteidigt.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Hausarbeit Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Hausarbeit (50%) Präsentation (50%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Kursspezifische Literatur

1	Modulbezeichnung 57469	Designing Information Systems for Behavior Change: Practical Applications	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Im aktuellen Semester werden keine Lehrveranstaltungen zu dem Modul angeboten. Für weitere Auskünfte zum Lehrveranstaltungsangebot kontaktieren Sie bitte die Modul-Verantwortlichen.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Verena Tiefenbeck
5	Inhalt	<p>Information systems increasingly provide the necessary tools to collect, analyze, and communicate data about individuals both in organizational and private contexts. This makes it possible to implement data-driven behavioral interventions using various devices including mobile phones, fitness trackers, or electricity smart meters. While some of these products successfully induce behavior change, others completely fail. The seminar introduces students to key concepts from behavioral economics and psychology and how to use them to build effective applications for behavior change in relevant domains including sustainability, healthcare or household spending.</p> <p>At the beginning of the semester, an introduction to the topic is provided and topics for the seminar thesis are assigned. During the semester, students work on their seminar thesis. The results are presented and discussed at the end of the semester.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>The research seminar prepares students for a master's thesis, so that they are able to answer a concrete research question in the field of digital transformation.</p> <p>More specifically, students</p> <ul style="list-style-type: none"> • Understand important behavioral theories • Get a first impression on theory testing • Relate the insights to practical challenges • Understand the limitations of the theories • Structure and plan a research-related assignment • Read and evaluate scientific publications • Write a scientific report • Use and cite literature sources • Present research findings to an audience
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	None
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminararbeit Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Seminararbeit (70%) Präsentation (30%)

12	Turnus des Angebots	Unregelmäßig
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Will be announced in class

1	Modulbezeichnung 55231	Design thinking und Produktdesign Design thinking and product design	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Markus Beckmann Prof. Dr. Peter Bican Annette Bilgram
5	Inhalt	<p>Was ist Design? Wie hängt Kreativität und Innovation mit Design zusammen? Welche Techniken und Tools gibt es hierfür? Mittels theoretischen Erklärungsmodellen, Vermittlung von Methoden und Prozessen sowie praktischen Anwendungen entlang einer prototypischen Produktentwicklung über das gesamte Semester werden diese Fragen detailliert erörtert und erprobt.</p> <p>Hierbei werden insbesondere folgende Themenkomplexe diskutiert:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Design als Disziplin • Design Thinking • Kreativitätstechniken und Kreativworkshops • Prototypen und Verfestigung • Designtheorie und Designgesetze • Verknüpfung von Design mit Produktentwicklung • Produktdesign analysieren und verstehen • Präsentieren und Pitchen • Business Modelle entwickeln <p>Das Seminar beinhaltet neben der Vermittlung von Theorien, Methoden und Prozessen auch ggfs. die Einbindung von Gastdozenten sowie eine oder mehrere Exkursionen.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden erwerben ein breites Verständnis für Design als Prozess, als Tätigkeit und als Phänomen in Wirtschaft und Gesellschaft. Sie können Designprozesse verstehen und im betrieblichen Umfeld begleiten. Sie haben Einblick in die Denkweise von Designern und können in interdisziplinären Gruppen mit ihnen sprechen und arbeiten. Teilnehmer lernen Design zu verstehen und zu interpretieren.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Interesse an Kultur, Interesse an interdisziplinärer Zusammenarbeit, Verständnis für nichtlineare, iterative & agile Prozesse, Verständnis zum Charakter der Zukunft und digitaler Transformation, Lust an der Neugierde und Tinkering.</p> <p>Aufgrund des didaktischen Konzepts ist die Teilnehmeranzahl auf maximal 20 Studierende begrenzt. Alle Informationen zu Bewerbungszeitraum und -prozess werden ca. einen Monat vor Semesterbeginn auf der Website des Lehrstuhls bekanntgegeben (www.tm.rw.fau.de).</p>
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232

10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Seminararbeit
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (50%) Seminararbeit (50%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch Englisch
16	Literaturhinweise	Brem, A.; Sproedt, H.: Same same but different: perspectives on creativity workshops by design and business. IEEE Engineering Management Review, 45(1), 2017, 27-31. Brem, A.; Brem, S.: Kreativität und Innovation im Unternehmen - Methoden und Workshops zur Sammlung und Generierung von Ideen, Schäffer-Poeschel, 2013. Dark Horse Innovation: Digital Innovation Playbook. Das unverzichtbare Arbeitsbuch für Gründer, Macher und Manager; 5. Auflage; Murmann Publishers GmbH Bill Moggridge: Designing Interactions, 2006; MIT PR Kampfer, K., Ivens, B., & Brem, A.: Multisensory innovation: Haptic input and its role in product design. IEEE Engineering Management Review, 45(4), 2017, 32-38. Lawson, B.: How Designers Think: The Design Process Demystified, Architectural Press, 4. Auflage, 2005.

1	Modulbezeichnung 56210	Digital change management	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Sven Laumer
5	Inhalt	Lecture: This module provides an organizational and social perspective of the digital transformation. It introduces theories and methods to analyze, visualize, and discuss challenges of the acceptance of the digital transformation. Case study: Using research methods (interviews, surveys) students should investigate a digital transformation project and analyze its design and acceptance. The results should be presented as an own case study (case study paper, presentation). The case study is conducted as group work.
6	Lernziele und Kompetenzen	Students can analyze, visualize and discuss consequences of the digital transformation for individuals and organizations as well as its implementation challenges. Students are able to design an implementation project to focus especially on end-users.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	None
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	schriftlich Klausur (60 Minuten) (schriftlich = Case Study)
11	Berechnung der Modulnote	schriftlich (50%) Klausur (50%) (schriftlich = Case Study - evaluated as a group)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 80 h Eigenstudium: 70 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Alter, S. (2013). Work System Theory: Overview of Core Concepts, Extensions, and Challenges for the Future. Journal of the Association for Information Systems, 14 (2), 72-121 Kotter, J.P. (2005). Out Iceberg is Melting. St.Martins Press, Kotter, J.P. (2010). Leading Change, Harvard Business Press Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G., and Davis, F. D. 2003. User acceptance of information technology: toward a unified view, MIS Q (27:3), pp. 425478.

1	Modulbezeichnung 57179	Digitalisierung der Wertschöpfungskette in der Industrie Digitalization of industrial value chains	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	Inhalt	In dem Seminar, welches vom ehemaligen CEO von Siemens Digital Industries, Herrn Helmrich, begleitet wird, erarbeiten die Studierenden zu wechselnden Rahmenfragestellungen der industriellen Digitalisierung in Gruppen Seminararbeiten. Die Ergebnisse dieser werden dann im Rahmen von einer Abschlussveranstaltung vorgetragen, verteidigt und diskutiert.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden erarbeiten in Gruppen weitgehend selbstgesteuert und autonom Analysen zu komplexen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen im Kontext der industriellen Digitalisierung. Hierzu führen die Studierenden ggf. empirische Datenerhebungen und Literaturrecherchen durch und entscheiden weitgehend eigenständig über die zu verwendenden Analysemethoden. Das Ziel ist die Erarbeitung, Strukturierung und Darstellung von detailliertem und spezialisiertem Wissen auf dem aktuellen Erkenntnisstand zu der jeweils ausgeschriebenen Fragestellung. Die erarbeiteten Ergebnisse werden anschließend gemeinsam von der Gruppe in dem Seminar vertreten und vor Herrn Helmrich und Herrn Prof. Dr. Voigt verteidigt.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Hausarbeit Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Hausarbeit (70%) Präsentation (30%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Kursspezifische Literatur

1	Modulbezeichnung 57471	Digital Marketing Digital marketing	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Digital Marketing (2 SWS) Übung: Digital Marketing ÜB (1 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Dr. David Schindler Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	Inhalt	In der Vorlesung analysieren die Studierenden, wie digitale Technologien das Marketing verändern und diskutieren aktuelle Erkenntnisse aus der Marketingforschung. Aufbauend auf einer umfassenden theoretischen Konzeption erwerben die Studierenden Kenntnisse über die Rolle digitaler Technologien im Marketing aus der Konsumenten- und Unternehmensperspektive. Best-Practice Beispiele von verschiedenen Unternehmen veranschaulichen die Auswirkungen digitaler Technologien im Marketing auf die Unternehmenspraxis.
6	Lernziele und Kompetenzen	In der Vorlesung werden relevante Kenntnisse, Perspektiven und Fähigkeiten vermittelt, um die Bedeutung digitaler Technologien im Marketing zu verstehen. Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> • in kritischer Weise Theorien, Terminologien, Besonderheiten und Grenzen des Einsatzes digitaler Technologien im Marketing erläutern, anwenden und reflektieren. • wichtige Chancen und Risiken beim Einsatz digitaler Technologien im Marketing identifizieren und evaluieren. • den Wert und die Auswirkungen digitaler Technologien im Marketing für Konsumenten, Unternehmen und Gesellschaft anhand aktueller wissenschaftlicher Publikationen analysieren und beurteilen. • aus einer ganzheitlichen Sichtweise forschungs- und praxisorientierte Fragestellungen zum Einsatz digitaler Technologien im Marketing auf Basis breiter und spezialisierter Forschungsmethodik ausarbeiten und bewerten.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (0%) Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester

13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	<p>Chaffey, Dave and Fiona Ellis-Chadwick (2022), Digital Marketing, Eighth edition. Upper Saddle River: Pearson.</p> <p>Grewal, Dhruv, John Hulland, Praveen K. Kopalle, and Elena Karahanna (2020), The Future of Technology and Marketing: A Multidisciplinary Perspective, Journal of the Academy of Marketing Science, 48 (1), 1-8.</p> <p>Hanlon, Annmarie (2022), Digital Marketing, Strategic Planning & Integration, London: Sage Publication.</p> <p>Kannan, P. K. and Hongshuang Alice Li (2017), Digital Marketing. A Framework, Review and Research Agenda, International Journal of Research in Marketing, 34 (1), 22-45.</p> <p>Yadav, Manjig S. and Paul A. Pavlou (2020), Technology-Enabled Interactions in Digital Environments: A Conceptual Foundation for Current and Future Research, Journal of the Academy of Marketing Science, 48 (1), 132-136.</p>

1	Modulbezeichnung 57508	Digital transformation project	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kathrin Mösllein Prof. Dr. Angela Roth
5	Inhalt	In this module, students will focus on developing and evaluating solutions for organizational challenges in the context of digital transformation. In doing so, they work together with organizations from various industries and gain in-depth experience in solving organizational problems using a systematic design science research process. Moreover, they will get familiar with empirical research methods and improve their presentation as well as writing skills.
6	Lernziele und Kompetenzen	The students <ul style="list-style-type: none"> • possess comprehensive, detailed, and specialized problem solving skills in the context of digital transformation • can independently plan and carry out design science research processes • can situationally identify, collect and analyze relevant organizational data • are familiar with the topic of digital transformation and its effects on organizational stakeholders
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	None
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192 Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminararbeit Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Seminararbeit (50%) Präsentation (50%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	
16	Literaturhinweise	Presented in class

1	Modulbezeichnung 53286	Economics of climate change (ECC)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Economics of Climate Change (ECC) (2 SWS) Vorlesung: Economics of Climate Change (ECC) (2 SWS)	- 5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Jonas Egerer Prof. Dr. Veronika Grimm	

4	Modulverantwortliche/r	Dr. Jonas Egerer Nima Farhang-Damghani Prof. Dr. Veronika Grimm
5	Inhalt	This course focuses on the interactions between society, the economy and climate change: one of the greatest challenges of our time. The course will discuss the origin of environmental challenges, technological options for their solution and policies to promote the transformation to a climate neutral economy and society. The following issues will be covered: <ul style="list-style-type: none"> • Welfare economics and the environment • Externalities and origins of the sustainability problem • Climate change and the greenhouse gas effect • Global climate scenarios • Economics of low-carbon technologies • Global and regional low carbon scenarios • Measures of climate resilience • Pollution control: Targets and policy instruments • International Cooperation: Kyoto Protocol and Paris Agreement • Applications of Climate Policy: EU-ETS and national CO2-tax • Case studies for the energy, heat and mobility sector
6	Lernziele und Kompetenzen	Students who participate in this course will become familiar with the physical science basis of climate change, economic concepts for the allocation of public goods, scenarios for low-carbon energy systems from an technological and an economic perspective, and policy instruments to reduce greenhouse gas emissions. Students who successfully participate in this module can: <ul style="list-style-type: none"> • Explain the physical basics of climate change • Understand economic concepts for public goods • Compare different low-carbon technologies • Describe pathways towards sustainable energy systems • Develop an understanding of climate resilience • Discuss different policy instruments • Understand the EU-ETS and national carbon taxes • Develop sector specific scenarios in case studies
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	To succeed in this course, students will need to apply acquired knowledge from e.g. economics and mathematics.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3

9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	schriftlich Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	schriftlich (50%) Klausur (50%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Natural Resource and Environmental Economics. Roger Perman et al. Addison Wesley.

1	Modulbezeichnung 53296	Economics of innovation	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten. Students are required to be present on the day when presentations will be held.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Markus Nagler
5	Inhalt	The lecture provides an introduction to economic issues of innovation and new ideas. The course first sets out general problems in the economics of innovation such as the public goods nature of ideas and the importance of innovation for economic prosperity. In the second part, the course discusses labor and personnel issues in innovation policy, for example the design of incentives for innovation. In the third part, the course analyses issues in intellectual property rights and public economics topics such as public funding of research or the role of universities.
6	Lernziele und Kompetenzen	Students know the key issues in the economics of innovation and the impacts of potential public policies to promote innovation. They are able to assess current research in the economics of innovation and are able to relate its results to fundamental policy questions in the area. Students are acquainted with important empirical approaches in the area.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Basic microeconomics, basic econometrics
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	schriftlich/mündlich Students will have to present one paper (potentially in groups) that picks up a topic from the lecture. In addition, students have to produce a referee report on a paper related to the topics of the lecture. I will provide a list of possible papers for both assignments in the first week of lectures.
11	Berechnung der Modulnote	schriftlich/mündlich (100%) Both assignments will be marked independently, with the final grade reflecting a weighted average of both single grades.
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	

16	Literaturhinweise	<ul style="list-style-type: none">• Bryan, Kevin and Heidi Williams (2021): Markets for innovation: Market failures and public policies, Handbook of Industrial Organization 5(1):281-388, Chapter 13• Bloom, Nicholas, John Van Reenen and Heidi Williams (2019): A Toolkit of Policies to Promote Innovation, Journal of Economic Perspectives 33(3): 163-184• Scotchmer, Suzanne. Innovation and incentives. MIT press, 2004.
----	--------------------------	--

1	Modulbezeichnung 52170	Einführung in das Genossenschaftswesen Introduction to cooperative systems	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Einführung in das Genossenschaftswesen (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Matthias Wrede Prof. Dr. Richard Reichel	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	Inhalt	Gegenstand der Veranstaltung ist die wissenschaftliche Betrachtung der Rechts- und Unternehmensform Genossenschaft aus betriebs- und volkswirtschaftlicher Sicht.
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden erlangen ein generelles Verständnis für das Modell Genossenschaft und dessen historischen Background. Zusätzlich erhalten die Studierenden einen Einblick in die verschiedenen Geschäftsfelder in denen Genossenschaften vertreten sind und analysieren deren Vorteile in diesen Bereichen.</p> <p>Insbesondere sind die Studierenden in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Entwicklung der Genossenschaften nachzuvollziehen, • die Rolle von Genossenschaften in der Bundesrepublik Deutschland zu reflektieren, • die Vor- und Nachteile der Rechts- und Unternehmensform eG gegenüber anderen Personen und Kapitalgesellschaften einzuschätzen, und • die Gründungsvoraussetzungen einzuordnen. <p>Zur Verdeutlichung der dargestellten Sachverhalte be- bzw. erarbeiten die Studierenden Lösungsansätze zu ausgewählten Frage- und Problemstellungen aus der Praxis.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3;5;7
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Klausur (90 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (50%) Klausur (50%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Kursspezifische Literatur

1	Modulbezeichnung 53285	Empirical environmental economics	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Empirical Environmental Economics (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Mario Liebensteiner	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Mario Liebensteiner
5	Inhalt	This module provides an introduction to focal issues of environmental economics with a particular focus on empirical investigations. The module sets out to make students familiar with state-of-the-art econometric research methods in environmental economics. Key issues will be carbon emissions from the energy and transportation sectors, carbon pricing, integration and subsidization of renewable energies, and the effectiveness of different climate policies.
6	Lernziele und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> Students get to know fundamental problems of environmental economics (e.g. problems of air pollution from burning fossil fuels, integration of renewable energy sources, and effective policy making) Students get to know recent econometric approach
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Basic microeconomics Basic econometrics (at least multivariate OLS regressions)
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Klausur (90 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (20%) Klausur (80%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 60 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Journal articles and other relevant reading materials: will be distributed to course participants via StudOn Wooldridge, J.M. 2012 Introductory Econometrics: A Modern Approach. South-Western Cengage Learning.

1	Modulbezeichnung 54323	Energy policy instruments for deep decarbonisation	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Energy policy: instruments for deep decarbonisation (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Johan Lilliestam	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Johan Lilliestam
5	Inhalt	<p>Climate change is one of the big political challenges of our time. It has been on the political agenda for some 30 years, in an increasing number of countries. With the Paris Agreement, almost all countries have committed themselves to contributing their share to limiting the global temperature to well below 2 degrees, implying a commitment to a carbon-neutral global economy by mid-century.</p> <p>In terms of emission reductions, one cannot say that it has gone well: globally, GHG emissions are still increasing. To a large extent, this ongoing increase is presently caused by economic growth and industrial development in emerging countries, causing a hunger for energy that is often fed with fossil energy, including oil for the growing transport systems and coal or gas power for the power grids.</p> <p>In the industrialised world itself, however, emissions often decrease. In Europe, for example, GHG emissions have decreased by some 20% compared to 1990, and the European Union met its 2020 climate target. Evidently, it is possible to bend the emissions curve. Particularly the energy sector – responsible for some 2/3 of global greenhouse gas emissions – starts seeing radical changes, both through the rise of renewable energy technologies and efficiency measures. In Europe, at least some policy efforts appear to have worked: emissions and energy demand are decreasing, and European (together with a handful of other countries') policies have contributed to making renewables technologically and economically viable, putting Europe and all other countries in a position where complete energy system decarbonisation may be feasible.</p> <p>In this course, we will explore the instrumentation of climate policy in the energy sector, especially on the European and national levels. The course will centre on historical and prospective policy analysis of energy policy instruments, drawing on concepts, theories and evaluation frameworks from various disciplines, including political science and environmental, behavioural and evolutionary economics. We will go far beyond the conventional description of "climate policy" as global treaties and carbon pricing, and look at the broad set of policy instruments that affect the chances to decarbonise energy, with a focus on the European context. In this course, we will</p> <ul style="list-style-type: none"> • create policy solutions to take us from today's fossil-based system to a carbon-neutral energy future in Europe, by • investigating different types of energy policy instruments, their theoretical roots and expected effects; • analysing the actual performance of these instruments through case studies of both successful and failed historical cases, in order to understand how instrument design affects success

		<p>chances, but also how instruments differ in both scope and aim;</p> <ul style="list-style-type: none"> learning how instruments interact in a policy mix, each performing a specific task and contributing to a successful energy transition. <p>The course is designed in a flipped classroom approach, with extensive preparations needed – both reading and watching the input presentations for each class (see below) – and entirely interaction-based meetings in class. In the class meetings, we will be working together to draw lessons from the input presentations and to solve case problems taken from real-world situations in European energy policy, from heat decarbonisation in Finland to wind power deployment in France, from electric car chargers in Berlin to building bikelanes in Amsterdam.</p> <p>The main input format for each seminar day will be presentations by students, for each block 3-5 presentations (depending on the number of students) of 15-20 minutes each, focusing either on the theoretical embedding of the class or on describing and evaluating real-world cases in which the instrument has been implemented. The presentations will be graded, making up a part of your final grade. All will receive written feedback from me, as I believe this is essential for learning and improving presentation skills.</p> <p>These presentations will be recorded by the students and the videos made available at least 3 days before each class day. Instead of sitting through 1-1.5 hours of presentations on each seminar day, which would be tiring for all, we “shift” this time to before the actual meeting, so that the 4.5 hours of each (double) seminar each physical meeting will instead be around 3 hours minutes, so from 13.15 to approximately 16.45 (including coffee). It does not reduce the workload or teaching time, but it does increase the flexibility in preparing for class.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	Students understand the breadth of the climate and energy policy field, the diversity of instruments, and know how the main instrument types work and interact. They are able to identify a policy and allocate it to the appropriate theoretical roots. Students are able to evaluate whether a policy is likely to achieve its aims, informed by knowledge of the functioning, efficiency and effectiveness of similar policies elsewhere or in the past, and can suggest alternative or complementing policies for achieving a particular energy policy goal. Students are able to generalise and combine knowledge about the barriers to decarbonisation in various energy sectors and the barriers addressed by specific policy instruments as applied in cases discussed in class, in order to create own suggestions for decarbonisation of any energy sector or geographic context.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	None
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1;3

9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	mündlich
11	Berechnung der Modulnote	<p>mündlich (100%)</p> <p>The grading will be based to 1/3 on your presentation grade and 2/3 of an oral exam grade.</p> <p>Each student will receive an individual presentation grade and feedback, but the presentation grade will also consist (25%) of the coordination of the group of presentations of each session as a whole.</p> <p>The course will end with an oral exam of 15-20 minutes, counting 2/3 towards the final grade. At this exam, each student will be given case to solve (in advance), prepare a solution, briefly summarise it and defend it. Each case will be of the format "given the policies COUNTRY has in place to decarbonise SECTOR, what should it do – to complement or replace the existing policy mix – in order to reach the 2030 target and enter a path to carbon neutrality by mid-century?"</p>
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	<p>Präsenzzeit: 45 h</p> <p>Eigenstudium: 105 h</p>
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	<p>There will be substantial reading required in preparation of each class, consisting both of academic literature and of primary policy texts. A book (M. Grubb: <i>Planetary Economics</i>) will accompany us throughout the semester. This book is available as an open access ebook. The full list of mandatory readings will be available on the course page.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <ul style="list-style-type: none"> ◦ Michael Grubb (2014): <i>Planetary Economics</i>, Routledge. • <ul style="list-style-type: none"> ◦ Reading list and texts will be provided when the semester starts. • <ul style="list-style-type: none"> ◦ An initial set of suggested readings will be recommended, but students will need to do their own research of both the theory and empirics of the case studies.

