



Friedrich-Alexander-Universität
Fachbereich Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften | WiSo

Masterstudiengang

Sozialökonomik

Modulhandbuch –
Sommersemester 2022

www.wiso.fau.de/sozialoekonomik

**Mehr
wissen**





Friedrich-Alexander-Universität
Fachbereich Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften | WiSo

Masterstudiengang Sozialökonomik (M.Sc.)

Modulhandbuch

Wintersemester 2022/2023

Alle Angaben sind ohne Gewähr.
Im Zweifelsfall gilt die Master-Prüfungsordnung.
Wenden Sie sich bei Fragen bitte direkt an den zuständigen
Modulverantwortlichen.

Stand: 25. September 2022

**Modulhandbuch gilt für Studierende mit
Studienbeginn ab WS 2022/23**

Disclaimer

Die beiden Systeme UnivIS und mein campus wurden im Sommersemester 2022 abgeschaltet. Die Prüfungs- und Veranstaltungsverwaltung findet nun über das neue System [campo](#) statt. Diese Umstellung hat leider nicht reibungslos funktioniert.

Daher handelt es sich bei dem vorliegenden Modulhandbuch aktuell um eine **vorab-Version**.

In der Modulübersicht finden Sie alle aktuell belegbaren Module im Master Sozialökonomik nach einzelnen Bereichen. Für die entsprechende Suche dieser Module im Modulhandbuch verwenden Sie bitte die angegebene Modulnummer – nicht die Seitenzahlen.

Sobald weitere bzw. vollständige Informationen zu den einzelnen Modulen vorliegen, wird das Modulhandbuch aktualisiert. Die grundlegende Struktur (siehe Modulübersicht oder Studienplan) wird beibehalten.

Bei Fragen wenden Sie sich an die angegebenen Modulverantwortlichen oder an die Studiengangskoordination.

Anleitungen und Videos zum neuen Portal campo z. B. zur Suche von Modulbeschreibungen oder zur Prüfungsan- und abmeldung etc. finden Sie unter <https://www.intern.fau.de/lehre-und-studium/campusmanagement-an-der-fau-das-neue-campo-portal/informationmaterial-zu-hisinone-exa/#collapse> 74.

Abkürzungsverzeichnis

ECTS	European Credit Transfer System
h	Stunden
HS	Hauptseminar
S	Seminar
SoSe	Sommersemester
SWS	Semesterwochenstunden
Ü	Übung
V	Vorlesung
WS	Wintersemester

1. Studienplan

1.1 Studienplan gültig für Studierende mit Studienbeginn ab WS17/18

MASTER SOZIALÖKONOMIK			
Studienfortschritt			
Semester 1	Semester 2	Semester 3	Semester 4
Medien- und Kommunikationsforschung 5 ECTS	Angewandte Methoden 5 ECTS	Vertiefung Methoden 5 ECTS	Masterarbeit 30 ECTS
Personalpsychologie 5 ECTS	Spezielle BWL 5 ECTS	Projektseminar 10 ECTS	
Soziologische Forschungsprobleme und Forschungsdesigns 5 ECTS	Projektseminar 5 ECTS	z.B. Seminar zur Organisationspsychologie 5 ECTS	
Ökonometrie 5 ECTS	z.B. Ungleichheit in modernen Gesellschaften 5 ECTS	z.B. Ökonomie der Sozialpolitik 5 ECTS	
Mikroökonomie und Spieltheorie 5 ECTS	z.B. Spezielle Kommunikationswissenschaften 5 ECTS	Modul 2 5 ECTS	
Spezielle VWL 5 ECTS	Modul 1 5 ECTS		
30 ECTS	30 ECTS	30 ECTS	30 ECTS
120 ECTS – 4 Semester Regelstudienzeit			
<p>* Der Katalog kann um eine Vielzahl an Veranstaltungen und Seminaren erweitert werden; Näheres regelt das Modulhandbuch.</p> <p>** Wahlmodule aus allen freien Modulen des Fachbereiches wählbar.</p> <p>Stand: 31.08.2021. Ohne Gewähr, Änderungen vorbehalten. Die aktuelle Übersicht ist Teil der Prüfungsordnung, die hier zu finden ist: www.wiso.fau.de/pruefungsordnung</p>			
Pflichtbereich			
Vertiefungsbereich*			
Freier Vertiefungsbereich**			