1	Modulbezeichnung 56270	Financial engineering and structured finance	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Hendrik Scholz
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Darstellung und Bewertung von Aktien-, Zinssatz- & Bondoptionen • Strukturierter Produkte im Fixed Income und Equity Bereich • Kapitalstruktur und Optionspreistheorie • Darstellung und Bewertung von Kreditderivaten
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erarbeiten sich ein tiefgehendes Wissen über Aktien-, Zinssatz- und Bondoptionen, können deren Einsatzmöglichkeiten beurteilen und ihren Wert bestimmen. • wenden zentrale Kenntnisse der Optionspreistheorie an, um Bestandteile komplexer, strukturierter Fixed Income- und Equity-Produkte zu analysieren, diese zu bewerten und deren Wertbeitrag für Kunden einer Bank zu evaluieren. • können unter Berücksichtigung von Kundenpräferenzen eigenständig innovative Finanzprodukte entwickeln. • sind in der Lage die Positionen Eigen- und Fremdkapital von Unternehmen auf Basis der Optionspreistheorie zu bewerten. • können Instrumente zum Kreditrisikotransfer erläutern und deren Einsatzmöglichkeiten kritisch hinterfragen.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Hull, John C.: Options, futures and other derivatives

Weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

1	Modulbezeichnung 53610	Finanzierungsmanagement von Start-up Unternehmen Start-up finance management	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Im aktuellen Semester werden keine Lehrveranstaltungen zu dem Modul angeboten. Für weitere Auskünfte zum Lehrveranstaltungsbereich kontaktieren Sie bitte die Modul-Verantwortlichen.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	Inhalt	Die Finanzierung ist für Start-up Unternehmen von entscheidender Bedeutung. Ziel des Kurses ist es, umfassendes Wissen in den typischen Finanzierungsbedarf in der Vorgründungs- und Gründungsphase und der verschiedenen öffentlichen und privaten Finanzierungsangebote zu erhalten. Dabei werden Schwerpunkte auf den Rahmenbedingungen der Finanzierung, auf die Kennzahlenanalyse, den Finanzierungsprozess und die Finanzierungsphase an sich gelegt.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden kennen elementare Voraussetzungen für eine Finanzierung in der Start-up-Phase. Außerdem evaluieren sie strategische Fragestellungen beim Management von Start-up Unternehmen und die dazu gehörenden wesentlichen Managementaufgaben (z.B. Finanzplanung, Anwendung von Finanzierungsinstrumenten, IPO). Dabei müssen die Studierenden unter anderem selbstständig real-existent Fallstudien aus strategischer finanzieller Sicht ausarbeiten und im Rahmen der Veranstaltung diskutieren und interpretieren, um selbstständig die finanzielle Lage eines Unternehmens beurteilen zu können und mögliche Handlungsalternativen konzipieren zu können.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Wahlbereich 2: Management von Start-up Unternehmen Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nicht in diesem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester

15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Börner, C. J. et al.: Entrepreneurial Finance, Heidelberg, 2005. Nathusius, K.: Gründungsfinanzierung, Frankfurt, 2003.

1	Modulbezeichnung 53770	Finanz- und Bankmanagement Financial and bank management	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Finanz- & Bankmanagement (MA) (2 SWS) Übung: Finanz- & Bankmanagement Übung (1 SWS)	5 ECTS -
3	Lehrende	Prof. Dr. Hendrik Scholz	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Hendrik Scholz
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Klassische Ansätze zum Management von Marktzinsrisiken • Darstellung und Bewertung moderner Finanzinstrumente und Finanzprodukte (z.B. Optionen, Futures, Forwards und Swaps) • "Value at Risk" zur Messung finanzieller Risiken • Aufbau und Funktion von Finanzsystemen • Steuerungssysteme für Finanzunternehmen
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • ermitteln Zinsrisiken von Anleiheportfolios und beurteilen Instrumente zur Reduktion von Zinsrisiken und deren Einsatz aus Kundensicht. • können diverse Fixed-Income Produkte wie Kupon-Anleihen, Floating Rates Notes und Zinsswaps bewerten und deren Chancen-Risiko-Profile beurteilen. • bestimmen die Kennzahl "Value at Risk" für Portfolios und unter Anwendung verschiedene Konzepte der Volatilitätsschätzung. • können den generellen Aufbau und die Funktion des Banken- und Finanzsystems erläutern • beurteilen auf Basis der Marktzinsmethode die Geschäftspolitik einer Bank.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Wahlbereich 5: Dienstleistungsmanagement Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch

16

Literaturhinweise

Hartmann-Wendels, T. / Pfingsten, A. / Weber, M.: Bankbetriebslehre, Berlin u.a.

Weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 53710	Foundations of international management I	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Foundations of International Management I (1 ECTS, Seminar) (1 SWS) Vorlesung: Foundations of International Management I (2 SWS)	1 ECTS 4 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	Inhalt	1. Environment of International Management: History and Major Trends 2. Theoretical and Conceptual Foundations of International Management 3. Theories of Internationalization 4. Strategic Management in International Corporations.
6	Lernziele und Kompetenzen	The participants understand and analyze typical management problems of international firms. The participants will get to know modern theories and methods of international management and will be able to apply these to practical problems. They get a detailed overview of the current state of international management research and are able to evaluate theoretical and empirical studies in this area critically.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	English language proficiency (C1)
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Wahlbereich 4: Management globaler Unternehmen Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Report Präsentation <i>Details for the examination for the lecture: Report (6 pages)</i> <i>Details for the examination for the seminar: Oral presentation (attendance mandatory)</i>
11	Berechnung der Modulnote	Report (80%) Präsentation (20%) <i>Details: Report (Lecture): 80%; Presentation (Seminar) 20%</i>
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Holtbrügge, D. & Welge, M.K. (2020). International Management. Mimeo, Nürnberg (chapters 1-4). Holtbrügge, D. & Haussmann, H. (eds.) (2017). Internationalization Strategies of Firms. Case Studies

from the Nürnberg Metropolitan Region. 2nd edition. Augsburg-München: Hampp.

1	Modulbezeichnung 53720	Foundations of international management II	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Foundations of International Management II (1 ECTS, Seminar) (1 SWS) Vorlesung: Foundations of International Management II (2 SWS)	1 ECTS 4 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge Maxim Grib	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	Inhalt	1. Organization of International Corporations 2. Human Resource Management in International Corporations 3. Public Affairs Management in International Corporations
6	Lernziele und Kompetenzen	The participants understand and analyze typical management problems of international firms. The participants will get to know modern theories and methods of international management and will be able to apply these to practical problems. They get a detailed overview of the current state of international management research and are able to evaluate theoretical and empirical studies in this area critically.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Successful attendance of Foundations of International Management I English language proficiency (C1)
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Wahlbereich 4: Management globaler Unternehmen Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Report <i>Details for the examination for the lecture: Report (6 pages)</i> <i>Details for the examination for the seminar: Oral presentation (attendance mandatory)</i>
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (20%) Report (80%) <i>Details: Report (Lecture): 80%; Presentation (Seminar) 20%</i>
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Holtbrügge, D. & Welge, M.K. (2020): International Management. Mimeo, Nürnberg (chapters 5, 6 & 8). Holtbrügge, D. & Haussmann, H. (eds.) (2017). Internationalization Strategies of Firms. Case Studies

from the Nürnberg Metropolitan Region. 2nd edition. Augsburg-München: Hampp.

1	Modulbezeichnung 56790	Gesundheitsökonomie I Health economics I	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Ü: Gesundheitsökonomie I (1 SWS) Vorlesung: VL: Gesundheitsökonomie I (2 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Franz Josef Zorzi Prof. Dr. Harald Tauchmann	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harald Tauchmann
5	Inhalt	Die Veranstaltung betrachtet das Gesundheitswesen aus mikroökonomischer Perspektive. Den Schwerpunkt der Veranstaltung bildet die Betrachtung von Krankenversicherungsmärkten und ihrer spezifischen Unvollkommenheiten, und Probleme (adverse Selektion, Moral Hazard, Risikoselektion), die sich aus den besonderen Eigenschaften des Gutes Gesundheit ergeben. Aus dieser Betrachtung werden Anforderungen an die Gestaltung eines Gesundheitssystems abgeleitet. Studierende sollten die Bereitschaft mitbringen, sich vertieft mit mikroökonomischen Modellen zu beschäftigen.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erwerben fundiertes ökonomisches Wissen über das Gesundheitswesen, insbesondere bzgl. Krankenversicherungsmärkten, • analysieren die Besonderheiten von Gesundheitsmärkten im Rahmen theoretischer Modelle, • überprüfen deren Validität anhand empirischer Studien
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Grundkenntnisse in Mikroökonomie und Ökonometrie sollten vorhanden sein.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (90 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Breyer, F., Zweifel, P. & Kifmann, M. (2013): Gesundheitsökonomik, 6. Aufl., Springer. Sloan, F.A. & Hsieh, C.R. (2012): Health Economics, MIT Press. Folland, Sh., Goodman, A. & Stano, M. (2009): The Economics of Health and Health Care, 6th int. ed., Prentice Hall.

1	Modulbezeichnung 52850	Gesundheitsökonomische Evaluationen II Health economic evaluations II	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Gesundheitsökonomische Evaluationen II (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Oliver Schöffski	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	Inhalt	Die Thematik wird in dieser Veranstaltung aufbauend auf der Grundlagenveranstaltung im 1. Semester weiter vertieft. Insbesondere werden hier die Methoden der Lebensqualitätsmessung behandelt und kritisch diskutiert. Weiterhin werden Modellierungen in Form von Entscheidungsbäumen und Markov-Modellen theoretisch und praktisch durchgeführt. Fallbeispiele runden diese Veranstaltung ab.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • verstehen die Problematik und die Relevanz der Messung von Lebensqualitätseffekten • können entsprechende Lebensqualitätsmessungen eigenständig durchführen • sind in der Lage verschiedene Modellierungsansätze beurteilen zu können • können einfache Modellierungen selbst konzipieren, durchführen und die Ergebnisse interpretieren.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Pflichtveranstaltung Gesundheitsökonomische Evaluationen I sollte vor diesem Modul belegt worden sein.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur mit MultipleChoice (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur mit MultipleChoice (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Schöffski / Graf von der Schulenburg (Hrsg.): Gesundheitsökonomische Evaluationen, 3. oder 4. Aufl., Berlin u. a., 2007, 2008 oder 2012.

1	Modulbezeichnung 55300	Global logistics and supply chain management	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann
5	Inhalt	Im ersten Teil der Veranstaltung wird über die Bedeutung, Trends und Zielsetzung der Logistik und des Supply Chain Management referiert. Der zweite Abschnitt der Vorlesung wendet sich dem Management logistischer Systeme zu, dabei wird der Fokus auf Lagerbestände, Servicelevels und deren Konsequenzen für die unternehmensinterne und unternehmensübergreifende Logistik gelegt. Vertieft werden Ansätze, um Lieferketten effizient und erfolgreich zu gestalten und zu managen. Hierbei wird der Fokus auf auftretende Probleme sowohl von der unternehmensinternen, wie auch der unternehmensexternen Perspektive gesetzt. Ergänzende Gastvorträge von Referentinnen bzw. Referenten aus der Praxis geben einen Überblick über die Vielfalt der Problemstellungen.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden beherrschen die Grundlagen des Supply Chain Managements. Sie identifizieren die Zusammenhänge und Schwierigkeiten im Supply Chain Management. Die Studierenden beherrschen Hilfsmittel und Ansätze, um eine globale Lieferkette effizient und erfolgreich zu steuern.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Produktions- und Supply Chain Management
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Wahlbereich 6: Supply Chain Management Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur mit MultipleChoice (60 Minuten) Fallstudie(n)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur mit MultipleChoice (70%) Fallstudie(n) (30%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Wird im Kurs bekanntgegeben

1	Modulbezeichnung 53651	Global operations strategy	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Global Operations Strategy (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Viktoria Horn	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	Inhalt	<p>During the past decades, operations have become increasingly international or even global in nature. Drivers of the globalization include increased competitiveness through offshore manufacturing and global sourcing.</p> <p>During this module, the increasing complexity and the challenges of operations on a global scale will be discussed together with the participants. The theory modules at the beginning structure the options of a general operations strategy and illustrate its implementation in the organization.</p> <p>The subject specific modules, elaborated by the participants, enable a profound understanding of single activity areas of global operations and their relation to the global operations strategy. Therewith the students will get insights in the importance of an integrated global operations strategy and will become familiar with the main strategic options in this field.</p> <p><i>All participants have to register in advance on StudOn! The registration for GOS on StudOn starts in early October. The number of participants is limited to 70.</i></p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Participation in the first seminar session is mandatory, as the topics for the teamwork are chosen during this session by the participants.</p> <p>In the following weeks, based on own research using scientific sources, key topics are elaborated in teams. Following predefined learning targets, the students need to structure the elaborated content in an academic presentation and present their results in class. Thereby, the teams are responsible for developing a didactic concept in order to support the understanding of the discussed topics. Furthermore, the participants are required to document their research method as well as their results. After the course, the participants are able to discuss the functions and impact of operations management in an international context.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	None
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	<p>Wahlbereich 3: Management industrieller Unternehmen Master of Science Management 2009</p> <p>Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192</p> <p>Wahlpflichtbereich: Management foundations Master of Science Management 20232</p>

10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Abele, E. et al. (2008): Global Production. A Handbook for Strategy and Implementation. Berlin: Springer. Reid, R. D. & Sanders N. R. (newest ed.): Operations Management. Hoboken: Wiley & Sons. Slack, N. & Lewis, M. (newest ed.): Operations Strategy. Harlow: PrenticeHall.

1	Modulbezeichnung 55291	Global retail logistics	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: vhb-GRL (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Christoph Küffner Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann
5	Inhalt	<p>This e-learning course offers specific insights on the logistic processes in the global retail industry. Upon completion of the course, the students should understand the peculiarities of logistics for fast moving consumer goods. Every module consists of an interactive lecture and script. Additional material and exercises enhance the presented topics further. As the entire lecture, the readings, the additional material and the exam is in English, proficiency in German is not necessary.</p> <p>The course is supposed to provide the students with the following content concerning the global retail industry:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Module 1: Overview • Module 2: Characteristics & basics • Module 3: Trends & challenges • Module 4: Point of sale & E-Commerce • Module 5: Interfaces • Module 6: Load units & transport logistics • Module 7: Cross docking • Module 8: Warehousing & distribution • Module 9: Food supply chain • Module 10: Sustainability in retail logistics
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>The following learning objectives are anticipated:</p> <ul style="list-style-type: none"> • You will be able to define the topic of retail logistics and describe its specific requirements. • You will be able to report the retail industry specific peculiarities relating to the usage of logistics processes. • You will be able to use the relevant methods of planning, controlling and monitoring of logistics processes in the retail industry. • You will be able to analyse various retail-specific characteristics in the use of logistics processes and assess their application in a practical context. • You will be able to apply the most important principles of global retail logistics, to manage logistic processes while solving the questions of supply, distribution, transport and storage of goods. • You will be able to work creatively, generate new ideas, and solve problems regarding retail logistics in an international context, international interaction and cooperation, while accepting social and ethical responsibility. • You will be able to manage, organise and discipline yourself, and plan your time independently.

		<ul style="list-style-type: none"> • You will be able to demonstrate the ability to engage in critical thinking by analysing complex situations thus concluding and selecting viable solutions to solve problems.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>“Registration via vhb (www.vhb.org) is necessary in order to gain access to the StudOn e-learning platform.</p> <p>English language proficiency (C1)</p> <p>Prior completion of the course “Produktions- und Supply Chain Management” is recommended.”</p>
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur mit MultipleChoice (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur mit MultipleChoice (100%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	<p>Präsenzzeit: 1 h</p> <p>Eigenstudium: 149 h</p>
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Will be announced during the course

1	Modulbezeichnung 55530	Hauptseminar Finance Advanced seminar: Finance	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Hauptseminar: Hauptseminar Finance (2 SWS) Die Anwesenheit in der Lehrveranstaltung ist Voraussetzung für die Prüfungsteilnahme.	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Hendrik Scholz	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Hendrik Scholz
5	Inhalt	Verschiedene wechselnde Themenbereiche aus dem Bereich Finanzierung
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • arbeiten in Gruppen selbstständig Analysen zu aktuellen Forschungsbereichen aus. • erstellen auf Basis wissenschaftlicher Methoden und aktueller englischer Fachliteratur eigenständig einen Lösungsvorschlag zu einer aktuellen Forschungsfrage. • wenden zuvor in Vorlesungen erworbene theoretische Kenntnisse an und erarbeiten sich selbstständig neues Fachwissen. • analysieren mit Hilfe statistischer Verfahren einen aktuellen Datensatz. • geben und erhalten im Rahmen interaktiver Präsentationen der Arbeitsergebnisse ein wertschätzendes Feedback über die erbrachte Leistung.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Workshop Capital Markets Research oder Workshop Finance, Financial Engineering und Structured Finance
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	<p>schriftlich/mündlich Seminararbeit (ca. 15 Seiten, tw. in Gruppenarbeit) und Präsentation/Präsentationspapier (tw. in Gruppenarbeit) und Diskussionsbeitrag <i>Es handelt sich um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWIWI in der jeweils geltenden Fassung alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWIWI eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.</i></p>
11	Berechnung der Modulnote	schriftlich/mündlich (100%) Seminararbeit (60%), Präsentation/Präsentationspapier (20%) und Diskussionsbeitrag (20%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester

13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

1	Modulbezeichnung 55600	Hauptseminar Risk and Insurance Advanced seminar: Risk and insurance	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Hauptseminar: "Risk and Insurance" (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Nadine Gatzert	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Nadine Gatzert
5	Inhalt	Ausgewählte Fragestellungen des Risiko- und Versicherungsmanagements (wechselnde und aktuelle Themenschwerpunkte).
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • können eigenständig ein forschungsbezogenes Projekt zu einer aktuellen wissenschaftlichen Fragestellung des Versicherungs- und Risikomanagements bearbeiten; • analysieren und reflektieren dabei aktuelle Entwicklungen in der Versicherungswirtschaft; • können die zuvor erworbenen theoretischen Kenntnisse und Methoden anwenden und diese kritisch reflektieren; • erarbeiten sich dabei selbstständig neues Fachwissen auf dem neuesten Stand der Forschung sowie der praktischen Anwendungen; • können komplexe fachbezogene Inhalte klar und zielgruppengerecht präsentieren, in einer fachlichen Diskussion argumentativ vertreten und in einer schriftlichen Arbeit darlegen.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Keine.</p> <p>Die Anmeldung erfolgt per E-Mail an wiso-vwrm@fau.de. Weitere Informationen siehe Lehrstuhl-Homepage. Die Teilnehmerzahl ist beschränkt.</p>
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	<p>Seminararbeit+Vortrag Seminararbeit (ca. 15 Seiten), Präsentation (15-25 Minuten) und wissenschaftlicher Diskurs (10-25 Minuten).</p> <p><i>Es handelt sich um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWIWI in der jeweils geltenden Fassung alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWIWI eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.</i></p>
11	Berechnung der Modulnote	<p>Seminararbeit+Vortrag (100%) Seminararbeit 65% und Vortrag 35%</p>

12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	In Abhängigkeit vom Rahmenthema des Seminars (wird bei Vergabe der Seminararbeiten bekannt gegeben).

1	Modulbezeichnung 53640	Industrielles Management Industrial management	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	Inhalt	Die Veranstaltung bietet einen tiefergehenden Einblick in das Management industrieller Unternehmen. Betrachtet werden nicht nur bisherige theoretische und empirische Erkenntnisse, sondern insbesondere auch aktuelle Managementaufgaben und -methoden in einem Industriebetrieb. Die Erkenntnisse zum industriellen Management werden mit einem praktischen und aktuellen Schwerpunktthema verknüpft, um so einen Anwendungsbezug darzustellen.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden erwerben ein umfassendes, detailliertes sowie spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand aus dem Bereich des industriellen Managements und die Fähigkeit, strategisch zu denken. Durch die tiefergehende Analyse eines praxisrelevanten Schwerpunktthemas erhalten die Studierenden zudem einen tiefergehenden Einblick in die aktuellen Problemfelder und Herausforderungen von Industrieunternehmen. Die erworbenen analytischen und konzeptionellen Fertigkeiten befähigen die Studierenden, komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen eigenständig zu bearbeiten.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Wahlbereich 3: Management industrieller Unternehmen Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192 Wahlpflichtbereich: Management foundations Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Voigt, K.-I.: Industrielles Management, Berlin u. a., 2008.

1	Modulbezeichnung 57053	Innovation and leadership	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Innovation and Leadership (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Layla Hajjam Matthäus Wilga Prof. Dr. Kathrin Mösllein Nina Lugmair	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kathrin Mösllein
5	Inhalt	The lecture focuses on the challenges of leading and communicating innovation and change in IT enabled companies and networked organizations. Based upon that, creating a sustainable innovative environment is a leadership task. In order to succeed at this task, leaders must develop innovative abilities to deal with the challenges inherent in a business environment characterized by fluid, unstructured and changing information. The aim of this course is thereby twofold. First, the course delineates and describes different yet emerging innovation tools, organizing them into a coherent set of classes. Each class of tools is described using a set of up-to-date business cases that depict the current status of the information systems. The second aim of this course is to get an overview of how to structure leadership systems towards innovation, how leaders can motivate to foster innovative thinking and what new forms of innovation (e.g. open innovation) mean for the definition of leadership. In doing so, this lecture represents an Idea Transformation Class as students are encouraged not only to merely develop, but to actively deploy specifically developed concepts.
6	Lernziele und Kompetenzen	The students <ul style="list-style-type: none"> • will understand and explore the theories and practicalities of leadership in open innovation contexts. • will gain knowledge on leading and communicating innovation and translate it in leadership behavior in real case contexts. • will learn to assess, reflect and feedback the impact of practical leadership for innovation
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<ul style="list-style-type: none"> • Basic understanding of innovation management • Basic understanding of management processes • First experience in team projects
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192 Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation schriftlich
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (0%) schriftlich (100%)

12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Huff, Mösllein & Reichwald: Leading Open Innovation; 2013 MIT Press, ISBN-13: 978-0262018494

1	Modulbezeichnung 54120	Interdisziplinäres Seminar Interdisciplinary seminar	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Interdisziplinäres Seminar (SWS)	5 ECTS
3	Lehrende		

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	Inhalt	Die Veranstaltung behandelt interdisziplinäre Fragestellungen des Marketings. Die genaue Themenstellung wird vor Semesterbeginn bekannt gegeben.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden erlernen im Rahmen der Veranstaltung spezialisierte Fähigkeiten zur eigenständigen Strukturierung und Erarbeitung von Lösungsansätzen für interdisziplinäre Fragestellungen und erwerben darüber hinaus Soft Skills wie Team- und Diskussionsfähigkeit sowie Präsentationsfähigkeiten. Weiterhin können die Studierenden weitgehend selbstgesteuert forschungs- oder anwendungsorientierte Projekte auf Basis des im Rahmen der Veranstaltung vermittelten Fachwissens anwenden. Im Rahmen des Seminars wird eine wissenschaftliche Fragestellung eigenständig bearbeitet, ein Lösungsvorschlag nach kritischer Würdigung aller wesentlichen Aspekte entwickelt und auf wissenschaftlichem Niveau verteidigt. Die Studierenden sind dazu in der Lage, in vertiefter und kritischer Weise ihre Ergebnisse und deren Bedeutung zu reflektieren und Implikation daraus abzuleiten.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminararbeit
11	Berechnung der Modulnote	Seminararbeit (100%)
12	Turnus des Angebots	Unregelmäßig
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	1 Semester

1	Modulbezeichnung 55401	Internationales Projektseminar International project seminar	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Internationales Projektseminar (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Daliborka Witschel Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	Inhalt	<p>Das Internationale Projektseminar ist eine gemeinsame Lehrveranstaltung des Lehrstuhls für Industrielles Management und dem Boston College, einer US-amerikanischen Hochschule. Im Rahmen des Seminars wird von einer Studierendengruppe, die sich aus jeweils drei Studierenden des Lehrstuhls für Industrielles Management und des Boston Colleges zusammensetzt, eine vom Partnerunternehmen vorgegebene internationale strategische Fragestellung bearbeitet. Während der ca. dreimonatigen Bearbeitungszeit erfolgt ein intensiver Austausch zwischen dem internationalen Team als auch dem Partnerunternehmen selbst. Die Ergebnisse der Untersuchung werden schließlich von den Studierenden in einer ausführlichen Präsentation, die einen Anhang mit weitergehenden Informationen enthält, am Boston College (Boston) oder alternativ beim Partnerunternehmen vorgestellt. Hierfür sind gute englische Sprachkenntnisse, analytische Fähigkeiten und eine überzeugende Ergebnispräsentation von Bedeutung.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Im Rahmen des internationalen Praxisseminars erhalten die Studierenden einen tiefergehenden Einblick in die aktuellen Problemfelder und Herausforderungen von international tätigen Industrieunternehmen. Durch erworbene analytische und konzeptionelle Fertigkeiten sind sie in der Lage, komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen eigenständig zu bearbeiten und die richtigen Methoden und Strukturierungsansätze zur Bewältigung dieser Aufgaben zu finden und erfolgreich anzuwenden.</p> <p>Konkret entwickeln die Studierenden insbesondere die Fähigkeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die besonderen Planungs- und Gestaltungsprobleme im internationalen Kontext zu verstehen • nach relevantem Wissen und Informationen zu recherchieren, diese zu bewerten, zu verdichten und zu strukturieren sowie • die geeigneten strategischen Analyseinstrumente und methoden zur Bewältigung des konkreten Praxisproblems zu finden, diese zielführend anzuwenden und Handlungsalternativen aufzuzeigen. <p>Durch die Praxiserfahrung und Zusammenarbeit im internationalen Team sind die die Studierenden ferner in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • zielorientiert mit anderen zusammenzuarbeiten und vernetzt zu denken, • sich rational und verantwortungsbewusst mit Interessens- und Kommunikationskonflikten im Rahmen der Gruppenarbeit

		<p>auseinanderzusetzen, aber auch mit kulturellen Unterschieden in Denk- und Handlungsmustern umzugehen</p> <ul style="list-style-type: none"> • in klarer und eindeutiger Weise die gewonnenen Erkenntnisse auch in einer Fremdsprache zu vermitteln und überzeugend zu präsentieren • sowie komplexe fachbezogene Probleme und Lösungen gegenüber Fachleuten argumentativ zu vertreten
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Keine Für Studierende ist eine Anrechnung im Vertiefungsbereich ausgeschlossen, falls das Modul bereits für den Pflichtbereich II angerechnet wurde.</p>
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Projekt-/Praktikumsbericht Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Projekt-/Praktikumsbericht (50%) Präsentation (50%)
12	Turnus des Angebots	Unregelmäßig
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Die zu verwendende Literatur ist themen- und projektabhängig und wird rechtzeitig bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 54360	Internationale Transportlogistik- und Distributionssysteme International logistics and distribution systems	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Internationale Transportlogistik- und Distributionssysteme (vhb-Kurs) (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Christopher Münch Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann
5	Inhalt	<p>Das Ziel des Kurses besteht darin, den Studierenden einen umfassenden Überblick zu operativen Transporten in der Logistik zu vermitteln.</p> <p>Entsprechend ist das Lehrangebot thematisch wie folgt gegliedert:</p> <p>Modul 1: Grundlagen Modul 2: Besonderheiten internationaler Transporte Modul 3: Straßengüterverkehr Modul 4: Schienengüterverkehr Modul 5: Seegüterverkehr Modul 6: Luftfrachtverkehr Modul 7: Vergleich der Verkehrsträger Modul 8: Internationale infrastrukturelle Unterschiede in der Transportlogistik Modul 9: Einfluss von Distributionssystemen auf den Kunden-nutzen Modul 10: Risiken internationaler Transporte Modul 11: Trends in der Transportlogistik Modul 12: Nachhaltigkeit in der Transportlogistik</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können durch den Kurs die besondere Rolle der operativen Logistik und des internationalen Transports besser verstehen und durchdringen. Hierbei sind folgende Lernziele vorgesehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen die Rolle der operativen Logistik und des Transports im internationalen Kontext und verstehen länder- und industriespezifische Besonderheiten. Durch die verschiedenen Referenten aus der Praxis erwerben die Studierenden ferner ein Wissen über firmenspezifische Besonderheiten in der Umsetzung. • Die Lernenden kennen und verstehen Herausforderungen und Potenziale der relevanten Verkehrsträger internationaler Güterströme. • Die Studierenden erwerben die darauf aufbauende Befähigung zur Planung und Steuerung globaler Lieferketten unter Berücksichtigung verschiedenster Nebenbedingungen (bspw. Sicherheitsanforderungen bei Gefahrgut oder dem jeweiligen Wert-/Volumen-Verhältnis des Produktes). • Die Studierenden sind in der Lage, die relevanten Methoden für die Auswahl und Auslegung von Transport- und Ladungsträgern anzuwenden und verstehen den Zusammenhang zwischen der Auswahlentscheidung und dem Kundennutzen.

		Die Konzeption als Selbststudium fördert zudem die Selbstorganisation und -disziplin sowie das eigenverantwortliche Zeit-management der Studierenden. ????
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Produktions- und Supply Chain Management Eine Registrierung über die vhb (www.vhb.org) ist zwingend notwendig, um den Kurs belegen zu können und um Zugang zum StudOn Kurs zu erhalten.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Wahlbereich Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur mit MultipleChoice (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur mit MultipleChoice (100%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 1 h Eigenstudium: 149 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Wird im Kurs bekannt gegeben

1	Modulbezeichnung 56216	Judgment in decision making and evidence-based management	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Judgment in decision making and evidence-based management (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Verena Tiefenbeck	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Verena Tiefenbeck
5	Inhalt	While todays companies and individuals have access to more and more data, most decisions are taken on limited and imperfect information. Consequently, various fields require their practitioners to have an in-depth understanding of judgment and decision-making. Examples include the development of user interfaces and marketing strategies, hiring decisions, crisis intervention, as well as policy-making in education, healthcare, or social services. This course examines how people make choices, judge situations, probabilities, and decision options. The focus is on the contrast between rational decision-making, and the psychological principles that guide decision behavior. The course reviews common heuristics, cognitive errors and systematic biases that help us to make reasonable and accurate decisions in some areas, but may crucially misguide us in others. We will develop tools to detect and mitigate systematic cognitive biases and we will identify strategies that tap into these insights for improved decision-making in diverse real-world contexts, both in simple everyday-life situations and complex managerial decision environments.
6	Lernziele und Kompetenzen	Student are able to <ul style="list-style-type: none"> • describe key psychological processes involved in judgment and decision making. • explain when and why those processes lead to (more or less) accurate and inaccurate judgments. • identify and describe common judgment and decision heuristics and biases. • apply the acquired knowledge to examples and problems from business and public policy. • explain the methodology (experiments and field studies) used to study judgment and decision making and apply it to new real-world applications. • critically reflect upon the way how they and others take common decisions in daily life. • work together in international small work groups, summarize key takeaways from behavioral studies, and present their results in English.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	None
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232

10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur Projekt-/Praktikumsbericht Written exam and project (creating a short educational video clip)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (60%) Projekt-/Praktikumsbericht (40%) Written exam (60%), project (40%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	All relevant material will be provided during the seminar.

1	Modulbezeichnung 54251	Konzernrechnungslegung Accounting for consolidated financial statements	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Konzernrechnungslegung (Master / Übung) (1 SWS) Vorlesung: Konzernrechnungslegung (Master / Vorlesung) (2 SWS)	- 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Klaus Henselmann	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Klaus Henselmann
5	Inhalt	Inhalte der Veranstaltung sind ausgehend vom ökonomischen Zweck der Konzernrechnungslegung die Rechtsgrundlagen und die konkrete Ausgestaltung der Rechnungslegung nach HGB sowie nach IFRS. Hierzu gehören die bilanztheoretischen Grundlagen sowie die wichtigsten Konsolidierungsfragen (Pflicht zur Erstellung eines Konzernabschlusses, Konsolidierungskreis, Zweckgesellschaften, Tochterunternehmen und Vollkonsolidierung, Gemeinschaftsunternehmen und Quotenkonsolidierung, Assoziierte Unternehmen und Equity-Methode, Forderungs- und Schuldenkonsolidierung, Aufwands- und Ertragskonsolidierung, Zwischengewinneliminierung, abweichende Stichtage, Währungsumrechnung, Latente Steuern, PPA, Anteiltausch, Konzernbilanzpolitik, komplexe Konzernstrukturen.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden verfügen in diesen Bereichen über umfassendes, detailliertes und integriertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand einschließlich der praktischen Anwendung sowie eines kritischen Verständnisses der Theorien und Methoden. Die Studierenden können dieses Wissen kombinieren und zur umfassenden Lösung von Konsolidierungssachverhalten aus der Praxis verknüpfen. Dazu gehören sowohl die Lösungen nach HGB als auch nach IFRS einschließlich eines Verständnisses von Unterschieden und Gemeinsamkeiten. Die Studierenden sind in der Lage die Aussagekraft der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS in Hinblick auf eine Abbildung der Realität zu beurteilen und die momentan geltenden Rechtsnormen kritisch zu hinterfragen. Die Studierenden können demnach Werturteile abgeben, Vergleiche heranziehen und richtige Schlussfolgerungen ziehen, Prognosen erstellen und die eigenen Aussagen rechtfertigen, komplexe Problemstellungen erkennen und auf Basis der gewonnenen Erfahrung analysieren.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232

10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Wird im Rahmen der Veranstaltungen bekannt gegeben

1	Modulbezeichnung 53521	Kostenträger I Health insurance I: Statutory health insurance	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Kostenträger I (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Oliver Schöffski	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	Inhalt	Diese Veranstaltung ist als Einstiegsveranstaltung in das MiGG-Studium konzipiert. Neben einem Überblick über das gesamte Studienprogramm wird hier in erster Linie das Gesundheitssystem als Ganzes sowie die Gesetzliche Krankenversicherung (GKV) mit den Krankenkassen als Träger behandelt. Thematisiert werden beispielsweise der Versichertenkreis der GKV, der Leistungsumfang und die Finanzierung (Gesundheitsfonds, Morbi-RSA).
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erwerben ein vertieftes Verständnis über das Zusammenspiel der für das Gesundheitswesen zentralen Akteure auf der Kostenträger- und der Leistungserbringerseite, • werden in die Lage versetzt, dieses Zusammenspiel eingehend zu analysieren, • antizipieren künftige Entwicklungen im Bereich der gesetzlichen Krankenversicherungen.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur mit MultipleChoice (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur mit MultipleChoice (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	<ul style="list-style-type: none"> • Lampert, H. / Althammer, J./ Sommer, M.: Lehrbuch der Sozialpolitik, 10. Aufl., Heidelberg, 2021. • Busse, R., Schreyögg, J., Stargardt, T. (Hrsg.): Management im Gesundheitswesen, 5. Aufl., Berlin 2022. • Sozialgesetzbuch, insbesondere SGB V

1	Modulbezeichnung 52770	Kostenträger II Health insurance II: Private health insurance	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten. Es besteht Anwesenheitspflicht.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	Inhalt	Neben der gesetzlichen Krankenversicherung (GKV) ist die private Krankenversicherung (PKV) ein relevanter Spieler im Bereich des Gesundheitswesens. Unterschiede beispielsweise in der Prämienkalkulation aber auch bei der Vergütung der Leistungserbringer assoziieren schnell mit dem Begriff Zwei-Klassen-Medizin. In diesem Modul wird sowohl institutionell die Struktur des PKV-Systems dargestellt als auch wichtige Prinzipien der PKV (z.B. zur Beitragskalkulation und zum vertraglichen Verhältnis zu den Versicherten) analysiert.
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erwerben ein vertieftes Verständnis über das Verhältnis zwischen Versicherungsunternehmen (VU) und Versicherungsnehmer (VN) • werden in die Lage versetzt, Probleme und Lösungen im Bereich der PKV eingehend zu analysieren und mit Fachvertretern und Mitstudierenden zu diskutieren • erlernen die Grundlagen der Prämienkalkulation • antizipieren künftige Entwicklungen im Bereich der PKV
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Pflichtveranstaltung Kostenträger I sollte vor diesem Modul belegt worden sein. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Die Anmeldung erfolgt per Mail an Lena.Jaegers@fau.de, der Anmeldezeitraum wird rechtzeitig bekannt gegeben.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur mit MultipleChoice (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur mit MultipleChoice (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch

- Busse, R., Schreyögg, J., Stargardt, T. (Hrsg.) Management im Gesundheitswesen, 5. Aufl. Berlin Heidelberg, 2022
- Koch, P., Privatversicherungsrecht, Beck-Texte im dtv, 28. Auflage, Münster, 2022

1	Modulbezeichnung 53541	Krankenhausmanagement I Hospital management I	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Krankenhausmanagement I (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Martin Schwandt	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	Inhalt	Gegenstand dieser Veranstaltung ist der stationäre Sektor im Gesundheitswesen. Krankenhäuser zu managen, ist angesichts ihrer hohen Komplexität eine besondere Herausforderung. Es werden Verfahren vermittelt, mit denen dies erfolgreich gelingen kann. Neben geeigneten Managementtechniken werden maßgeschneiderte Verfahren des mathematisch gestützten Operations Research behandelt.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none">• stellen den Krankenhaussektor als zentrales Element des Gesundheitswesens dar,• ordnen die beteiligten Interessens- und Betroffenengruppen, welche häufig gegenläufige Ziele haben, ein,• würdigen die Komplexität des Systems Krankenhaus auf der Grundlage von Fallstudien und Beispielen aus der realen Krankenhauswelt,• arbeiten eigene Lösungsvorschläge aus, stellen diese im Plenum vor und erhalten ein konstruktives Feedback dazu.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur mit MultipleChoice (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur mit MultipleChoice (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Werden zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 57131	Labor markets in the knowledge economy Labor Markets in the Knowledge Economy	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Labor Markets in the Knowledge Economy (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Markus Nagler	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Markus Nagler
5	Inhalt	The course analyzes topics in labor economics and their connection to technological change and the knowledge economy. We will mostly discuss topics in labor economics such as labor supply and migration which are seen through a technology and knowledge economy perspective. The course is mainly based on empirical research papers: labor economics is a front-runner in the use of econometrics and data.
6	Lernziele und Kompetenzen	Students know the key issues in the intersection of labor and innovation economics. They are able to assess current research in the area and are able to relate its results to fundamental policy questions. Students are acquainted with important empirical approaches in labor economics.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Recommended: Basic microeconomics, basic econometrics
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (90 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Angrist, Joshua and Jörn-Steffen Pischke (2008). Mostly Harmless Econometrics, Princeton University Press. Autor, David H. Why are there still so many jobs? The history and future of workplace automation. The Journal of Economic Perspectives 29.3 (2015): 3-30.