1.2 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:

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. Portfolioprfung	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
s. Hausaufgabe	ca. 1-3 Seiten

2. Modulübersicht

1700: Sozialökonomischer Pflichtbereich

- 53021 Personalpsychologie
- 53043 Ökonometrie
- 55031 Soziologische Forschungsprobleme und Forschungsdesigns
- 55911 Mikroökonomie und Spieltheorie
- 55082 Sozialökonomisches Projektseminar
- 55041 Medien- & Kommunikationsforschung
- 1998 Masterarbeit (M.Sc. Sozialökonomik 2022)

1810: Vertiefung Methoden

- 52350 Datenanalyse
- 52360 Datenermittlung
- 53055 Panel and evaluation methods
- 53107 Microeconometrics and machine learning
- 53111 Datenerhebung und Datenstrukturen in der Arbeitsmarktforschung
- 57150 Data science

1820: Angewandte Methoden

- 52320 Angewandte Methoden: Ausgewählte Methoden der Sozialforschung
- 52330 Angewandte Methoden: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung
- 52340 Angewandte Methoden: Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie

1830: Spezielle VWL

- 53000 Arbeitsmarktökonomie
- 53071 Personnel economics
- 56790 Gesundheitsökonomie I

1840: Spezielle BWL

- 52170 Einführung in das Genossenschaftswesen
- 53450 Technology and innovation management
- 53471 Managing intercultural relations
- 53710 Foundations of international management I
- 53720 Foundations of international management II
- 55511 Seminar zum Genossenschaftswesen
- 56780 Business ethics and corporate social responsibility
- 57455 Regeneration and sustainable development

1600: Sozialökonomischer Vertiefungsbereich

- 52153 The supply of medical services
- 52161 Angewandte empirische Gesundheitsökonomie
- 52300 Theorieseminar zur Wirtschaftspsychologie
- 52310 Wirtschaftspsychologie Projektseminar
- 52350 Datenanalyse
- 52360 Datenermittlung
- 52370 Spezielle Kommunikationswissenschaft III
- 52380 Spezielle Kommunikationswissenschaft IV
- 52390 Literaturseminar zu aktuellen Fragen der Arbeitsmarktökonomie
- 52950 Seminar: Public economics 1
- 52960 Seminar: Public economics 2
- 53010 Arbeitsmarktsoziologie
- 53111 Datenerhebung und Datenstrukturen in der Arbeitsmarktforschung
- 53281 Behavioral economics
- 53360 Project seminar: Experimental economics

53370 Empirische Arbeitsmarktforschung
 54011 Principles of marketing I
 54262 Principles of marketing II
 54270 Vertriebs- und Kommunikationsmanagement
 54630 Ungleichheit in modernen Gesellschaften
 54650 Performance management in teams
 55110 Konsumentenverhalten III
 55120 Konsumentenverhalten IV
 55701 Grundlagen der Organisationspsychologie
 55810 Konsumentenverhalten II
 55850 Seminar zur Arbeitsmarktsoziologie
 55860 Seminar zur Wirtschaftssoziologie
 55922 Arbeitsmarkt und Haushalt
 56170 Einführung in die Bildungssoziologie
 56180 Seminar zur Bildungssoziologie
 56210 Digital change management
 56512 Bedürfnisse von Arbeitnehmer*innen - das Beispiel Diversity
 56900 Die psychologische Bedeutung von Arbeit
 57150 Data science
 57330 Development economics
 58020 Spezielle Kommunikationswissenschaft I
 58021 Spezielle Kommunikationswissenschaft II
 53460 Change management
 57126 Digital behavioral data
 57127 Nachhaltigkeitskommunikation
 57128 Kommunikation in der digitalen Arbeitswelt
 52271 Seminar zur Organisationspsychologie
 53083 Ökonomie der Sozialpolitik
 55960 Spatial economics
 57125 Data Science: Foundations, tools and applications in Socio-economics and Marketing
 52592 Quantitative methods in energy market modelling
 53306 Social and web intelligence
 54101 Strategic communication
 57290 Enterprise knowledge management
 57086 Electronic human resources management
 53060 Institutionen und Organisationen des Arbeitsmarktes
 54171 Advanced marketing management V