1	Modulbezeichnung 56540	Lebensversicherung Life insurance	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Nadine Gatzert
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in den Lebensversicherungsmarkt • Darstellung von klassischen und innovativen Lebensversicherungsprodukten (und den darin enthaltenen impliziten Optionen) • Versicherungsmathematische Aspekte: Bestimmung von Prämien und Deckungsrückstellungen auf Basis der typischen aktuariellen Rechnungsgrundlagen (Zins, Sterbetafeln) • Analyse und Bewertung von Fondsprodukten mit Garantien • Absicherung von Garantien in Fondsprodukten mit Kapitalanlagestrategien (u.a. Constant Proportion Portfolio Insurance)
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> • aktuelle Entwicklungen im Lebensversicherungsmarkt beurteilen und hinterfragen diese; • Prämien und Deckungsrückstellungen von klassischen Lebensversicherungsverträgen berechnen und kennen die zentralen Einflussgrößen; • klassische und fondsgebundene Lebensversicherungsprodukte mit verschiedenen Garantien bewerten und verschiedene Methoden der Bewertung vergleichen und Modellannahmen kritisch hinterfragen; • einschätzen, wie verschiedene Arten von Finanzgarantien abgesichert werden müssen und können hierfür auch Kapitalanlagestrategien anwenden; • ihre theoretischen Kenntnisse im Rahmen einer Monte-Carlo Simulation in Excel umsetzen und auf praktische Fragestellungen anwenden.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	<p>Klausur (60 Minuten)</p> <p><i>Im Sommersemester besteht vorlesungsbegleitend die Möglichkeit einer freiwilligen Notenverbesserung, wobei eine Verbesserung um bis zu 0,3 Notenstufen erfolgen kann. Dazu können Studierende auf StudOn vier je ca. 10-minütige Online-Kurztests (Quizze) zur Aufbereitung des Vorlesungsstoffs bearbeiten. Die Notenverbesserung erfolgt, wenn die Quizze erfolgreich bearbeitet wurden sowie die Klausur mit der Note</i></p>

		<i>4,0 oder besser bestanden wurde. Etwaige Quizergebnisse aus dem Sommersemester werden für eine Nachholprüfung im Wintersemester übernommen.</i>
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Die vorbereitende Literatur und auch die weitergehende, forschungsbezogene Literatur werden im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 55310	Logistik-Consulting Logistics consulting	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Logistik Consulting (2 SWS) Übung: Logistik Consulting - Übung (2 SWS)	5 ECTS -
3	Lehrende	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann Christoph Küffner	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann
5	Inhalt	Im ersten Teil der Veranstaltung werden theoretische und empirische Grundlagen der Organisationsentwicklung, des geplanten Wandels und der Berater-Klienten-Beziehung besprochen und auf den Bereich des Logistik Consulting übertragen. Im zweiten Teil werden typische Problemstellungen für Logistikberater erläutert und ein Überblick über Standardwerkzeuge und Techniken zu deren Lösung gegeben. Ergänzende Gastvorträge von Referentinnen bzw. Referenten aus der Praxis des Logistik Consultings sollen einen Überblick über die Vielfalt der Branche geben.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden verfügen über Kompetenzen, die für die Bewältigung von Situationen im Beratungsalltag notwendig sind. Sie entdecken u.a. typische Problemstellungen von Consulting-Projekten sowie deren erfolgreiche Bearbeitung.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Produktions- und Supply Chain Management
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Wahlbereich 6: Supply Chain Management Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Fallstudie(n) Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Fallstudie(n) (40%) Klausur (60%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Wird im Kurs bekanntgegeben.

1	Modulbezeichnung 52632	Management in Gesundheitseinrichtungen Management in healthcare institutions	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Management in Gesundheitseinrichtungen (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	PD Dr. Adelheid Susanne Esslinger	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Sebastian Junge
5	Inhalt	<p>Die Studierenden erlernen spielerisch die Bedeutung des Erfordernisses des Erreichens der Sustainable Development Goals (SDG) im Management im Gesundheitswesen für eine älter werdende Gesellschaft (Tag 1, 20.10.2023) und identifizieren gemeinsam eine dringliche Management-Fragestellung, insb. für den Gesunderhalt Älterer vor dem Hintergrund der Klimakrise.</p> <p>Sie erweitern ihr Wissen und ihre professionelle Haltung durch die Erlangung gerontologischer Grundlagen für eine konkrete Themenstellung im Bereich der Nachhaltigkeit in der Gesundheitsversorgung. Zudem erproben sie den Transfer ihrer eigenen Managementexpertise gegenüber einem fachfremden Personenkreis (voraussichtlich Studierende des Masterprogramms Gerontologie der FAU). Sie verstehen, dass gesundheitliche Versorgungsfragen stets ganzheitlich und interdisziplinär gelöst werden müssen (Tag 2, 24.11.2023).</p> <p>Die Studierenden generieren Lösungssätze in Tandems für identifizierte Herausforderungen in der Versorgung älterer Menschen durch Übertragung ihrer Managementfähigkeiten im Versorgungssetting, stellen diese überzeugend zur Diskussion und nehmen Feedback konstruktiv auf (Tag 3, 01.12.2023).</p> <p>Die Tandems integrieren das Feedback der anderen Teilnehmenden in ihre überarbeitete Lösung und präsentieren diese. Sie zeigen zudem auf, wie der erarbeitet Lösungsansatz konzeptionell zur Umsetzung gelangen könnte (Tag 4; 15.12.2023).</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden erfassen und erörtern in Kleingruppen aktuelle Themen im Management von Gesundheitseinrichtungen und beantworten spezielle Fragen zu diesen Herausforderungen. Sie präsentieren ihre Lösungen im Plenum und diskutieren sie kritisch mit anderen Studierenden.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine Beschränkung der Teilnehmerzahl Anmeldung per E-Mail an Prof. Dr. habil. Adelheid Susanne Esslinger (susanne.esslinger@hs-coburg.de), bis 16.10.2023.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Hausarbeit

11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (30%) Hausarbeit (70%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch Englisch
16	Literaturhinweise	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 54751	Management von Industrie 4.0 Managing industry 4.0	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Management von Industrie 4.0 (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Julian Müller Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	Inhalt	Die Veranstaltung bietet einen tiefergehenden Einblick in das Themengebiet Industrie 4.0 und befasst sich vornehmlich mit wirtschaftswissenschaftlichen Fragestellungen. Betrachtet werden einerseits praxisrelevante Fragestellungen auf operativer und strategischer Ebene, die ein Industrieunternehmen hinsichtlich Industrie 4.0 adressieren muss. Andererseits stützt sich die Veranstaltung auf aktuelle Forschungsergebnisse zum Thema Industrie 4.0, um so eine Brücke zwischen Wissenschaft und Praxisanwendung zu schlagen.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden erwerben ein umfassendes, detailliertes sowie spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand aus dem Bereich des industriellen Managements. Durch die tiefergehende Analyse des aktuellen Themas Industrie 4.0 erhalten die Studierenden einen detaillierten Einblick in den aktuellen Transformationsprozess von Industrieunternehmen, der in einem umfangreichen und interdisziplinären Feld stattfindet. Die erworbenen analytischen und konzeptionellen Kenntnisse und Fertigkeiten befähigen die Studierenden, komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen eigenständig zu bearbeiten und auf ein aktuelles, praxisrelevantes Thema anzuwenden.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Industrielles Management
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Obermaier, R. (Hrsg.): Industrie 4.0 als unternehmerische Gestaltungsaufgabe. Betriebswirtschaftliche, technische und rechtliche Herausforderungen, Wiesbaden, 2017.

Voigt, K. I., & Müller, J. M. (Eds.). (2021). *Digital Business Models in Industrial Ecosystems: Lessons Learned from Industry 4.0 Across Europe*. Springer Nature.

1	Modulbezeichnung 57173	Management von Logistik- und SCM-Projekten	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Management von Logistik- und SCM-Projekten (vhb-Kurs) (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann Christopher Münch	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann
5	Inhalt	<p>Dieser Kurs vermittelt unter stetigem Logistikbezug die Grundlagen des Projektmanagements. Darüber hinaus werden die vier Logistik-Projekttypen aufgezeigt und zu jedem der Projekttypen typische Logistik- und SCM-Fragestellungen erläutert. Im Rahmen von Gastvorträgen werden reale Logistik- und SCM-Projekte von erfahrenen Projektmanagern präsentiert. Hierdurch werden vor allem logistikspezifische Besonderheiten demonstriert, vorhandene Barrieren thematisiert und geeignete Tools und Vorgehensweisen zur Umsetzung von Logistikprojekten vorgestellt.</p> <p>Im Rahmen der Übung wird das erlangte Wissen vertieft und gefestigt. Die Bearbeitung von Fallstudien erlaubt es den Studierenden außerdem, ihr erlangtes Wissen direkt selbstständig anzuwenden. Hierfür werden Aufgaben zu verschiedenen Themen, wie z.B. Zieldefinition, Grobplanung und Festlegung von Hauptmeilensteinen, Machbarkeits- und Risikoanalyse, Strukturplanung und Aufwandsschätzung, Termin- und Ablaufplanung, Einsatzmittelplanung/ Kostenplanung und Projektauswertung gestellt. Entsprechend ist das Lehrangebot thematisch wie folgt gegliedert:</p> <p>Modul 1: Projektmanagement in der Logistik und im SCM Grundlagen</p> <p>Modul 2: Projektdefinition</p> <p>Modul 3: Projektplanung</p> <p>Modul 4: Projektdurchführung und -steuerung</p> <p>Modul 5: Projektabschluss</p> <p>Modul 6: Risikomanagement im Projektgeschäft</p> <p>Modul 7: Soft Skills und Teamwork im Projektmanagement</p> <p>Modul 8: Logistik-Optimierungsprojekt</p> <p>Modul 9: Supply Chain-Optimierungsprojekt</p> <p>Modul 10: Logistik-Gestaltungsprojekt</p> <p>Modul 11: Supply Chain-Gestaltungsprojekt</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Nach Abschluss des Kurses sind die Teilnehmenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die wichtigsten Begriffe und Konzepte des Projektmanagements zu erläutern • Logistik- und SCM-Projekte zielführend zu planen • Risiken, die während der Projektlaufzeit auftreten können, zu identifizieren, zu bewerten und zu managen • Logistik- und SCM-Projekte durchzuführen und zu steuern • Projektteams zu führen und auftretende Konflikte zu managen

		<ul style="list-style-type: none"> • Logistik- und SCM-Projekte fristgerecht abzuschließen und die gewonnenen Projekterfahrungen für zukünftige Projekte zu sichern????? <p>Die Konzeption als Selbststudium fördert zudem die Selbstorganisation und -disziplin sowie das eigenverantwortliche Zeitmanagement der Studierenden.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Keine</p> <p>Eine Registrierung über die vhb (www.vhb.org) ist zwingend notwendig, um den Kurs belegen zu können und um Zugang zum StudOn Kurs zu erhalten.</p>
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Fallstudie(n) Klausur
11	Berechnung der Modulnote	Fallstudie(n) (30%) Klausur (70%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 1 h Eigenstudium: 149 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Wird im Kurs bekannt gegeben

1	Modulbezeichnung 53471	Managing intercultural relations	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	Inhalt	<ol style="list-style-type: none"> 1. Relevance of Intercultural Management 2. Intercultural Management Research: Scope and Results 3. Manifestations and Functions of Culture 4. Concepts of Culture 5. Intercultural Communication and Negotiations 6. Culture and Management: Organization, Motivation and Leadership in Different Cultures 7. Intercultural Competence 8. Intercultural Training 9. Conclusions
6	Lernziele und Kompetenzen	The participants understand and analyze modern theories and methods of management and apply these to practical problems. They get a detailed overview of the current state of comparative, cross-cultural, indigenous and post-colonial management research and evaluate theoretical and empirical studies in these areas. They are able to conceptualize and measure intercultural competence and to conduct and evaluate innovative methods of intercultural training. They learn about methodological challenges of intercultural management research and are able to assess its rigor and relevance.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	English language proficiency (C1)
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtbereich 1 Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	<p>Präsentation schriftlich</p> <p><i>Details for the examination for the lecture: Report (6 pages)</i></p> <p><i>Details for the examination for the seminar: Oral presentation (attendance mandatory)</i></p>
11	Berechnung der Modulnote	<p>Präsentation (20%)</p> <p>schriftlich (80%)</p> <p><i>Details: Report (Lecture): 80%; Presentation (Seminar) 20%</i></p>
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	<p>Präsenzzeit: 45 h</p> <p>Eigenstudium: 105 h</p>
14	Dauer des Moduls	1 Semester

15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Holtbrügge, D. (2019). Managing Intercultural Relations. Nürnberg: Mimeo.

1	Modulbezeichnung 53561	Medizin Medicine	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Medizin (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Stefan Sesselmann	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	Inhalt	Medizinische Grundlagen für Wirtschaftsstudierende, insb. medizinische Terminologie, fachübergreifende Interdisziplinarität im Gesundheitswesen, Anatomie, Physiologie und Pathologie der wichtigsten Organsysteme, Diagnostik am Beispiel des Bewegungsapparats (incl. Anamnese, Untersuchungstechniken, ärztliche Arbeitstechniken, Medizintechnik), Therapien am Beispiel des Bewegungsapparats (insb. operative und konservative Therapien), Notfallmedizin. Außerdem Überblick über volkswirtschaftlich und epidemiologisch wichtige Erkrankungen, Krankheitsbilder und Symptome, diagnostische und therapeutische Möglichkeiten mit praktischen Beispielen.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erlangen Kenntnisse über medizinische Grundlagen • erlangen ein Verständnis über die Bedarfe in der Behandlung von Patienten • erlangen Wissen zu Methoden medizinischer Forschung, ethischen und rechtlichen Aspekten sowie zur Berufskunde
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur mit MultipleChoice (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur mit MultipleChoice (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 53107	Microeometrics and machine learning Microeconomics and Machine Learning	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn
5	Inhalt	Maximum Likelihood estimation, binary dependent variables, multinomial and ordered dependent variables, Tobit models, selection models, duration models, count data models, applications of machine learning in economics. Practical application of empirical methods using Stata.
6	Lernziele und Kompetenzen	Based on introductory econometrics modules students acquire specialized knowledge regarding maximum likelihood estimation and microeconomic problems, and methods of machine learning. Students learn how to apply these methods using the statistics software STATA. They discuss and evaluate the appropriateness of specific methods in the framework of practical applications and have the opportunity to voluntarily prepare written empirical homework.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Basic knowledge in statistics and econometrics
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%) The grade is based 100 % on a written exam. However, a voluntarily submitted homework can account for 20 % or the final grade if it improves the grade. The homework can be prepared in groups of up to two students. In the homework an empirical analysis is performed based on Stata. The final grade can be improved by up to 0.7 points. However, the exam must be passed. The homework only counts towards final grades in the semester in which they are produced, i.e. only in the summer semester.
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Cameron, C. und P. K. Trivedi, 2005, Microeconomics. Methods and Applications, Cambridge Univ. Press.

Greene, William H., 2020, Econometric Analysis, 8.ed., Pearson

Hastie, T., R. Tibsharani, und J., 2009, The Elements of Statistical Learning: Data Mining, Inference and Prediction, Springer.

Wooldridge, J.M., 2010, Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data, 2.ed., MIT Press.

1	Modulbezeichnung 53191	Microeconomics	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Microeconomics Lecture (2 SWS)	-
3	Lehrende	Prof. Dr. Johannes Rincke	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Johannes Rincke
5	Inhalt	Theory of the Consumer, Theory of the Firm, Partial Equilibrium, General Equilibrium, Anomalies
6	Lernziele und Kompetenzen	Students are made familiar with the fundamental concepts of microeconomics on an advanced level, including advanced formal mathematical methods. The lecture covers topics in the theory of the consumer, the theory of the firm, partial equilibrium, general equilibrium, and anomalies in behavior in relation to the standard model. In the Exercises course, students learn how to apply these concepts to selected economic problems in various settings. The module is of fundamental importance for Master students who want to advance to studying applied problems in all field of applied micro, including labor economics, public economics, and industrial organization.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Basic training in formal microeconomic techniques
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation (90 Minuten) Klausur (90 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (20%) Klausur (80%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Jehle, Geoffrey A. und Reny, Philip J. (2001), Advanced Microeconomic Theory, 2nd ed., Addison-Wesley

1	Modulbezeichnung 57127	Nachhaltigkeitskommunikation Sustainability communication	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Im aktuellen Semester werden keine Lehrveranstaltungen zu dem Modul angeboten. Für weitere Auskünfte zum Lehrveranstaltungsangebot kontaktieren Sie bitte die Modul-Verantwortlichen.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Adrian Meier Prof. Dr. Reimar Zeh
5	Inhalt	<p>Nachhaltigkeit bezieht sich auf die zukunftssichere und generationengerechte Verwendung ökologischer, sozialer und ökonomischer Ressourcen.</p> <p>Zum einen meint Nachhaltigkeitskommunikation das Handeln professioneller Kommunikatoren, etwa wenn Unternehmen ihr (mehr oder weniger) nachhaltiges Handeln nach Außen kommunizieren (z. B. CSR-Kommunikation, Greenwashing).</p> <p>Zum anderen umfasst es die Kommunikation gesellschaftlicher Akteure und Interessengruppen (z. B. Protestbewegungen, NGOs), die nachhaltiges Handeln einfordern. Schließlich sind der gesamtgesellschaftliche Diskurs um Nachhaltigkeit (bspw. zum Klimawandel) sowie die Wirkungen von Nachhaltigkeitskommunikation auf Individuen, kollektive Akteure und die Gesellschaft als Ganzes gemeint.</p> <p>In diesem Seminar nehmen wir nacheinander alle vier Perspektiven ein (Unternehmenskommunikation, Aktivismus, gesamtgesellschaftliche Kommunikation und Kommunikationswirkungen).</p> <p>Das Seminar verbindet dabei eine forschungsbasierte, diskursive Auseinandersetzung mit kleineren praktischen Kommunikationsprojekten.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erwerben umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen im Feld der Nachhaltigkeitskommunikation, z.B. Kommunikationsstrategien über Nachhaltigkeit, Nachhaltigkeit im gesellschaftlich-politischen Diskurs und Folgen dieser Kommunikationsprozesse. • erwerben durch die Auseinandersetzung mit dem Thema und die regelmäßige Diskussion mit Mitstudierenden und Fachvertretern Problemlösungs-, Kommunikations- und Medienkompetenzen. • entwickeln die Fähigkeit, Prozesse und Herausforderungen der Nachhaltigkeitskommunikation zu analysieren, kritisch einzurichten und Lösungen diskursiv zu erarbeiten.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;3

9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Fallstudie(n)
11	Berechnung der Modulnote	Fallstudie(n) (100%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch Deutsch oder Englisch
16	Literaturhinweise	<p>Heinrich, P. (Hrsg.). (2018). CSR und Kommunikation: Unternehmerische Verantwortung überzeugend vermitteln. Springer Berlin Heidelberg.</p> <p>Hoppe, I., & Wolling, J. (2017). Nachhaltigkeitskommunikation. In H. Bonfadelli, B. Fähnrich, C. Lüthje, J. Milde, M. Rhomberg, & M. S. Schäfer (Hrsg.), Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation (S. 339–354). Springer Fachmedien Wiesbaden</p> <p>Neverla, I., & Schäfer, M. S. (Hrsg.). (2012). Das Medien-Klima. VS Verlag für Sozialwissenschaften</p> <p>Neverla, I., Taddicken, M., Lörcher, I., & Hoppe, I. (Hrsg.). (2019). Klimawandel im Kopf: Studien zur Wirkung, Aneignung und Online-Kommunikation. Springer Fachmedien Wiesbaden.</p> <p>Kümpel, A. S., Peter, C., Schnauber-Stockmann, A., & Mangold, F. (Hrsg.). (2022). Nachhaltigkeit als Gegenstand und Zielgröße der Rezeptions- und Wirkungsforschung: Aktuelle Studien und Befunde. Nomos.</p>

1	Modulbezeichnung 53043	Ökonometrie Econometrics	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Tutorium: Ökonometrie Softskills (2 SWS) Übung: Oekonometrie-Übung (2 SWS) Übung: Brückenkurs Ökonometrie für Masterstudierende (0 SWS) Tutorium: Oekonometrie-Tutorium (2 SWS) Vorlesung: OEK (2 SWS)	- - - - 5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Erwin Winkler Anton Barabasch Irakli Sauer Prof. Dr. Regina Therese Riphahn	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn
5	Inhalt	Konzept der linearen Regression in Matrixnotation; Inhaltliche und statistische Interpretation linearer Regressionsmodelle; Heteroskedastie und Autokorrelation; Endogenität und Instrumentvariablenabschätzung; Maximum Likelihood Schätzung und Modelle für bivariate abhängige Variablen; Praktische Umsetzung der Lerninhalte mit Hilfe der Statistiksoftware STATA
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden erwerben umfassende und fundierte Kenntnisse in linearen und nicht linearen Schätz- und Testverfahren und wenden diese mit Hilfe der Statistiksoftware STATA an. Sie beurteilen die Angemessenheit der Verfahren im praxisbezogenen Kontext und erstellen eigene empirische Analysen.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Grundkenntnisse Statistik und Ökonometrie im Umfang des angebotenen Brückenkurses
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1;3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (90 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%) 100 % Klausur (Bei Notenverbesserung ist eine freiwillige, vorlesungsbegleitend erstellte Hausarbeit zu 20 % auf die Endnote anrechenbar, in der auf Basis eines Datensatzes und mit Hilfe von Stata eine empirische Fragestellung bearbeitet wird. Dabei kann sich die Klausurnote um bis zu 0,7 Notenpunkte verbessern. Die Prüfung ist nur bestanden, wenn auch die Klausur bestanden ist. Die Hausarbeit wird nur in dem Semester gewertet, in dem sie erstellt wurde.)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester

13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Verbeek, Marno, 2012, A Guide to Modern Econometrics, 4. A., Wiley.

1	Modulbezeichnung 56422	Organizing for digital transformation	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kathrin Mösllein
5	Inhalt	<p>The course focusses on dynamics in organizational transformation driven through information technology (IT) and consists of two parts. The first part introduces the topic from an industrial perspective and explores the re-organization of value streams in the course of the digital transformation. Teaching in this part includes contributions from a German automotive company. Students will work in a project-oriented mode for half the lecture and then present their results.</p> <p>The second part takes the perspective of academic research on the organization of the digital transformation. It introduces different theoretical frameworks to gain a deeper understanding of the phenomenon and explores its implications for global business structures. Students write a short essay to show what they have learned.</p> <p>Together, the lecture allows the students to gain theoretical knowledge on the digital transformation and acquire practical problem-solving skills as well to work effectively on innovative projects in the field.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • are familiar with different theories of works systems and service systems and their practical application • know more about the contribution of information technology in managing complex innovation activities • have an improved understanding of the global IT Industry and various strategies that are used • can identify and unravel the business problem in a case study and actively take part in class discussions
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<ul style="list-style-type: none"> • general knowledge of digital technology and their economic applications • basic understanding of simple software applications • first experience with team projects
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Seminararbeit
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (30%) Seminararbeit (70%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester

13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	None

1	Modulbezeichnung 53055	Panel and evaluation methods	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Panel- and Evaluation Methods (PEV)-Übung (2 SWS) Tutorium: Panel- and Evaluation Methods-Tutorium (2 SWS) Vorlesung: Panel- and Evaluation Methods (2 SWS) Übung: Panel- and Evaluation Methods Softskills (2 SWS)	- - 5 ECTS -
3	Lehrende	Dr. Selina Gangl Prof. Dr. Regina Therese Riphahn	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn
5	Inhalt	Endogeneity in the linear regression model; instrumental variables estimation; static and dynamic panel data models; matching; difference-in-differences estimation; regression discontinuity design; quantile regression; practical application of methods using statistics software STATA
6	Lernziele und Kompetenzen	Based on the introductory econometrics module "Ökonometrie" students acquire specialized knowledge in panel und evaluation methods and apply it using the statistics software STATA. Students evaluate to what degree empirical patterns can be interpreted as causal and decide to what extent problems of endogeneity can be solved via panel data or exogeneous variation. Students can produce own empirical analyses.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Basic knowledge in statistics and econometrics
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3;1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%) 100 % written exam (a voluntarily submitted homework can account for 20 % of the final grade if it improves the grade. In the homework an empirical analysis is performed based on Stata. The final grade can be improved by up to 0.7 points. However, the exam must be passed. The homework only counts towards final grades in the semester in which they are produced, i.e. only in the winter semester.)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester

15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	<p>Wooldridge, J.M., 2010, Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data, 2.ed., MIT Press.</p> <p>Greene, William H., 2020, Econometric Analysis, 8. ed., Pearson, New Jersey</p> <p>Cameron, C.A. and P.K. Trivedi, 2005, Microeometrics. Methods and Applications, Cambridge University Press</p> <p>Angrist, J. and J.-S. Pischke, 2009, Mostly Harmless Econometrics, Princeton University Press, Princeton, and Oxford.</p> <p>Verbeek, M., 2017, A Guide to Modern Econometrics, 5. ed., Wiley.</p>

1	Modulbezeichnung 57172	Patenting for innovation	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Patenting for Innovation (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Kathrin Mölein Prof. Dr. Bernhard Grill Joni Riihimäki	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kathrin Mölein
5	Inhalt	<p>Intellectual Properties (Ips) in general and especially patents play an important role in innovation in any Hightech society. This topic is multi-faceted and can be accessed from different viewpoints: business, politics, legal framework, organization, etc. In this course, we will focus on:</p> <ul style="list-style-type: none"> • the introduction to Ips and patents in general, • the role of Ips and patents in research, development and (open) innovation, • the patent exploitation through licensing contracts and patent pools, the patent policies in the European Union, China and USA.
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>The students:</p> <ul style="list-style-type: none"> • learn to understand the role of patenting in the innovation process, • gain deeper insights into the roles of IP in various types of businesses, study the role of IP and patents in different regions and contexts (Asia, United States, Europe).
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	None
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminararbeit
11	Berechnung der Modulnote	Seminararbeit (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Literature will be announced and distributed in the first sessions.

1	Modulbezeichnung 53162	Personal selling	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Andreas Fürst
5	Inhalt	<p>Die Lehrveranstaltung Personal Selling behandelt folgende Themenbereiche und Kernfacetten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erlernen individueller Verkaufsfähigkeiten: Verkaufsprozess-Management, Kundenplanung, Verkaufsgesprächsführung und Achtsamkeit, Verkaufstechniken, Sales Story Tools, Verhandlungstechniken, Abschluss-Chancen und Techniken, Kompetenter Auftritt beim Kunden, Digitaler Verkauf, Social Media Selling, etc. • Angestrebtes Empowerment im Verkauf: Entscheidungskompetenz, Motivation, Fach- und Sozialkompetenz, Management unternehmensinterner Ressourcen zum Kunden, Fokussierung im eigenen Tagesablauf, Beeinflussung der Machtverteilung in der Kundenbeziehung, etc. • Meine Rolle im Verkaufsteam: Arten von Verkaufsteams, Multifunktionale Zusammenarbeit und Schnittstellen im Verkaufsteam, Gestaltung der Teamkultur, kundenorientiertes Multilevel Selling, etc. • Verkaufsbezogene Kommunikation des Marketing-Mix: Kundennutzen, Steigerung der Wertgenerierung, Wettbewerbsvorteile, Optimierung des Share of Wallet bei Kunden, Value Based Selling, Mehrwert-orientierte Gestaltung der Kooperation mit Kunden, Neuro-Sales, Emotional Boosting, Emotionale Optimierung aller Kontaktpunkte zum Kunden-Unternehmen, etc. • Balance im Verkaufsmanagement: Balance der Verkaufsziele, Umsatz versus Profit, Balance der Vertriebsressourcen, Eigeninteressen versus Kundeninteressen, Kundenindividualisierung versus Scale Effects, Reduktion der kundenbezogenen Komplexität, Kunden-Segmentierung und Portfolio, Persönliche Balance der Herausforderungen, Rollenbalance im Verkaufsteam, Kombination von analogem und digitalem Verkauf, Sales Excellence Cockpit, etc.
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden verschaffen sich einen umfassenden Überblick über die erfolgsbezogenen Facetten, Herausforderungen und Erfolgsfaktoren im modernen Verkaufsmanagement. Zudem lernen sie die notwendigen verkaufsbezogenen Fähigkeiten in ihrem anvisierten Berufsfeld kennen. Im Rahmen von sehr interaktiven Vorträgen und gegenseitig inspirierenden Diskussionen setzen sich die Studierenden mit den</p>

		Kernfacetten des Verkaufs auseinander und wenden erlernte Methoden und Techniken in Gruppenübungen und Rollenspielen direkt an. Im Rahmen der Erarbeitung eines persönlichen Business Case setzen sich die Studierenden, über die gesamte Lehrveranstaltung hinweg, mit den zentralen Kompetenzen im Personal Selling selbstkritisch auseinander. Sie werden in die Lage versetzt, sowohl ihre eigenen Stärken (insbesondere ihre potenziellen individuellen Talente), als auch ihre persönlichen Verbesserungsmöglichkeiten im Hinblick auf die geforderten Fähigkeiten im Verkaufsmanagement zu erkennen. Diese stellen sie dann den potenziellen Chancen und Risiken in ihrem anvisierten Berufsfeld gegenüber und erarbeiten integrative Schlussfolgerungen.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine; Die Teilnehmendenzahl ist begrenzt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminararbeit
11	Berechnung der Modulnote	Seminararbeit (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Ausgewählte Fachartikel aus dem Harvard Business Manager und der Zeitschrift Sales Excellence (werden vom Dozenten vor jeder Lehrveranstaltung stetig aktualisiert und den Studierenden als PDF zur Verfügung gestellt)

1	Modulbezeichnung 53531	Pharmamanagement I	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Pharmamanagement I: Industrie (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Marco Zirkel	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	Inhalt	In dieser Veranstaltung werden insbesondere die Akteure in der Arzneimittelversorgung sowie die verschiedenen Wertschöpfungsstufen der pharmazeutischen Industrie von den Arzneimittelherstellern, über den Großhandel hin zu den Apotheken thematisiert. Vertieft werden die Themenbereiche regulatorische Rahmenbedingungen, Geschäftsmodelle, strategische Fragestellungen sowie Forschung- und Entwicklung, Zulassung und Preisfindung (AMNOG-Prozess) von Arzneimitteln.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erschließen die Komplexität der pharmazeutischen Branche und die Wechselwirkungen zwischen den Branchenakteuren • analysieren klinische Studien und deren Bedeutung für die Vermarktung von Arzneimitteln • vertiefen ihre Kenntnisse anhand aktueller Fallbeispiele, für die sie eigenständig Lösungen entwickeln
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch Englisch
16	Literaturhinweise	<ul style="list-style-type: none"> • Schöffski, O. / Fricke, F. U. / Guminski, W. (Hrsg.): Pharmabetriebslehre, 2. Aufl., Berlin u. a., 2008. Fischer, D., Breitenbach, J. (Hrsg.): Die Pharmaindustrie, 4. Aufl., Berlin u.a., 2013 • Busse, R., Schreyögg, J., Stargardt, T. (Hrsg.): Management im Gesundheitswesen, 4. Aufl., Berlin u.a., 2017

1	Modulbezeichnung 52780	Pharmamanagement II	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	Inhalt	Nachdem in Pharmamanagement I insbesondere die Akteure der Branche betrachtet wurden, erfolgt in diesem Modul die Fokussierung auf die Produkte in diesem Bereich, die Arzneimittel. Es erfolgt eine Klassifizierung von Arzneimitteln anhand verschiedener Kriterien und der Arzneimittelmarkt wird analysiert. Darüber hinaus wird die Preisbildung auf dem Arzneimittelmarkt thematisiert und es erfolgt eine ausführliche Analyse der Steuerungsinstrumente in diesem Bereich.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erfahren den Arzneimittelbereich in seiner Komplexität • analysieren die Wirkungen von vorhandenen Steuerungsinstrumenten • antizipieren die Wirkungen von weiteren potenziellen Steuerungsinstrumenten • vertiefen ihre Kenntnisse anhand aktueller Fallbeispiele, für die sie eigenständig Lösungen entwickeln.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Pflichtveranstaltung Pharmamanagement I sollte vor diesem Modul belegt worden sein.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur mit MultipleChoice (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur mit MultipleChoice (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	<ul style="list-style-type: none"> • Schöffski, O. / Fricke, F. U. / Guminski, W. (Hrsg.): Pharmabetriebslehre, 2. Aufl., Berlin u. a., 2008. • Busse, R., Schreyögg, J., Stargardt, T. (Hrsg.) Management im Gesundheitswesen, 4. und 5. Aufl. Berlin Heidelberg, 2017 und 2022

1	Modulbezeichnung 57178	Planspiel: Unternehmen wert- und risikoorientiert steuern Business simulation: risk- and value-oriented management of firms	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Planspiel: Unternehmen wert- und risikoorientiert steuern (2 SWS) Es besteht Anwesenheitspflicht!	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Nadine Gatzert	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Nadine Gatzert
5	Inhalt	<p>Im Rahmen des Planspiels</p> <ul style="list-style-type: none"> • steuern die Studierenden als Vorstandsteams in Gruppen einen Versicherungskonzern mit Lebens- und Schadensversicherung wert- und risikoorientiert • mit Fokus auf Entscheidungen bzgl. dem Produkt-Mix, Marketing und Absatz, Kapitalanlagen sowie Anforderungen an das Risikomanagement • über mehrere Geschäftsjahre (computergestützte Unternehmenssimulation mit stochastischem ökonomischen Szenariogenerator) • im Spannungsfeld von Wachstum, Profitabilität und Sicherheit • unter Beachtung von Nachhaltigkeitsrisiken und -chancen • mit sich dynamisch verändernden Rahmenbedingungen, starken Interaktionen des Unternehmens mit seiner Umwelt und komplexen Zusammenhängen innerhalb des Unternehmens. <p>Einführend werden dazu die strategischen Zielgrößen von Unternehmen unter Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsrisiken und chancen (ESG: environmental, social, governance), Steuerungsmöglichkeiten eines Versicherungskonzerns mit Lebens- und Schadensversicherung sowie Finanz- und Versicherungskennzahlen aus der wert- und risikoorientierten Steuerung vorgestellt.</p> <p>Im Rahmen des Planspiels wenden die Studierenden die theoretischen Grundlagen an, berücksichtigen Elemente der Corporate Governance und Unternehmenskultur zur Förderung des nachhaltigen Unternehmenserfolgs und entwickeln ihre Kompetenzen im Umgang mit komplexen unternehmerischen Entscheidungen sowie in der Zusammenarbeit von Teams.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verantwortungsbereiche und Entscheidungsprozesse im Vorstandsteam definieren; • ein Unternehmensleitbild entwickeln; • die Situation ihres Unternehmens analysieren; • strategische Unternehmensziele im Hinblick auf nachhaltiges Wachstum, Profitabilität und Sicherheit unter Berücksichtigung von Finanz- und Versicherungskennzahlen konkretisieren;

		<ul style="list-style-type: none"> • dabei theoretische Grundlagen der wert- und risikoorientierten Unternehmenssteuerung anwenden; • Handlungsfelder ableiten; • ihre Entscheidungen mit stochastischen Szenarien simulieren und die Konsequenzen von Alternativen durchdenken, bevor sie ihre Entscheidungen treffen; • Kennzahlen nutzen und Analysen von Zusammenhängen interpretieren, um die Komplexität der Unternehmenssteuerung zu handhaben; • Nachhaltigkeitsrisiken analysieren und strategische Chancen und Risiken für Versicherungsunternehmen ableiten (z.B. mit Blick auf transitorische und physische Risiken im Bereich Klima und Umwelt / Klimawandel); • ein Verständnis für auftretende Spannungsfelder bei strategischen Zielgrößen in Versicherungsunternehmen entwickeln und lernen damit umzugehen; • Anreizstrukturen für die Vorstandsvergütung zur Förderung eines nachhaltigen Unternehmenserfolgs erarbeiten; • Dimensionen der Unternehmens- und Risikokultur erarbeiten und bewerten, die wesentlich zu einem nachhaltigen Unternehmenserfolg beitragen; • im Rahmen einer Präsentation über ihre Strategie sowie die getroffenen Entscheidungen über die Geschäftsjahre berichten und diese kritisch reflektieren; • ihre Kompetenzen in der Zusammenarbeit von Teams entwickeln und Erfolgsfaktoren in der Zusammenarbeit reflektieren; • ihre Kompetenzen im Umgang mit Komplexität bei unternehmerischen Entscheidungen entwickeln.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine. Die Anmeldung erfolgt per E-Mail an wiso-vwrm@fau.de unter Zusendung des Notenspiegels und des Lebenslaufs (beschränkte Teilnehmerzahl). Auswahl auf Basis der Studienleistungen und des Lebenslaufs).
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;1;3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	schriftlich/mündlich elektronische Prüfung Präsentation: ca. 20 Min. Präsentationspapier: ca. 20 Seiten, zusätzlich Protokoll mit den Anteilen der Gruppenmitglieder (ca. 1 Seite). Elektronische Prüfung: 30 Min.
11	Berechnung der Modulnote	schriftlich/mündlich (65%) elektronische Prüfung (35%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester

13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 52820	Praxisseminar Practical seminar	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Hauptseminar: Aktuelle Themen des Gesundheitsmanagements (Praxisseminar) (3 SWS) Es besteht Anwesenheitspflicht.	5 ECTS
3	Lehrende	Jens Konopik Prof. Dr. Oliver Schöffski	

4	Modulverantwortliche/r	Jens Konopik Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	Inhalt	Um ein gesundes Leben und Wohlbefinden in jedem Alter zu fördern, ist das Zusammenspiel einer Vielzahl von Personen, Organisationen und Einrichtungen erforderlich. In dieser Lehrveranstaltung geben Experten aus dem Krankenhaussektor, der Pharmaindustrie, der Medizintechnikindustrie, der (angewandten) Forschung sowie von Kostenträgern durch Gastvorträge Einblicke in aktuelle Themen und praxisnahe Fallstudien. Die Studierenden erhalten auf diese Weise Einblicke in verschiedenste Bereiche des Gesundheitswesens, insbesondere in aktuelle Themen des Gesundheitsmanagements, der Gesundheitsökonomie sowie der Versorgungsforschung. Jedes Thema wird anschließend mit den Studierenden bewertet und diskutiert.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erschließen sich selbst die Anwendung von Methoden aus Gesundheitsökonomie, -management sowie Versorgungsforschung auf Problemstellungen aus der Praxis • tauschen sich mit Experten über Probleme und Lösungen aktueller Themenfelder des Gesundheitswesens aus • diskutieren praxisorientierte Fallstudien und aktuelle Themen mit Experten • strukturieren und bewerten die komplexen Wechselwirkungen zwischen Leistungserbringern, Kostenträgern und Patienten im Gesundheitswesen
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten) Eine Notenverbesserung von maximal einer Stufe (0,3 bzw. 0,4) kann im Wintersemester durch aktive Beiträge zur Diskussion der Gastvorträge erlangt werden. Nähere Informationen zu den Beiträgen zur Diskussion werden in der Vorlesung bekanntgegeben. Die Prüfung ist nur bestanden, wenn auch die Klausur selbst bestanden ist. Eine Notenverbesserung wird nur in dem Semester gewertet, in dem sie erreicht wurde.