1500: Freier Vertiefungsbereich

52130 Sustainability management and corporate functions
 52153 The supply of medical services
 52161 Angewandte empirische Gesundheitsökonomie
 52170 Einführung in das Genossenschaftswesen
 52300 Theorieseminar zur Wirtschaftspsychologie
 52310 Wirtschaftspsychologie Projektseminar
 52320 Angewandte Methoden: Ausgewählte Methoden der Sozialforschung
 52330 Angewandte Methoden: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung
 52350 Datenanalyse
 52360 Datenermittlung
 52370 Spezielle Kommunikationswissenschaft III
 52380 Spezielle Kommunikationswissenschaft IV

52461 Latin America in the era of Globalisation
52463 International Relations and Latin America
52500 Das Industrieseminar
52520 Ringvorlesung Personalmanagement
52553 Organizational creativity
52610 Strategisches Innovationsmanagement
52761 Strategische Vorausschau in Theorie und Praxis
52930 Seminar: Behavioral economics 1
52950 Seminar: Public economics 1
52960 Seminar: Public economics 2
52990 Seminar energy markets
53000 Arbeitsmarktökonomie
53010 Arbeitsmarktsoziologie
53030 Personalmanagement
53055 Panel and evaluation methods
53071 Personnel economics
53107 Microeconometrics and machine learning
53111 Datenerhebung und Datenstrukturen in der Arbeitsmarktforschung
53151 Hauptseminar Wirtschaftspsychologie
53162 Personal selling
53165 Consumer relationship marketing
53191 Microeconomics
53201 Game theory
53212 Macroeconomics: Business cycles
53221 Macroeconomics: Economic growth
53231 Mathematics for economists
53281 Behavioral economics
53285 Empirical environmental economics
53286 Economics of climate change (ECC)
53295 Economics of innovation
53313 Multivariate Time Series Analysis
53330 Workshop capital markets research
53344 Labor markets: A macroeconomic perspective
53360 Project seminar: Experimental economics
53370 Empirische Arbeitsmarktforschung
53430 Controlling of business systems
53450 Technology and innovation management
53460 Change management
53471 Managing intercultural relations
53491 Fallstudien und Projekte im Management I
53500 Spezialfragen der Rechnungslegung
53610 Finanzierungsmanagement von Start-up Unternehmen
53622 Businessplanseminar
53640 Industrielles Management
53651 Global operations strategy
53700 Corporate Investment Controlling
53710 Foundations of international management I
53720 Foundations of international management II
53730 Corporate strategy
53763 Supply chain management research seminar

53770 Finanz- und Bankmanagement
53780 Dienstleistungsmarketing
53800 Sonderbilanzen und Sonderprüfungen
53881 Abgabenordnung
53882 Umsatzsteuerrecht
53910 Workshop: Finance
53930 Prüfungstechnik
53965 Steuerbilanzen
54011 Principles of marketing I
54050 Principles of marketing IV: Marketingseminar
54060 Principles of marketing V: Marketingseminar
54072 Principles of marketing VI: Marketingseminar
54082 Business intelligence and digital marketing
54110 Finanzmarktkommunikation und Marktforschungsmanagement
54120 Interdisziplinäres Seminar
54141 Advanced marketing management II: Advanced topics in marketing
54162 Advanced marketing management IV
54171 Advanced marketing management V
54181 Advanced marketing management VI
54230 Berufs- und wirtschaftspädagogischer Wahlbereich
54251 Konzernrechnungslegung
54262 Principles of marketing II
54270 Vertriebs- und Kommunikationsmanagement
54290 Kapitalmarktorientierte Unternehmenssteuerung
54300 Steuerliche Gewinnermittlung
54430 Fremdsprachendidaktik Englisch
54440 Issues in international political economy
54630 Ungleichheit in modernen Gesellschaften
54650 Performance management in teams
54751 Management von Industrie 4.0
54790 Didaktik der Wirtschaftsinformatik
54821 Gesundheitsökonomische Evaluationen I
54831 International marketing
54970 Europäisches Verfassungsrecht (Europarecht 1)
54980 Europäisches Wirtschaftsrecht (Europarecht 2)
55060 Methoden II: Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie
55110 Konsumentenverhalten III
55120 Konsumentenverhalten IV
55210 Einkommenssteuerrecht
55220 Besteuerung von Personengesellschaften
55231 Design thinking und Produktdesign
55270 International and European trade law
55310 Logistik-Consulting
55403 Fallstudien und Projekte im Management IX
55490 Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung VII
55511 Seminar zum Genossenschaftswesen
55521 Praxisseminar mit Prof. Dr. Heinrich v. Pierer
55530 Hauptseminar Finance
55550 Hauptseminar Controlling
55605 Hauptseminar Betriebswirtschaftliche Steuerlehre