11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	

1	Modulbezeichnung 56080	Praxisseminar Practical seminar	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Praxisseminar (SWS)	5 ECTS
3	Lehrende		

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	Inhalt	Das Praxisseminar beinhaltet die eigenständige Bearbeitung einer praxisbezogenen Aufgabenstellung (in der Regel in Kooperation mit einem Praxispartner).
6	Lernziele und Kompetenzen	Im Praxisseminar zeigen die Studierenden, dass sie in der Lage sind, ihre zuvor erworbenen theoretischen und methodischen Kompetenzen eigenständig auf eine praxisrelevante Aufgabenstellung anzuwenden. Hierbei müssen die Studierenden eigenständig die Strukturierung, Analyse, Bewertung und Entwicklung einer wissenschaftlich und methodisch fundierten Lösung zur Aufgabenstellung erarbeiten. Die Studierenden sind in der Lage, mithilfe ihres spezialisierten und vertieften Fachwissens Ideen und Konzepte zur Lösung dieses wissenschaftlichen Problems zu entwickeln. Dabei müssen sich die Studierenden neben aktuellen und sehr spezifischen Marketingkenntnissen auch Fachkenntnisse angrenzender Disziplinen (z.B. Wirtschaftsinformatik u.v.w.) eigenständig erschließen. Die Studierenden führen das Projekt auf der Basis breiter und spezialisierter Forschungsmethodik durch. Die Lernprozesse können sie dabei selbständig gestalten, reflektieren und methodisch erweitern.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Nach Maßgabe der anbietenden Lehrstühle. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Kernbereich gehört, vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalität auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminararbeit+Vortrag
11	Berechnung der Modulnote	Seminararbeit+Vortrag (100%)
12	Turnus des Angebots	Unregelmäßig
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben

1	Modulbezeichnung 52581	Praxisseminar: Entwicklung und Vermarktung innovativer Versicherungsprodukte Seminar: Development and marketing of innovative insurance products	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Praxisseminar: Entwicklung und Vermarktung innovativer Versicherungsprodukte (Development and marketing of innovative insurance products) (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Nadine Gatzert	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Nadine Gatzert Prof. Dr. Martina Steul-Fischer
5	Inhalt	Das interdisziplinäre Praxisseminar wird von dem Lehrstuhl für Versicherungswirtschaft und Risikomanagement und dem Lehrstuhl für BWL, insb. Versicherungsmarketing sowie einem Praxispartner veranstaltet und vermittelt den Studierenden praxisnahe Kenntnisse zu (Produkt-) Entwicklungen und der Vermarktung von innovativen Versicherungsprodukten in Versicherungsunternehmen.
6	Lernziele und Kompetenzen	Studierende können <ul style="list-style-type: none"> • eigenständig innovative Versicherungsprodukte konzipieren • Risiken identifizieren und die Risikosituation bewerten • innovative Vermarktungskonzepte entwickeln • anhand einer Abschlusspräsentation wesentliche Inhalte vorstellen
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Grundlegende Kenntnisse der Versicherungswirtschaft sind hilfreich, aber nicht erforderlich. Die Anmeldung erfolgt per E-Mail an wiso-vwrm@fau.de unter Zusendung des Notenspiegels und des Lebenslaufs (beschränkte Teilnehmerzahl). Auswahl auf Basis der Studienleistungen und des Lebenslaufs).
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;1;3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation 20-30 Minuten, inklusive Protokoll zur Präsentation sowie Präsentationspapier, in Gruppenarbeit.
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (100%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 55521	Praxisseminar mit Prof. Dr. Heinrich v. Pierer Practical seminar with Prof. Dr. Heinrich v. Pierer	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Praxisseminar mit Prof. Dr. Heinrich v. Pierer (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Prof. Dr. Heinrich Pierer Michael Mertel	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	Inhalt	In dem Seminar erarbeiten die Studierenden zu wechselnden Rahmenfragestellungen in Gruppen eigenständig Seminararbeiten deren Ergebnisse im Rahmen von zwei Blockterminen vorgetragen, verteidigt und diskutiert werden.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden erarbeiten in Gruppen weitgehend selbstgesteuert und autonom Analysen zu komplexen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen. Hierzu führen die Studierenden Dokumentanalysen und Literaturrecherchen durch und entscheiden weitgehend eigenständig über die zu verwendenden Analysemethoden. Das Ziel ist die Erarbeitung, Strukturierung und Darstellung von detailliertem und spezialisiertem Wissen auf dem aktuellen Erkenntnisstand zu der jeweils ausgeschriebenen Fragestellung. Die erarbeiteten Ergebnisse werden anschließend gemeinsam von der Gruppe in dem Seminar vertreten und vor Fachvertretern verteidigt. Durch die Bearbeitung der Fallstudien in Kleingruppen wird das Übernehmen herausgehobener Verantwortung sowie die fachliche Weiterentwicklung der Studierenden gefördert.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Wahlbereich 2: Management von Start-up Unternehmen Master of Science Management 2009 Wahlbereich 3: Management industrieller Unternehmen Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Hausarbeit Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Hausarbeit (70%) Präsentation (30%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch

1	Modulbezeichnung 57410	Product innovation management in emerging markets	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Product Innovation Management in Emerging Markets (vhb) (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Peter Bican Rabab Saleh	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter Bican Annette Bilgram
5	Inhalt	<p>This course is an online course, which is included in the curriculum of the Virtuelle Hochschule Bayern (vhb). Hence, this course will be conducted online only. Attendance is only required for examination (see section method of examination).</p> <p>The course Product Innovation Management in Emerging Markets is intended for future managers and entrepreneurs who want to understand the trends in the management of innovation in an emerging markets context.</p> <p>The course includes a combination of online lectures, videos, keynotes and case studies in which participants study the management of innovation in emerging economies. Course contents include:</p> <ul style="list-style-type: none"> • An introduction to product innovation management in emerging markets • Basic definitions and concepts of emerging markets as well as innovation • Classification and case studies of innovations originating from emerging markets: e.g. frugal innovation, jugaad and reverse innovation • A discourse about the transformation of research and development (R&D) strategies and innovation strategies of Multinationals <p>Currents trends and future outlook on the innovation management in emerging markets</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Students will:</p> <ul style="list-style-type: none"> • become familiar with the scientific literature about innovation management in emerging markets. • understand basic concepts of innovation and emerging markets. • learn different types of innovations originating from emerging markets. • apply their knowledge about innovation in emerging markets in case studies. <p>learn to apply the case study method as part of an interdisciplinary team (group presentation).</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Basic understanding of general management and innovation management topics (Bachelor level).
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1

9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Fallstudie(n) Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Fallstudie(n) (60%) Präsentation (40%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	<p>Radjou, N., & Prabhu, J. (2015), Frugal Innovation: How to Do More with Less. London: Profile Books.</p> <p>Govindarajan V. and Trimble C. (2012), Reverse Innovation, Harvard Business Review Press</p> <p>Radjou, N. and J. Prabhu (2015) Frugal innovation: how to do more with less. London: Pro?le Books</p> <p>Radjou, N. and J. Prabhu (2015) Frugal innovation: how to do more with less. London: Pro?le Books</p> <p>Brem A. and Viardot E. (2013), Evolution of Innovation Management, Palgrave Macmillan</p> <p>Agarwal, N., Grottke, M., Mishra, S., & Brem, A. (2017). A systematic literature review of constraint-based innovations: state of the art and future perspectives. <i>IEEE Transactions on Engineering Management</i>, 64(1), 3-15.</p> <p>Agarwal, N., & Brem, A. (2017). Frugal innovation-past, present, and future. <i>IEEE Engineering Management Review</i>, 45(3), 37-41.</p> <p>Agarwal, N., Chakrabarti, R., Brem, A., & Bocken, N. (2018). Market driving at Bottom of the Pyramid (BoP): An analysis of social enterprises from the healthcare sector. <i>Journal of Business Research</i>, 86, 234-244</p>

1	Modulbezeichnung 57420	Profiting from ideas and inventions - an introduction to intellectual property rights	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Profiting from Ideas and Inventions: An Introduction to Intellectual Property Rights (vhb) (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Rabab Saleh	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter Bican Annette Bilgram
5	Inhalt	<p>This course is an online course, which is included in the curriculum of the Virtuelle Hochschule Bayern (VHB). Hence, this course will be conducted online only. No physical attendance is required throughout the course.</p> <p>This course targets students who want to learn how to employ their ideas, inventions, and creativity successfully in the long run, independent of the (business) context. To profit from these, intellectual assets are critical. Thereby, intellectual property (IP) such as know-how, inventions, brands, patents, and trade secrets is oftentimes the largest proportion of a firms total wealth. Not only in technology and innovation management, IP rights can guide individuals and firms alike over the life-cycle of an offering and beyond. And yet, most firms do not proactively manage these assets.</p> <p>Moreover, knowing, understanding, and applying intellectual property is not limited to firms but crucial for each individual. Entrepreneurs, artists, and other creative people can benefit immensely from dealing with this topic, especially in navigating challenges from digitalization.</p> <p>Focusing on the fundamental basics, this introductory course gives an overview of the different types of IP after portraying their historic background. Theory and central key concepts will alternate with case examples from practice. Examples span a variety of fields and types. Besides insights into application of IP rights within the business context, thematic excursions will dive into areas of entrepreneurship, emerging markets, and the digital economy and their specific application of IP.</p> <p>The key learning of this course is to deepen the understanding of intellectual property rights and their great relevance throughout daily life and in todays business world. Making use of the advantages of an online course format, this course also includes a variety of interactive and game elements as well as videos to train and deepen the course contents.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Students will:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acquire a basic understanding of the different types of IPRs, their interplay, and differentiation. • Learn to understand and evaluate their practical application before and within different organizational, regional, and contextual backgrounds. • Familiarize with the functioning of intellectual property, its historic roots, and the role of intellectual property in society.

		<ul style="list-style-type: none"> • Apply their knowledge of intellectual property rights in case studies. • Analyze IP problems and cases, and apply decisions and recommendations. <p>Become familiar with the scientific literature about IPR in various (business) contexts.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	None
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminararbeit Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Seminararbeit (50%) Präsentation (50%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Bican, P.M., Guderian C.C., & Ringbeck A. (2017). Managing Knowledge in Open Innovation Processes: An Intellectual Property Perspective. <i>Journal of Knowledge Management</i> , 21 (6), 1384-1405. Brem, A. & Nylund, P. (2017). Open innovation and intellectual property rights: How do SMEs benefit from patents, industrial designs, trademarks and copyrights? <i>Management Decision</i> , 55 (6), 1285-1306. Brem, A. Nylund, P. & Schuster, G. (2016). Innovation and de facto standardization: The influence of dominant design on innovative performance, radical innovation, and process innovation. <i>Technovation</i> , 5051, 79-88. Conley J.G., Bican, P.M., & Ernst H. (2013). Value Articulation A Framework for the Strategic Management of Intellectual Property. <i>California Management Review</i> , 55 (4) (Summer 2013), 102-120. Conley J.G., Bican, P.M., & Wilkof N. (2013). Study on Patents and the Public Domain (II) Impact of Certain Enterprise Practices, World Intellectual Property Organization (WIPO) Discussion Paper. http://www.wipo.int/edocs/mdocs/en/cdip_12/cdip_12_inf_2rev.pdf .

1	Modulbezeichnung 57310	Publishing in management journals	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Im aktuellen Semester werden keine Lehrveranstaltungen zu dem Modul angeboten. Für weitere Auskünfte zum Lehrveranstaltungsangebot kontaktieren Sie bitte die Modul-Verantwortlichen.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Sebastian Junge
5	Inhalt	Die Studierenden sollen den wissenschaftlichen Publikationsprozess kennenlernen. Hierfür werden die Stärken und Schwächen der Masterarbeit noch einmal detailliert betrachtet, um unter Berücksichtigung dieser Erkenntnisse die Masterarbeit in ein entsprechendes Forschungspapier zu entwickeln. Im Anschluss sollen die Studierenden, in Rücksprache mit Ihrem Betreuer, ein geeignetes Zieljournal identifizieren und ein Schreiben an die Herausgeber des identifizierten Journals (letter to the editors) formulieren.
6	Lernziele und Kompetenzen	Das Seminarangebot richtet sich an forschungsinteressierte Studierende, die nach ihrem Masterabschluss eine akademische Karriere in Erwägung ziehen. Mithilfe des Moduls sollen die Studierenden einen Einblick in die Forschungs- und Publikationstätigkeit erhalten und die notwendigen Prozessschritte hin zu einer Veröffentlichung eines Forschungspapiere kennenzulernen.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul kann nur belegt werden, wenn eine Masterarbeit am Lehrstuhl für Unternehmensführung parallel zu diesem Seminar geschrieben wird, bzw. bereits in einem vorangegangenen Semester absolviert wurde. Im Vorfeld ist eine Bewerbung an den jeweiligen Betreuer der Masterarbeit zu richten.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminararbeit
11	Berechnung der Modulnote	Seminararbeit (100%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Keine

1	Modulbezeichnung 52592	Quantitative methods in energy market modelling	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Karl Gregor Zöttl
5	Inhalt	<p>It is the purpose of the course to understand and quantitatively analyse the economic interaction of the players and institutions in liberalized energy markets.</p> <p>Liberalized electricity markets can be segmented in a regulated part (the networks) and the non-regulated parts (generation and retail) where private companies interact in a market environment. The interaction of the different agents is analysed with computational equilibrium frameworks based the concepts applied in industrial organization. Next to the fundamental understanding of the relevant market interaction, the models allow for a quantitative analysis of proposals for the design of energy markets. The participants thus develop the tools for an autonomous assessment of currently discussed policies in liberalized electricity markets (e.g. changed support schemes for renewables, changed network tariff systems, impact of capacity markets).</p> <p>The course aims at students in the field of economics /business as well as students in the fields of engineering and mathematics. An integral part of the course id formed by homework assignments conducted in groups. The ability to cooperate also beyond the classical limits of each discipline is an important qualification for the students careers, which should be stimulated in the context of this course.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>The students:</p> <ul style="list-style-type: none"> • develop a clear picture of the relevant market participants in liberalized electricity markets and understand their incentives and objectives • learn fundamental concepts and models which allow to analyze the interaction at those markets • get to know important publically available data sources which allow for a quantitative analysis of the market situations considered • know the current challenges when designing those markets and can quantitatively analyze the solutions proposed in the current policy debate.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>The students should be familiar with the mathematical methods acquired during their Bachelor degree.</p> <p>Institutional knowledge of electricity markets is not required.</p>
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232

10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur schriftlich
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (80%) schriftlich (20%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Daniel Kirschen and Goran Strbac: Power System Economics, Wiley 2004. Steven Stoft: Power System Economics, Wiley 2002. Wolfgang Ströbele, Wolfgang Pfaffenberger, Michael Heuterkes: Energiewirtschaft, Oldenbourg 2010.

1	Modulbezeichnung 52260	Quantitative Risk Assessment with Excel Quantitative risk assessment with Excel	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Nadine Gatzert
5	Inhalt	<p>Das Seminar vermittelt fundierte und vertiefende Kenntnisse für den Einsatz des Tabellenkalkulationsprogramms Excel als Standardsoftware durch Anwendung auf die computergestützte Risikoeinschätzung und Bewertung von Unternehmen sowie verschiedenen komplexen Finanzinstrumenten.</p> <p>Hierzu werden ausgewählte Fragestellungen und Themenblöcke aus dem Bereich Insurance & Finance behandelt.</p> <p>Inhalte der Fallstudien umfassen zunächst Grundlagen zu Excel und der Monte-Carlo-Simulation. Vertiefend wird dann u.a. auf Risikomaße, die Modellierung des Aktienmarktes, die Erstellung von Risiko-Rendite-Profilen von Fonds, Derivaten, Financial Engineering, Optionsbewertung (Binomialbaum, Black-Scholes-Formel, Greeks, Volatility Smile) sowie die Maximum-Likelihood-Methode eingegangen.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	Studierende erwerben fundierte Kenntnisse in Excel, lernen Methoden und typische Herangehensweisen in Insurance und Finance kennen, können diese anwenden und kritisch hinterfragen.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Grundlegende Kenntnisse in Finanzierung sind hilfreich. Die Anmeldung erfolgt über StudOn (Termine werden auf der Lehrstuhlhomepage bekanntgegeben).
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	<p>elektronische Prüfung (60 Minuten)</p> <p><i>Im Sommersemester besteht vorlesungsbegleitend die Möglichkeit einer freiwilligen Notenverbesserung, wobei eine Verbesserung um bis zu 0,3 Notenstufen erfolgen kann. Dazu können Studierende auf StudOn vier je ca. 10-minütige Online-Kurztests (Quizze) zur Aufbereitung des Vorlesungsstoffs bearbeiten. Die Notenverbesserung erfolgt, wenn die Quizze erfolgreich bearbeitet wurden sowie die Klausur mit der Note 4,0 oder besser bestanden wurde. Etwaige Quizergebnisse aus dem Sommersemester werden für eine Prüfung im Wintersemester übernommen.</i></p> <p>Ohne Ableistung der Prüfungsleistung kann das mit 2 SWS bewertete Seminar als Schlüsselqualifikation im Rahmen des SQ-Moduls belegt werden. In diesem Fall besteht Anwesenheitspflicht.</p>

11	Berechnung der Modulnote	elektronische Prüfung (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 57360	Recht der börsennotierten Aktiengesellschaft	5 ECTS	
2	Lehrveranstaltungen	Zu diesem Modul sind keine Lehrveranstaltungen oder Lehrveranstaltungsgruppen hinterlegt!		
3	Lehrende	Zu diesem Modul sind keine Lehrveranstaltungen und somit auch keine Lehrenden hinterlegt!		

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Jochen Hoffmann
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung: Grundlagen des Aktienrechts • Der Weg in eine börsentaugliche Rechtsform (insbes. durch Umwandlung) • Der Börsengang: rechtliche Anforderungen und Haftungsrisiken • Das Sonderrecht börsennotierter Gesellschaften: Aktien- und kapitalmarktrechtliche Pflichten • Die börsennotierte AG als Ziel eines Übernahmeangebots • Going private: Squeeze-out, echtes und kaltes Delisting
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erkennen die rechtlichen Anforderungen an einen Börsengang und untersuchen die sich dabei stellenden Probleme, • sind in der Lage, den Ablauf eines Börsengangs zu beschreiben und die dabei auftretenden Risiken zu bewerten, • können Fragestellungen des aktien- und kapitalmarktrechtlichen Pflichtenregimes erkennen und bewerten, • erkennen die Pflichten bei Übernahmeangeboten und sind in der Lage, einen Rückzug von der Börse zu gestalten, • wenden gewonnene Erkenntnisse auf konkrete Sachverhalte an.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Teilnahme an der Bachelorveranstaltung Wirtschaftsprivatrecht (Recht II) oder einer vergleichbaren Veranstaltung, in der die Grundlagen des Aktienrechts behandelt werden, sowie an der Masterveranstaltung Rechtliche Grundlagen der Start up-Unternehmen
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester

15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Langenbucher, Aktien- und Kapitalmarktrecht

1	Modulbezeichnung 57370	Rechtliche Grundlagen der Start-up-Unternehmen	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Zu diesem Modul sind keine Lehrveranstaltungen oder Lehrveranstaltungsgruppen hinterlegt!	
3	Lehrende	Zu diesem Modul sind keine Lehrveranstaltungen und somit auch keine Lehrenden hinterlegt!	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Jochen Hoffmann
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Die Wahl der Rechtsform (Anzahl und Art der Gründer, Zweck/Gegenstand des Unternehmens, Kosten/Aufwand, Kaufmannseigenschaft) • Die Gestaltung des Gesellschaftsvertrages (obligatorische und fakultative Regelungen) • Das Verfahren der Errichtung (Beratung und Beurkundung durch den Notar, Kapitalaufbringung, Anmeldung zum Handelsregister, Eintragung in das Handelsregister, Bekanntmachungen, Genehmigungsvorbehalte) • Die Beschaffung von Eigenkapital bei Investoren (Möglichkeiten der Vertragsgestaltung insbesondere bei (Venture-)Kapitalgebern) • Die Gestaltung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen • Die Gestaltung des Impressums • Datenschutzrechtliche Anforderungen an Unternehmen
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erkennen die verschiedenen Optionen bei der Rechtsformwahl und untersuchen die sich dabei stellenden Probleme, • sind in der Lage, einen Gesellschaftsvertrag sach- und interessengerecht zu gestalten und die dabei auftretenden Risiken sowie Folgen abzuwägen und zu bewerten, • können Fragestellungen des Errichtungsverfahrens sowie der Eigenkapitalbeschaffung erkennen und bewerten, • sind in der Lage, Allgemeine Geschäftsbedingungen, das Impressum sowie die Erhebung bzw. Verarbeitung personenbezogener Daten recht- und zweckmäßig zu gestalten, • wenden gewonnene Erkenntnisse auf konkrete Sachverhalte an.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Teilnahme an den Bachelorveranstaltungen Grundlagen des öffentlichen Rechts und des Zivilrechts (Recht I) oder Wirtschaftsprivatrecht (Recht II) oder einer vergleichbaren Veranstaltung über die Grundlagen des Zivilrechts, die mit mindestens 5 ECTS bewertet wird.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation

11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Kamanabrou, Vertragsgestaltung (daraus §§ 1, 2, 3, 9). Weitere geeignete Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 57455	Regeneration and sustainable development	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	Inhalt	<p>The seminar provides content on the basics of regenerative practices across different industries and context. The course is divided into three general blocks.</p> <p>The first block of sessions will provide context into the importance of regeneration considering the limitations of current frameworks such as corporate philanthropy, corporate social responsibility and corporate sustainability management.</p> <p>The second block of sessions will concentrate in understanding the regenerative principles, the importance of socio-ecological systems and circularity.</p> <p>The third block of sessions will focus on analysing regeneration/circularity in practice by looking at:</p> <ul style="list-style-type: none"> i) Innovative business models that include regenerative practices and/or circularity ii) Transitions towards regeneration in agrofood systems. iii) Industrial ecology and circular practices iv) Risk management practices for climate change <p>Students will have a mid term presentation and final presentation where they will identify an innovative business model that integrates regeneration/circularity. In addition, they will have to document in detail the aspects of the model.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>At the end of the seminar students will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Criticize and frame the limits of our current system • Articulate the root causes of today's wicked problems • Describe the underlying principles of regeneration and circularity • Define characteristics of regenerative and circular enterprises • Contrast traditional enterprises with innovative business/practices models based on regeneration and/circularity
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Previous courses on sustainability management are recommended but not required.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Hausarbeit Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Hausarbeit (50%) Präsentation (50%)

12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	All necessary materials will be provided via StudOn

1	Modulbezeichnung 57430	Research projects in strategic management	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Im aktuellen Semester werden keine Lehrveranstaltungen zu dem Modul angeboten. Für weitere Auskünfte zum Lehrveranstaltungsangebot kontaktieren Sie bitte die Modul-Verantwortlichen.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Sebastian Junge
5	Inhalt	Das Seminar soll Studierende dazu befähigen, sich kritisch mit aktuellen Fragestellungen des strategischen Managements auseinanderzusetzen. Durch die Einholung weitreichender Informationen (z.B. Datenerhebung), erarbeiten die Studierenden eine Lösung zu einem vorgegebenen, aktuellen Themengebiet. Die Erkenntnisse werden anschließend in einer mündlichen Prüfung dargestellt und diskutiert.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden erlernen, sich kritisch mit aktuellen Fragestellungen des strategischen Managements auseinanderzusetzen. Hierbei erlernen die Studierenden Informationen zieltgerecht und detailliert zu beschaffen und diese lösungsorientiert aufzubereiten.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine https://www.unternehmensfuehrung.rw.fau.de/studium-lehre/aktuelle-lehre/research-projects-in-strategic-management/
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	mündlich
11	Berechnung der Modulnote	mündlich (100%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch Englisch
16	Literaturhinweise	Keine

1	Modulbezeichnung 57351	Seminar Pflegemanagement Care Management	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Pflegemanagement (3 SWS) Es besteht Anwesenheitspflicht.	5 ECTS
3	Lehrende	Kristina Kast	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	Inhalt	<p>Motivation Da das Thema Altenpflege in Deutschland immer relevanter wird, wird auch die Gesellschaft immer mehr für Bedürfnisse der Betroffenen und die Ressourcenverfügbarkeit in der Pflege sensibilisiert. Forschung stellt eine Möglichkeit dar, bei Problemlösungen zu helfen, ist jedoch in diesem Bereich noch unterrepräsentiert. Insbesondere das Sub-Thema „Qualität in der Pflege“ benötigt mehr Aufmerksamkeit und stellt im Wintersemester 23/24 den Schwerpunkt des Seminars dar.</p> <p>Anforderungen In dieser Veranstaltung bekommen die Seminarteilnehmer(innen) die Gelegenheit, selbst intensive Forschung im Bereich Qualität in der Pflege zu betreiben. Dabei sucht jede(r) Teilnehmer(in) selbst ein für sie/ihn interessantes Thema, identifiziert eine Forschungslücke und konzipiert eine dazu passende Untersuchung, die sie/er anschließend durchführt. Ihre Arbeit fassen die Teilnehmer(innen) jeweils in Form eines kurzen, wissenschaftlichen Aufsatzes (paper) zusammen und präsentieren diesen in Form eines Wissenschaftsposters (research poster) den an der Veranstaltung beteiligten Kommiliton(inn)en.</p> <p>Unterstützungsangebot In allen Phasen des Seminars werden die Teilnehmer(innen) bei ihrer selbstständigen Arbeit intensiv unterstützt und kontinuierlich begleitet. Hilfestellung erfolgt in Form von Input zum Hintergrundwissen, Gastvorträgen aus der Praxis, individueller Begleitung bei der Erarbeitung von methodischen Konzepten und mehreren gemeinsamen Schreibsitzungen während der Schreibphase. Die Präsenztermine (ggf. auch digitale Einzeltermine) finden in Plenum statt, parallel steht ein Pool an möglichen Einzelterminen mit der Dozentin zur Verfügung.</p> <p>Mehrwert für Studierende Auf diese Weise, lernen Studierende sowohl den Pflegesektor als auch die Welt der Wissenschaft kennen. Sie lernen Sachverhalte zu hinterfragen und erhalten die Gelegenheit, selbst zur Lösung eines wichtigen gesellschaftlichen Problems beizutragen. Sie nehmen gleichzeitig Wissen und Fertigkeiten mit, die sie sowohl bei ihrer anstehenden Abschlussarbeit als auch bei anderen Aufgaben in ihrer Laufbahn einsetzen können.</p> <p>Übergeordneter Mehrwert Dieses Seminar zielt darauf ab, das Interesse der Studierenden an der Forschung zu wecken. Indem das Seminar die reale Forschung in</p>

		universitäre Lehre einbindet, trägt es zur Entwicklung der innovativen Lehre bei. Zusätzlich fördert es mit seiner Einbeziehung der Studierenden in die Forschung, mit seinem Bezug zu anspruchsvollen gesellschaftlichen Problemen sowie seiner organisatorischen Flexibilität zur nachhaltigen Entwicklung der Hochschulbildung bei.
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • verstehen die vermittelten Inhalte • nehmen an der gemeinsamen Diskussion teil • erarbeiten selbstständig ihr Thema • sind in der Lage, ihr Vorhaben zeitlich zu planen • sind in der Lage, ihr methodisches Vorgehen und ihre Ergebnisse in Form eines wissenschaftlichen Aufsatzes zu verfassen • sind in der Lage, ihre Arbeit angemessen zu visualisieren und zu präsentieren
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Die Anmeldung erfolgt per Mail an Lena.Jaegers@fau.de, der Anmeldezeitraum wird rechtzeitig bekannt gegeben.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Hausarbeit Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Hausarbeit (70%) Präsentation (30%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 55511	Seminar zum Genossenschaftswesen Seminar on cooperatives	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	Inhalt	Im Rahmen des Moduls wird in Kooperation mit dem Genossenschaftsverband Bayern die Genossenschaft als besondere Form der Unternehmung näher betrachtet. Ziel der Veranstaltung ist es sowohl die Bedeutung und Entwicklung der Genossenschaften aufzuzeigen, als auch auf aktuelle Forschungs- und Praxisprobleme tiefergehend einzugehen. Neben einem einführenden Teil (in Vorlesungsform), der insbesondere das Genossenschaftswesen und seine Besonderheiten aus der theoretischen Perspektive näher erläutert, ist die eigenständige Bearbeitung und Präsentation einer zuvor definierten praxisrelevanten Fragestellung weiterer Bestandteil des Seminars.
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Im Rahmen des Moduls erhalten die Studierenden einen tiefergehenden Einblick in die aktuellen Problemfelder und Herausforderungen von genossenschaftlichen Unternehmen und verfügen somit über ein spezialisiertes und detailliertes Wissen über das Genossenschaftswesen. Durch erworbene analytische und konzeptionelle Fertigkeiten sind sie ferner in der Lage komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen eigenständig zu bearbeiten und die richtigen Methoden und Strukturierungsansätze zur Bewältigung dieser Aufgaben zu finden und erfolgreich anzuwenden.</p> <p>Konkret entwickeln die Studierenden insbesondere die Fähigkeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die besonderen Planungs- und Gestaltungsprobleme von Genossenschaften zu verstehen • nach relevantem Wissen und Informationen zu recherchieren, diese zu bewerten, zu verdichten und zu strukturieren sowie <ul style="list-style-type: none"> - die geeigneten strategischen Analyseinstrumente und -methoden zur Bewältigung des konkreten Praxisproblems zu finden, diese zielführend anzuwenden sowie • Handlungsalternativen aufzuzeigen. <p>Durch die Zusammenarbeit im Team sind die Studierenden ferner in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • zielorientiert mit anderen zusammenzuarbeiten und vernetzt zu denken, • sich rational und verantwortungsbewusst mit Interessens- und Kommunikationskonflikten im Rahmen der Gruppenarbeit auseinanderzusetzen, aber auch mit Unterschieden in Denk- und Handlungsmustern umzugehen • in klarer und eindeutiger Weise die gewonnenen Erkenntnisse sprachlich und visuell zu vermitteln sowie überzeugend zu präsentieren

		<ul style="list-style-type: none"> • sowie komplexe fachbezogene Probleme und Lösungen gegenüber Dritten argumentativ zu vertreten
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Hausarbeit
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (50%) Hausarbeit (50%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Kursspezifische Literatur

1	Modulbezeichnung 57241	Service innovation	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kathrin Mösllein Prof. Dr. Angela Roth
5	Inhalt	Services now account for over 80% of all transactions in developed economies, but typically receive much less R&D attention than products. Developing service innovations demands a clear strategy from businesses with four interlocking core elements: search, selection, implementation and evaluation of innovative concepts. If even one of these phases is not been clearly thought through, the entire innovation process is likely to collapse. This course focuses on successful approaches, methods, tools and efforts to develop service innovations.
6	Lernziele und Kompetenzen	The students can: <ul style="list-style-type: none"> • learn about items, notions, characteristics and special features in innovation management for services, service design methods and cases. • learn to judge and discuss innovation management tasks and alternative solutions with respect to the specialties of services. • experience methods of service design by themselves in interactive lectures, gain a feeling for suitable methods and learn to reflect different effects. • apply their knowledge and competences in solving cases and thereby analyze selected issues of managing, developing and innovating services. • work together in international small work groups, present their results in English, give feedback to other students work and discuss different solution approaches.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<ul style="list-style-type: none"> • Basic understanding of product and service business processes • General knowledge on management and strategy • Openness to work interactively and in interdisciplinary and international teams
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192 Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Seminararbeit
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (30%) Seminararbeit (70%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester

13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Specific literature will be listed in the course

1	Modulbezeichnung 53674	Strategic problem solving in the digital age	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harald Hungenberg Prof. Dr. Sebastian Junge
5	Inhalt	Durch die Einflüsse der fortschreitenden Digitalisierung stehen ganze Branchen vor dem Umbruch und deren Unternehmen vor neuen Herausforderungen. Data security, eServices, Connected mobility und eHealth sind nur einige der Schlagwörter, mit denen sich die Unternehmen beschäftigen müssen, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Die Veranstaltung befasst sich mit den Lösungskonzepten dieser strategischen Herausforderungen und deren managementorientierter Kommunikation. Der Fokus liegt neben der Problemstrukturierung auf einer, durch Theorie gestützten, praxisnahen Problembearbeitung sowie der adäquaten Kommunikation der Problemlösung. Den Studierenden werden hierfür moderne, zielgruppenspezifische Vorgehensweisen und (Methoden-)Techniken vermittelt. Die interaktive Veranstaltung schließt die Bearbeitung einer realen Fallstudie mit abschließender Ergebnispräsentation durch Studierendenteams ein.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden lernen fortgeschrittene Methoden und Instrumente kennen, die im Rahmen des (strategischen) Managements von Unternehmen eine große Rolle spielen und diese auf praktische Fragestellungen anwenden können. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf fortgeschrittenen Methoden der Problemstrukturierung (z.B. System Dynamics) und Kommunikation (z.B. Stickyness). Darauf aufbauend entwickeln die Studierenden im Rahmen einer realen Fallstudie aus der Unternehmenspraxis eine Präsentation, um die von ihnen erarbeitete Problemlösung zu kommunizieren. Innerhalb dieser Kooperation lernen die Studierenden, eine aktuelle strategische Herausforderung zu einem eingegrenzten Themenbereich zu bearbeiten, einen Lösungsvorschlag zu entwickeln und diesen in einer wissenschaftlichen Diskussion zu verteidigen. Hierdurch werden fachliche und persönliche Kompetenzen entwickelt. Die Studierenden geben und erhalten im Rahmen interaktiver Präsentationen der Arbeitsergebnisse ein wertschätzendes Feedback über die erbrachte Leistung.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Teilnehmerzahl ist auf maximal 20 Studierende begrenzt. Der Bewerbungszeitraum wird über Homepage oder StudOn bekannt gegeben. https://www.unternehmensfuehrung.rw.fau.de/studium-lehre/aktuelle-lehre/strategic-problem-solving-in-the-digital-age/
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2

9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	schriftlich/mündlich
11	Berechnung der Modulnote	schriftlich/mündlich (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch Englisch
16	Literaturhinweise	Hungenberg, H.: Problemlösung und Kommunikation im Management: Vorgehensweise und Techniken, 3. Aufl., München, 2010. Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen, 8. Aufl., Wiesbaden 2014. Minto, B.: The Pyramid Principle, London, 4. Aufl., Harlow 2009. Cialdini, R.: The Psychology of Persuasion, 2007. Heath, C. and Heath, D.: Made to Stick, 2007.

1	Modulbezeichnung 56220	Strategic supply management	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Tutorium: Stud. Tutorium: Strategic Supply Management (1 SWS) Vorlesung: Strategic Supply Management (4 SWS) Übung: Übung Strategic Supply Management (2 SWS)	- 5 ECTS -
3	Lehrende	Christopher Münch Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann
5	Inhalt	Die Kernkompetenzen die dieser Kurs vermittelt, fokussieren sich um die grundlegenden Elemente des strategischen Beschaffungsmanagements. Hierzu gehören Themen wie die Berücksichtigung von Risiken und Unsicherheiten in Supply Chains, das organisationsübergreifende Beziehungsmanagement, die Entwicklung von Supply Chains in Wachstumsmärkten und die Schaffung nachhaltiger grüner Supply Chains.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Teilnehmer werden in alle wesentlichen Aspekte der (strategischen) Beschaffung, inkl. der Leistungsmessung und Steuerung eingeführt. Hierbei wird ein Schwerpunkt auf den Transfer der theoretischen Grundlagen auf praktische Anwendung gelegt. Dies wird anhand von Praxisbeispielen und praxisnahen Fallstudien sichergestellt.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Fallstudie(n) Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Fallstudie(n) (30%) Klausur (70%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Van Weele, A (2010) Purchasing and Supply Chain Management, 5. Auflage, Cengage, London. Weitere Literatur wird spezifische in der jeweiligen Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 52761	Strategische Vorausschau in Theorie und Praxis Strategic forecasting in theory and practice	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Strategische Vorausschau in Theorie und Praxis (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Christopher Münch Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann
5	Inhalt	<p>Trend- und Zukunftsforschung etabliert sich zunehmend als eigener Fach-/Funktionsbereich in Organisationen. In der Wirtschaft und bei Verbänden untersuchen Corporate Foresight-Experten die Zukunft von Industrien, Märkten, neuen Geschäftsmodellen oder aber der Wettbewerbslandschaft. Im öffentlichen Bereich werden im Sinne der regionalen Vorausschau vor allem die Stadt- und Raumentwicklung, gesellschaftliche und technologische Fragestellungen adressiert. Auch auf Bundesebene (s. BMBF Foresight Prozess) und in den Rahmenforschungsprogrammen der EU (s. European forward-looking activities) spielt die strategische Vorausschau inzwischen eine herausragende Rolle.</p> <p>Dieses Seminar vermittelt die Grundlagen der strategischen Vorausschau. Jede der drei Phasen des Vorausschau-Prozesses (Scanning, Foresight, Transfer) wird im Detail behandelt. Teilnehmer erhalten einen Überblick über die Methoden der Zukunftsforschung. Ein besonderer Fokus liegt auf der Szenariotechnik. Mittels vieler praktischer Beispiele wird gezeigt, wie heutige Entscheider aller Organisationen systematisch Zukunftsszenarien entwickeln und auf den eigenen Organisationskontext transferieren können. Zusätzlich bieten renommierte Gastedredner der Zukunftsforschung den Teilnehmenden einen praxisnahen Einblick in die Methoden der strategischen Vorausschau.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden entwickeln ein nachhaltiges Verständnis für das Management von Dynamik und Komplexität. Nach Abschluss des Seminars ist man in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organisationen auf zukünftigen Wandel vorzubereiten • Systematisch neue Trends und schwache Signale aufzuspüren • Die Relevanz und Validität neuer Entwicklungen für eine Organisation zu bewerten • Die potenziellen Implikationen von Entwicklungen zu projizieren • Szenarien in einer strukturierten und systematischen Weise zu entwickeln • Szenarien im organisationalen Kontext einzusetzen • Den Mehrwert von Corporate Foresight zu illustrieren <p>Die erlernten Inhalte können vielfältig im organisationalen Kontext eingesetzt werden, z.B. in Unternehmensentwicklung/Strategieberatung, Innovations- und Risikomanagement. Eine Anwesenheitspflicht begründet sich für alle Teilnehmer des Seminars</p>

		in der Präsentation der Ergebnisse, der regelmäßigen Darstellung und Diskussion der Seminararbeit und den damit verbundenen Feedbackschleifen in der Veranstaltung.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine (Kenntnisse zu Strategie/Innovation jedoch hilfreich)
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminararbeit Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Seminararbeit (60%) Präsentation (40%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 20 h Eigenstudium: 130 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	von der Gracht, H. (2013) Survive: So bleiben Manager auch in Zukunft erfolgreich. Redline Wirtschaft. Kressenbrock, N. G., Salcher, M. & von der Gracht, H. (2015) Herausforderung Energie: Der Energieführerschein für die Entscheider von Morgen. Redline Wirtschaft.