55615 Steuerwirkung und Steuerplanung
55701 Grundlagen der Organisationspsychologie
55810 Konsumentenverhalten II
55850 Seminar zur Arbeitsmarktsoziologie
55860 Seminar zur Wirtschaftssoziologie
55890 Einführung in das Arbeitsrecht für Masterstudierende
55922 Arbeitsmarkt und Haushalt
56080 Praxisseminar
56170 Einführung in die Bildungssoziologie
56180 Seminar zur Bildungssoziologie
56220 Strategic supply management
56231 Versorgungsmanagement I
56270 Financial engineering and structured finance
56460 Unternehmenssteuerrecht
56470 Versicherungs- und Risikotheorie
56500 Ausgewählte Aspekte der Gesundheitsökonomie
56512 Bedürfnisse von Arbeitnehmer*innen - das Beispiel Diversity
56530 Asset liability management (Versicherungen)
56540 Lebensversicherung
56780 Business ethics and corporate social responsibility
56790 Gesundheitsökonomie I
56792 The Economics of Health Insurance
56900 Die psychologische Bedeutung von Arbeit
57030 Managing enterprise-wide IT architectures
57060 Managing global projects and information technology
57090 Foreign language skills
57091 Foreign language skills II
57130 International trade and labor
57131 Labor markets in the knowledge economy
57150 Data science
57174 Technology-based service innovation
57176 Semiparametric methods in econometrics and applications
57241 Service innovation
57330 Development economics
57340 Bayesian econometrics
57387 AI and Data in Business and Management
57453 Branchen- und themenspezifisches Nachhaltigkeitsmanagement
57455 Regeneration and sustainable development
57468 Agile Arbeitsweisen im Kontext Lateinamerikas
57471 Digital Marketing
57490 Das Innovationsseminar
58000 Hauptseminar spezielle Sozialökonomik 1
58001 Hauptseminar spezielle Sozialökonomik 2
58020 Spezielle Kommunikationswissenschaft I
58021 Spezielle Kommunikationswissenschaft II
58050 Advanced industrial organization
58081 Advanced marketing management VII
59020 Auslandsmodul
57201 Interdisciplinary business seminar
53921 Fallstudien Auditing

55541 Hauptseminar Auditing
55571 Hauptseminar Tax law
57126 Digital behavioral data
57127 Nachhaltigkeitskommunikation
57128 Kommunikation in der digitalen Arbeitswelt
52271 Seminar zur Organisationspsychologie
53083 Ökonomie der Sozialpolitik
57320 Foundations of linked data
57465 Data Analytics for Information Systems (DAIS)
57045 Development of deep vision systems
55960 Spatial economics
57125 Data Science: Foundations, tools and applications in Socio-economics and Marketing
52592 Quantitative methods in energy market modelling
53306 Social and web intelligence
54101 Strategic communication
57290 Enterprise knowledge management
57086 Electronic human resources management
53060 Institutionen und Organisationen des Arbeitsmarktes
52910 Labor market policy

3. Schwerpunktbereiche

Studierenden kann in den Abschlussdokumenten das Studium eines Studienbereichs bescheinigt werden, wenn sie mindestens 25 ECTS-Punkte aus Modulen im sozialökonomischen Vertiefungsbereich sowie im freien Vertiefungsbereich in folgenden Studienbereichen erworben haben¹:

- Bildung, Beruf und Personal
- Medien- und Marktforschung
- Nachhaltigkeit
- Data Science

Auf den folgenden Seiten ist die Zuordnung der Module aufgelistet.

Um den Schwerpunktbereich **Nachhaltigkeit** zu erlangen, haben Studierende Module im Umfang von mind. 10 ECTS aus dem Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit und mind. 10 ECTS aus dem Bereich der sozialen/wirtschaftlichen Nachhaltigkeit zu erbringen.

Um den Schwerpunktbereich **Data Science** zu erlangen, ist ein verpflichtendes Grundlagenmodul zu absolvieren, welches im Modulhandbuch ausgewiesen wird.

¹ D.h. Studierende müssen sich nicht für einen Schwerpunktbereich qualifizieren. Es besteht weiterhin die Möglichkeit Modulkombinationen im Wahlpflichtbereich selbstständig zu wählen.

3.1. Schwerpunktbereich Bildung, Beruf und Personal

- 55922 Arbeitsmarkt und Haushalt
- 53071 Personnel Economics
- 53344 Labor markets: A macroeconomic perspective
- 57131 Labor Markets in the Knowledge Economy
- 52910 Labor market policy
- 53060 Institutionen und Organisationen des Arbeitsmarktes
- 53000 Arbeitsmarktökonomie
- 52390 Literaturseminar zu aktuellen Fragen der Arbeitsmarktökonomie
- 53111 Datenerhebung und Datenstrukturen in der Arbeitsmarktforschung
- 53370 Empirische Arbeitsmarktforschung
- 53010 Arbeitsmarktsoziologie
- 55850 Seminar zur Arbeitsmarktsoziologie
- 55890 Einführung in das Arbeitsrecht für Masterstudierende
- 56170 Einführung in die Bildungssoziologie
- 56180 Seminar zur Bildungssoziologie
- 53030 Personalmanagement
- 52520 Ringvorlesung Personalmanagement
- 55701 Grundlagen der Organisationspsychologie
- 52271 Seminar zur Organisationspsychologie
- 52300 Theorieseminar zur Wirtschaftspsychologie
- 52310 Wirtschaftspsychologie Projektseminar
- 56512 Bedürfnisse von Arbeitnehmer*innen - das Beispiel Diversity
- 56900 Die psychologische Bedeutung von Arbeit
- 54650 Performance Management in Teams
- 57130 International trade & Labor
- 53460 Change management
- 56210 Digital change management
- 57290 Enterprise Knowledge Management
- 57086 Electronic Human Resources Management
- 57128 Kommunikation in der digitalen Arbeitswelt

3.2. Schwerpunktbereich Medien- und Marktforschung

- 57125 Data Science: Foundations, Tools, Applications in Socio-Economics
- 55490 Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung VII
- 54110 Finanzmarktkommunikation und Marktforschungsmanagement
- 54011 Principles of marketing I
- 54262 Principles of marketing II
- 54141 Advanced marketing management II: Advanced topics in marketing
- 54162 Advanced marketing management IV
- 54171 Advanced marketing management V
- 54181 Advanced marketing management VI
- 58081 Advanced marketing management VII
- 55231 Design thinking und Produktdesign
- 54831 International marketing
- 53306 Social and web intelligence
- 54082 Business intelligence and digital marketing
- 53780 Dienstleistungsmarketing
- 54270 Vertriebs- und Kommunikationsmanagement
- 55810 Konsumentenverhalten II
- 55110 Konsumentenverhalten III
- 55120 Konsumentenverhalten IV
- 53281 Behavioral economics
- 52930 Seminar behavioral economics 1
- 53360 Project seminar: Experimental economics
- 54101 Strategic communication
- 57126 Digital behavioral data

3.3. **Schwerpunktbereich Nachhaltigkeit**

ökologische Nachhaltigkeit:

- 57453 Branchen- und themenspezifisches Nachhaltigkeitsmanagement
- 52130 Sustainability Management & Corporate Functions
- 56780 Business ethics and corporate social responsibility
- 52990 Seminar energy markets
- 53285 Empirical environmental economics
- 53286 Economics of climate change
- 52592 Quantitative Methods in Energy Market Modelling

soziale/wirtschaftliche Nachhaltigkeit:

- 52170 Einführung in das Genossenschaftswesen
- 55511 Seminar zum Genossenschaftswesen
- 53082 Ökonomie der Sozialpolitik
- 54630 Ungleichheit in modernen Gesellschaften
- 55860 Seminar zur Wirtschaftssoziologie
- 57127 Nachhaltigkeitskommunikation

3.4. **Schwerpunktbereich Data Science**

Verpflichtendes Grundlagenmodul:

57125 Data Science: Foundations, Tools, Applications in Socio

Weitere Module:

57150 Data Science

56080 Praxisseminar/ Interdisziplinäres Seminar: „Data Visualization in Tableau“

53055 Panel and evaluation methods

57126 Digital behavioral data

57388 Dynamic Discrete Choice

55960 Spatial Economics

53313 Multivariate Time Series Analysis

57340 Bayesian Econometrics

53231 Mathematics for economists

57176 Semiparametric methods in econometrics and applications

57387 AI and Data in Business and Management

52320 Angewandte Methoden: Ausgewählte Methoden der Sozialforschung

52330 Angewandte Methoden: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung

52340 Angewandte Methoden: Methoden der Wirtschafts

57045 Development of Deep Vision Systems

57465 Data Analytics for Information Systems (DAIS)

57320 Foundations of Linked Data

53107 Microeconometrics and machine learning --> ergänzen



Friedrich-Alexander-Universität
Erlangen-Nürnberg

Modulhandbuch

für den Studiengang

Master of Science Sozialökonomik
(Prüfungsordnungsversion: 20222)

Inhaltsverzeichnis

Modul Masterarbeit (M.Sc. Sozialökonomik 20222).....	7
Abgabenordnung.....	10
Advanced industrial organization.....	11
Agile Arbeitsweisen im Kontext Lateinamerikas.....	12
Asset liability management (Versicherungen).....	13
Ausgewählte Aspekte der Gesundheitsökonomie.....	15
Auslandsmodul.....	16
Berufs- und wirtschaftspädagogischer Wahlbereich.....	17
Besteuerung von Personengesellschaften.....	19
Branchen- und themenspezifisches Nachhaltigkeitsmanagement.....	20
Business intelligence and digital marketing.....	22
Businessplanseminar.....	24
Consumer relationship marketing.....	26
Controlling of business systems.....	27
Corporate Investment Controlling.....	28
Corporate strategy.....	29
Das Industrieseminar.....	31
Das Innovationsseminar.....	32
Didaktik der Wirtschaftsinformatik.....	33
Digital Marketing.....	34
Economics of innovation.....	36
Einkommenssteuerrecht.....	37
Fallstudien Auditing.....	52
Fallstudien und Projekte im Management I.....	54
Fallstudien und Projekte im Management IX.....	56
Financial engineering and structured finance.....	58
Finanzierungsmanagement von Start-up Unternehmen.....	60
Finanz- und Bankmanagement.....	61
Fremdsprachendidaktik Englisch.....	62
Game theory.....	64
Gesundheitsökonomische Evaluationen I.....	66
Global operations strategy.....	67
Hauptseminar Auditing.....	69
Hauptseminar Betriebswirtschaftliche Steuerlehre.....	70
Hauptseminar Controlling.....	71
Hauptseminar Finance.....	72
Hauptseminar spezielle Sozialökonomik 1.....	74
Hauptseminar spezielle Sozialökonomik 2.....	75
Hauptseminar Tax law.....	76
Hauptseminar Wirtschaftspsychologie.....	78
Industrielles Management.....	79

Interdisciplinary business seminar.....	80
Interdisziplinäres Seminar.....	81
International and European trade law.....	82
International Relations and Latin America.....	83
Issues in international political economy.....	84
Kapitalmarktorientierte Unternehmenssteuerung.....	86
Konzernrechnungslegung.....	88
Latin America in the era of Globalisation.....	90
Lebensversicherung.....	91
Logistik-Consulting.....	93
Macroeconomics: Business cycles.....	94
Macroeconomics: Economic growth.....	95
Management von Industrie 4.0.....	97
Managing enterprise-wide IT architectures.....	99
Managing global projects and information technology.....	101
Methoden II: Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie.....	104
Microeconomics.....	105
Organizational creativity.....	106
Personal selling.....	108
Praxisseminar mit Prof. Dr. Heinrich v. Pierer.....	110
Principles of marketing IV: Marketingseminar	111
Principles of marketing VI.....	113
Principles of marketing V: Marketingseminar	114
Prüfungstechnik.....	115
Service innovation.....	116
Social and web intelligence.....	118
Sonderbilanzen und Sonderprüfungen.....	119
Spezialfragen der Rechnungslegung.....	121
Steuerbilanzen.....	123
Steuerliche Gewinnermittlung.....	124
Steuerwirkung und Steuerplanung.....	125
Strategic supply management.....	126
Strategisches Innovationsmanagement.....	127
Strategische Vorausschau in Theorie und Praxis.....	128
Supply chain management research seminar.....	130
Technology-based service innovation.....	131
The Economics of Health Insurance.....	133
Umsatzsteuerrecht.....	134
Unternehmenssteuerrecht.....	135
Versicherungs- und Risikotheorie.....	136
Versorgungsmanagement I.....	138
Workshop capital markets research.....	139
Workshop: Finance.....	141
Angewandte empirische Gesundheitsökonomie.....	144
Development economics.....	146
Ökonomie der Sozialpolitik.....	148
Seminar: Public economics 1.....	149
Seminar: Public economics 2.....	150
Spezielle Kommunikationswissenschaft II.....	151
Spezielle Kommunikationswissenschaft III.....	153
Spezielle Kommunikationswissenschaft IV.....	155

The supply of medical services.....	157
Medien- & Kommunikationsforschung.....	159
Mikroökonomie und Spieltheorie.....	160
Ökonometrie.....	161
Personalpsychologie.....	162
Sozialökonomisches Projektseminar.....	163
Soziologische Forschungsprobleme und Forschungsdesigns.....	164
Datenanalyse.....	167
Datenermittlung.....	169
Microeconometrics and machine learning.....	171
Gesundheitsökonomie I.....	173
Foundations of international management I.....	175
Foundations of international management II.....	176
Managing intercultural relations.....	177
Regeneration and sustainable development.....	179
Technology and innovation management.....	181
Arbeitsmarktökonomie.....	184
Arbeitsmarktsoziologie.....	186
Arbeitsmarkt und Haushalt.....	187
Bedürfnisse von Arbeitnehmer*innen - das Beispiel Diversity.....	188
Change management.....	189
Datenerhebung und Datenstrukturen in der Arbeitsmarktforschung.....	190
Die psychologische Bedeutung von Arbeit.....	191
Digital change management.....	193
Einführung in das Arbeitsrecht für Masterstudierende.....	194
Einführung in die Bildungssoziologie.....	195
Electronic human resources management.....	196
Empirische Arbeitsmarktforschung.....	198
Enterprise knowledge management.....	199
Grundlagen der Organisationspsychologie.....	200
Institutionen und Organisationen des Arbeitsmarktes.....	202
International trade and labor.....	204
Kommunikation in der digitalen Arbeitswelt.....	206
Labor market policy.....	208
Labor markets: A macroeconomic perspective.....	209
Labor markets in the knowledge economy.....	210
Literaturseminar zu aktuellen Fragen der Arbeitsmarktökonomie.....	211
Performance management in teams.....	212
Personalmanagement.....	214
Ringvorlesung Personalmanagement.....	216
Seminar zur Arbeitsmarktsoziologie.....	217
Seminar zur Bildungssoziologie.....	218
Seminar zur Organisationspsychologie.....	219
Theorieseminar zur Wirtschaftspsychologie.....	221
Wirtschaftspsychologie Projektseminar.....	223
Advanced marketing management II: Advanced topics in marketing.....	225
Advanced marketing management IV.....	226

Advanced marketing management V.....	227
Advanced marketing management VI.....	229
Advanced marketing management VII.....	231
Behavioral economics.....	232
Design thinking und Produktdesign.....	233
Dienstleistungsmarketing.....	235
Finanzmarktkommunikation und Marktforschungsmanagement.....	236
Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung VII.....	238
International marketing.....	240
Konsumentenverhalten II.....	241
Konsumentenverhalten III.....	242
Konsumentenverhalten IV.....	243
Principles of marketing I.....	244
Principles of marketing II.....	245
Project seminar: Experimental economics.....	247
Seminar: Behavioral economics 1.....	249
Social and web intelligence.....	251
Strategic communication.....	253
Vertriebs- und Kommunikationsmanagement.....	254
Business ethics and corporate social responsibility.....	257
Economics of climate change (ECC).....	258
Einführung in das Genossenschaftswesen.....	260
Empirical environmental economics.....	261
Nachhaltigkeitskommunikation.....	262
Quantitative methods in energy market modelling.....	264
Seminar energy markets.....	266
Seminar zum Genossenschaftswesen.....	268
Seminar zur Wirtschaftssoziologie.....	270
Sustainability management and corporate functions.....	271
Ungleichheit in modernen Gesellschaften.....	273
AI and Data in Business and Management.....	276
Angewandte Methoden: Ausgewählte Methoden der Sozialforschung.....	277
Angewandte Methoden: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung.....	278
Angewandte Methoden: Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie...	279
Bayesian econometrics.....	280
Data Analytics for Information Systems (DAIS).....	281
Data science.....	283
Data Science: Foundations, tools and applications in Socio-economics and Marketing.....	285
Development of deep vision systems.....	286
Digital behavioral data.....	288
Dynamic Discrete Choice.....	290
Foundations of linked data.....	291
Mathematics for economists.....	293
Multivariate Time Series Analysis.....	294
Praxisseminar.....	295
Semiparametric methods in econometrics and applications.....	296
Spatial economics.....	298

1	Modulbezeichnung 1998	Modul Masterarbeit (M.Sc. Sozialökonomik 20222) (Master's thesis module)	30 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Seminar zur Masterarbeit (2 SWS)	30 ECTS
3	Lehrende	Alle Professor(inn)en im Studiengang	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Wolbring stellvertretend für alle Dozierenden im Studiengang
5	Inhalt	Erstellung einer Masterarbeit: Erforschung und Diskussion aktueller Themen aus dem Bereich Sozialökonomik. Das parallel laufende Seminar zur Masterarbeit soll die Studierenden bei der Anfertigung der Arbeit unterstützen, ihnen Diskussionsmöglichkeiten eröffnen und Hilfen zur Darstellung und Lösung von Problemen geben. Es gibt darüber hinaus Gelegenheit, den Bearbeitungsstand der Arbeit vor anderen Studierenden und Betreuenden zu präsentieren, die gewählte Vorgehensweise zu reflektieren und sich der Diskussion zu stellen.
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 Sozialökonomik selbständig mit wissenschaftlichen Methoden auf dem aktuellen Wissensstand des Faches zu bearbeiten. Sie entwickeln eigenständig eine Forschungsfrage, indem sie erworbenes Wissen auf die gewählte Fragestellung übertragen und neu strukturieren sowie vorliegende Forschung systematisch anhand begründeter Kriterien bewerten. Sie sind in der Lage, die erzielten Forschungsergebnisse prägnant und nach den Regeln wissenschaftlichen Arbeitens aufzubereiten, zu interpretieren und zu bewerten, indem sie gesellschaftliche, wirtschaftliche oder kulturelle Auswirkungen reflektieren. Darüber hinaus sollen die Studierenden komplexe fachbezogene Probleme und Lösungen gegenüber einem akademischen Publikum oder Fachleuten argumentativ vertreten.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Voriger Besuch der