1	Modulbezeichnung 54326	Strategy & AI	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Strategy and AI (2 SWS)	-
3	Lehrende	Prof. Dr. Sebastian Junge	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Sebastian Junge
5	Inhalt	In this seminar, the students interactively define, explore, and challenge use cases and applications for Artificial Intelligence in the (corporate and business) strategy process. Almost daily new AI software is released, which potentially can be beneficial in the strategy process. However, the selection and the right application are a prerequisite for useful and unbiased results. In this seminar use cases are defined together and the results will be presented and discussed.
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>The goal of this seminar is the search, practical application, and critical reflection of various AI tools on real-life uses cases.</p> <p>The student groups develop analyses on various use cases and collectively provide an overview on the current status quo of AI tools and how to approach them. The focus lies on experimenting together how AI tools can bring value to the selected examples.</p> <p>The module furthermore aims to develop the students' understanding of and capability to use (generative) AI in a business environment and to solve a set of specific problems. This includes, among others, the right application and input (e.g., prompts) as well as the critical reflection of the output.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1;3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminararbeit+Vortrag Präsentation & Seminararbeit
11	Berechnung der Modulnote	Seminararbeit+Vortrag (100%) Präsentation (80%), Seminararbeit (20%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 24 h Eigenstudium: 126 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	-

1	Modulbezeichnung 53763	Supply chain management research seminar	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Supply chain management research seminar (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Christoph Küffner	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann
5	Inhalt	Gegenstand dieser Veranstaltung stellen wechselnde Themen aus Forschung und Praxis im Supply Chain Management dar. Dieses Seminar soll dazu dienen, aktuelle Forschungsfragen und Konzepte im Supply Chain Management anwendungsorientiert zu bearbeiten. Anhand wissenschaftlicher Methoden sollen diese Forschungsansätze aufbereitet und abschließend deren mögliche Übertragung in die Praxis diskutiert werden.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden erlangen vertiefte Kenntnisse im Bereich der Forschung im Supply Chain Management und deren Auswirkungen auf die Praxis und die Fähigkeit, vorgestellte Theorien zu verstehen. Sie erlernen durch die eigenständige Bearbeitung wechselnder, forschungsorientierter Themen eine analytische Vorgehensweise und spezifische Fachkenntnisse zur Argumentation und Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Produktions- und Supply Chain Management;
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Wahlbereich 5: Dienstleistungsmanagement Master of Science Management 2009 Wahlbereich 6: Supply Chain Management Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Seminararbeit
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (30%) Seminararbeit (70%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch Englisch
16	Literaturhinweise	Wird im Kurs bekanntgegeben.

1	Modulbezeichnung 52130	Sustainability management and corporate functions	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Advanced Sustainability Management and Corporate Functions (2 SWS) Vorlesung: Advanced Sustainability Management and Corporate Functions (2 SWS)	- 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Markus Beckmann	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	Inhalt	<p>This lecture provides an advanced perspective on Corporate Sustainability Management. The lecture starts with a short recap of sustainability management basics (What is sustainability? Why is sustainability increasingly important for business? What are key concepts of sustainability management?)</p> <p>Following this brief recap of the concepts of sustainability and sustainability management, we take a closer look at selected corporate functions such as strategy, marketing, or supply chain management. For each function, we look at the key drivers for corporate sustainability, relevant management tools, best-practice cases, and will discuss risks and opportunities involved in corporate management.</p> <p>Throughout the lecture, we will follow the concept of integrated sustainability management, thus integrating the three pillars of sustainability: economy, natural environment, and society, into the core of a business.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Students will acquire:</p> <ul style="list-style-type: none"> • advanced knowledge in sustainability management, especially in the selected functional areas • discursive and reflective competencies in regards to societally relevant questions • practical insights for implementing sustainability in real-life applications • insights on potential challenges during the implementation of sustainability management
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	None
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3;1;5
9	Verwendbarkeit des Moduls	Wahlbereich Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	elektronische Prüfung (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	elektronische Prüfung (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester

13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Readings will be provided via StudOn.

1	Modulbezeichnung 57174	Technology-based service innovation	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Technology-based Service Innovation (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Michael Mertel	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	Inhalt	Im Seminar erarbeiten die Studierenden ein Konzept für eine technologiebasierte Dienstleistungsinnovation, wobei sich das Seminar in drei Phasen gliedert. In der ersten Phase werden den Studierenden Grundlagen des Service Design Thinkings vermittelt sowie gemeinsam die für das Seminar geeigneten Methoden der strategischen Analyse rekapituliert. Die zweite Phase umfasst die strategische Analyse einer ausgewählten Branche (B2B oder B2C) in Gruppenarbeit, wobei verschiedene Methoden des Strategischen Managements um Einsatz kommen. Ziel dieser Phase ist der Erwerb von grundlegenden Branchenkenntnissen sowie das Verständnis von zukünftigen Herausforderungen und relevanten Technologien. Die dritte Phase des Seminars besteht aus kreativer Arbeit. Durch Einsatz des Service Design Thinkings werden aus Nutzersicht Innovationspotenziale für Dienstleistungen in den Gruppen erarbeitet. Hierbei sollen verschiedene Methoden des Design Thinkings ausgewählt und angewendet werden. Die dabei erarbeiteten Ideen werden bewertet, diskutiert und die beste als Dienstleistungskonzept detailliert ausgearbeitet.
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • wissen um die Herausforderungen des Managements und der Entwicklung von innovativen Dienstleistungen • sind fähig unter Anwendung von Methoden eine strategische Analyse durchzuführen • beherrschen die Anwendung von designorientierten Innovationsmethoden und Kreativtechniken zur Entwicklung von Dienstleistungsinnovationen • sind in der Lage verschiedene Ideen für eine Dienstleistungsinnovation zu entwickeln und diese systematisch zu bewerten • sind in der Lage dieses Wissen auf eine konkrete Branche anzuwenden und basierend hierauf eine Dienstleistungsinnovation zu entwickeln, auszuarbeiten und zu präsentieren
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232

10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Hausarbeit
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (30%) Hausarbeit (70%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Busse, D. (2005). Innovationsmanagement industrieller Dienstleistungen. Wiesbaden: Gabler. Roger, L. M. (2009). Design of Business: Why Design Thinking is the Next Competitive Advantage. Boston: Harvard Business Review Press Stickdorn, M. (2012). This is Service Design Thinking: Basics, Tools, Cases. Amsterdam : BIS Publishers Voigt, K-I. (2008). Industrielles Management. Berlin: Springer.

1	Modulbezeichnung 52153	The supply of medical services	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harald Tauchmann
5	Inhalt	In this course the market for medical services and in particular the supply of services from physicians and hospitals is analyzed. The focus is on behavioral incentives and how they are shaped by the characteristics of health as a special good as well as by institutional settings. Topics to be covered are supplier induced demand, quality-quantity-relationship in hospitals and optimal reimbursement schemes. The course will also cover individual health behavior. Throughout the course microeconomic models will be used.
6	Lernziele und Kompetenzen	Students <ul style="list-style-type: none"> • understand the behavior of physicians from a microeconomic perspective • can evaluate governmental regulations in health care markets • can discuss reforms in the health care sector
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Solid knowledge of microeconomics and some basic knowledge of econometrics is recommended.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (90 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Zweifel, P., Breyer, F., Kifmann, M. (2009): Health Economics, Springer, 2. Aufl.

1	Modulbezeichnung 57177	Understanding and Mastering Case Studies in Technology and Entrepreneurship	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Im aktuellen Semester werden keine Lehrveranstaltungen zu dem Modul angeboten. Für weitere Auskünfte zum Lehrveranstaltungsangebot kontaktieren Sie bitte die Modul-Verantwortlichen.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter Bican Annette Bilgram
5	Inhalt	Preparing students for managerial careers and real-world situations provides challenging. One way to simulate real-world situations and to deep-dive in realistic problem scenarios is via case studies. The case study method is the most widely used method in academia for researchers interested in qualitative research. Case studies are in-depth studies of a person, group, organization, place, or event that allow the exploration and understanding of complex issues. In a case study, a real-time phenomenon is explored within its naturally occurring context, with the consideration that context will create a difference. Case studies are used to test new theories or ideas, or they can be utilized to improve on existing ideas and theories. Case studies are present in almost all fields of study, but are particularly prevalent in business, psychology, or sociology. In this course, students will learn to craft their own case studies and accompanying teaching notes. They will also learn how to use the case study in classroom and workplace, as well as other fields that successfully apply case studies.
6	Lernziele und Kompetenzen	The students <ul style="list-style-type: none"> • capture the concepts of case studies and recognize the relevance for teaching and practice • understand typical formal and technical aspects of case studies in the field of business and technology management • gain an in-depth understanding on the balance between story and rigorous, scientific content • analyze case studies for strengths and weaknesses • apply techniques to successfully draft and complete their own case study and teaching note.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Interest in technology and innovation management. The course is limited to 25 students. To ensure interdisciplinary teams, there might be restrictions for students of specific fields of studies. Registration for the seminar is only possible at the information meeting. Location and date for the meeting will be announced via the website of the Chair, as well as further details for the application process.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232

10	Studien- und Prüfungsleistungen	Hausarbeit
11	Berechnung der Modulnote	Hausarbeit (100%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Johannes Tiemer, Carsten Guderian, and Peter M. Bican, HKS-Dessous: A Main Street Retail Entrepreneur Handling Digital Change, IVEY Publications, 2017, https://www.iveycases.com/ProductView.aspx?id=85977 > Carsten Guderian and Peter M. Bican, Martin Bauer Group: Corporate Social Responsibility with EinDollarBrille, IVEY Publications, 2016, Peter M. Bican and Quynh Nhu Truong, Bayer in India: Intellectual Property Expropriation?, ISB-IVEY Publications, 2014, Additional reading material will be provided upon start.

1	Modulbezeichnung 56470	Versicherungs- und Risikotheorie Risk and insurance theory	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Versicherungs- und Risikotheorie (1 SWS) Vorlesung: Versicherungs- und Risikotheorie (2 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Nadine Gatzert	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Nadine Gatzert
5	Inhalt	Einführend: Entscheidung bei Sicherheit, Unsicherheit, Risiko; Risikomessung, Risikowahrnehmung, Risikobeeinflussung (Vorgehen und Methoden); Risikobewertung am Beispiel der Versicherungsnachfrage (individuell und aus Unternehmenssicht); Risikobewertung am Beispiel des Versicherungsangebots (Risikotheorie, Schadenprozessmodellierung, Optionspreis-Modell); Problematik der Informationsasymmetrien (Adverse Selektion, Moral Hazard); Enterprise Risk Management (Bedeutung und Rahmenwerke, Risikostrategie, Risikoidentifikation und -bewertung, Governance, Risikokultur); Emerging Risks.
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • haben vertiefte Kenntnisse über die zentralen Konzepte der Risikobewertung sowie der Versicherungs- und Risikotheorie, können diese beurteilen und hinterfragen; • können ihre theoretischen Kenntnisse auf konkrete Fragestellungen anwenden; • erlernen den Umgang mit und die Bewertung von Risiken in Unternehmen; • können die theoretischen Kenntnisse zur Risikomessung im Rahmen einer Monte-Carlo Simulation in Excel umsetzen; • lernen interaktiv im Rahmen von Workshops in Gruppen aktuelle Fragestellungen im Kontext der Versicherungs- und Risikotheorie zu strukturieren, zu erarbeiten und zu präsentieren; • entwickeln und vertiefen dabei ihre Kompetenzen in der Teamarbeit.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1;3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester

13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Die vorbereitende und weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 56231	Versorgungsmanagement I Health services management I	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Versorgungsmanagement I (3 SWS) Es besteht Anwesenheitspflicht.	5 ECTS
3	Lehrende	Lucie Aretz	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	Inhalt	Durch die Einführung des Digitale-Versorgung-Gesetzes soll die Digitalisierung im deutschen Gesundheitswesen vorangetrieben werden. Seitdem sind unter anderem Gesundheits-Apps und Digitale Gesundheitsanwendungen (DiGAs) weitläufig diskutierte Themen. Das Seminar im WS 23/24 findet in Zusammenarbeit mit einer bereits in den App-Stores erhältlichen Gesundheits-App statt, die sich aktuell auch auf dem Weg zur Zertifizierung zur DiGA befindet. In dieser Veranstaltung liegt der Fokus auf der vertieften Betrachtung der zunehmenden Digitalisierung im Gesundheitswesen und den sich daraus ergebenden nachhaltigen Veränderungen in den Behandlungsmöglichkeiten. Die Studierenden haben die Möglichkeit, mittels verschiedener methodischer Ansätze die vielfältigen Facetten der Gesundheits-App zu analysieren (z.B. Kosten(-vorteile), Patientenperspektive etc.)
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erhalten einen Einblick in die verschiedenen Facetten der Versorgung mit Gesundheits-Apps und können diese diskutieren und gegenüberstellen • können mit den erlernten Methoden umgehen und diese selbstständig auf Fragestellungen anwenden bzw. übertragen • können eine vorgegebene Themenstellung eigenständig bearbeiten und die Ergebnisse schriftlich und mündlich präsentieren • können von Studierenden vorgebrachte Ergebnisse angemessen bewerten und Feedback formulieren
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Grundkenntnisse im Gesundheitsmanagement (aber keine formale Voraussetzung). Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Die Anmeldung erfolgt per Mail an Lena.Jaegers@fau.de, der Anmeldezeitraum wird rechtzeitig bekannt gegeben.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Wahlbereich 1: Management im Gesundheitssektor Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Hausarbeit
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (30%) Hausarbeit (70%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester

13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Schöffski / Graf von der Schulenburg (Hrsg.): Gesundheitsökonomische Evaluationen, 3. oder 4. Aufl., Berlin u. a., 2007, 2008 oder 2012.

1	Modulbezeichnung 56235	WISO Meets Consulting	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Sven Laumer
5	Inhalt	<p>Studierende bearbeiten im Rahmen des Seminars eine Fallstudie und Problemstellung aus dem Digitalisierungsumfeld. Ziel ist es, dass Studierende eine Problemstellung erfassen und analysieren sowie eine Lösung entwickeln und präsentieren können.</p> <p>Zur Unterstützung dieser Fallstudienarbeit hören Studierende im Laufe des Semesters in mehreren Impulsvorträgen von Mitarbeitern renommierter Beratungsfirmen (z.B. McKinsey & Company, bitte konsultieren Sie die Homepage des Lehrstuhls für die konkret teilnehmenden Firmen im von Ihnen gewählten Jahr) verschiedene Ansätze zur strukturierten Lösung von realen Problemen in Unternehmen. Diese wenden sie anschließend auf eine anfangs zugeteilte Fallstudie mit Bezug auf ihr Studienumfeld an. Sie weisen die gewonnenen Kompetenzen in einer Abschlusspräsentation vor den Unternehmensvertretern sowie einer schriftlichen Dokumentation ihres Lösungsansatzes nach.</p> <p>Die Studierenden knüpfen dabei Kontakte mit Vertretern der renommiertesten und im wirtschaftswissenschaftlichen Umfeld beliebtesten Arbeitgeber, profitieren von deren Erfahrung und erhalten einen Einblick in den Berufsalltag in der Branche.</p> <p>Das Modul ist hinsichtlich der Teilnehmerzahl begrenzt. Details zum Zulassungsverfahren werden auf der Webseite des Lehrstuhls veröffentlicht.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Studierende sind in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • betriebliche Probleme aus dem Digitalisierungsumfeld zu erfassen und zu analysieren • Lösungsansätze für Digitalisierungsherausforderungen aus der betrieblichen Praxis zu entwickeln und zu präsentieren • Wissenschaftliche Theorien und Methoden auf betriebliche Probleme anwenden zu können • Methoden zur strukturierten Lösung komplexer Probleme anwenden zu können • in interdisziplinären Teams zusammenzuarbeiten.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<ul style="list-style-type: none"> • Erfolgreiches Durchlaufen des Bewerbungsprozesses (siehe Homepage des Lehrstuhls) • Fließende Deutschkenntnisse
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232

10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Seminararbeit
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (30%) Seminararbeit (70%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch Englisch
16	Literaturhinweise	Wird in der ersten Veranstaltung bereitgestellt.

1	Modulbezeichnung 53330	Workshop capital markets research	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Workshop Capital Markets Research (3 SWS) Die Anwesenheit in der Lehrveranstaltung ist Voraussetzung für die Prüfungsteilnahme	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Hendrik Scholz	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Hendrik Scholz
5	Inhalt	In diesem Seminar lesen, präsentieren und diskutieren die Studierenden aktuelle Forschungsarbeiten aus dem Gebiet der Finanzierung, die in internationalen führenden Zeitschriften erscheinen bzw. erschienen sind.
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erarbeiten sich in Gruppen durch eigenständige Recherche und Ausarbeitung von Präsentationen zu hochrangigen, internationalen Publikationen neues Wissen, das sie den Teilnehmern des Seminars vermitteln. • können ihre zuvor in Vorlesungen erworbenen theoretischen Kenntnisse im Rahmen interaktiver Präsentationen anwenden. • beurteilen quantitative Methoden, die in aktuellen Forschungsarbeiten zum Einsatz kommen und wenden ausgewählte Methoden an exemplarischen Datensätzen an. • geben und erhalten im Rahmen offener Diskussionen zu den Präsentationen ein wertschätzendes Feedback über die erbrachte Leistung.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Vertiefte Kenntnisse im Bereich Finance.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	<p>schriftlich/mündlich Präsentation/Präsentationspapier (tw. in Gruppenarbeit) und Diskussionsbeitrag</p> <p><i>Es handelt sich um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWIWI in der jeweils geltenden Fassung alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWIWI eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.</i></p>
11	Berechnung der Modulnote	schriftlich/mündlich (100%) Präsentation/Präsentationspapier (50 %) und Diskussionsbeitrag (50 %)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester

13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

1	Modulbezeichnung 53910	Workshop: Finance	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten. Die Anwesenheit in der Lehrveranstaltung ist Voraussetzung für die Prüfungsteilnahme.	
3	Lehrende	-	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Hendrik Scholz
5	Inhalt	In diesem Seminar lesen, präsentieren und diskutieren die Studierenden aktuelle Forschungsarbeiten aus dem Gebiet der Finanzierung, die in international führenden Zeitschriften erscheinen bzw. erschienen sind.
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erarbeiten sich in Gruppen durch eigenständige Recherche und Ausarbeitung von Präsentationen zu hochrangigen, internationalen Publikationen neues Wissen, das sie den Teilnehmern des Seminars vermitteln. • können ihre zuvor in Vorlesungen erworbenen theoretischen Kenntnisse im Rahmen interaktiver Präsentationen anwenden. • beurteilen quantitative Methoden, die in aktuellen Forschungsarbeiten zum Einsatz kommen und wenden ausgewählte Methoden an exemplarischen Datensätzen an. • geben und erhalten im Rahmen offener Diskussionen zu den Präsentationen ein wertschätzendes Feedback über die erbrachte Leistung.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Vertiefte Kenntnisse im Bereich Finance
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20232
10	Studien- und Prüfungsleistungen	<p>schriftlich/mündlich Präsentation/Präsentationspapier (tw. in Gruppenarbeit) und Diskussionsbeitrag</p> <p><i>Es handelt sich um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWIWI in der jeweils geltenden Fassung alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWIWI eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.</i></p>
11	Berechnung der Modulnote	schriftlich/mündlich (100%) Präsentation/Präsentationspapier (50 %) und Diskussionsbeitrag (50 %)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester

13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben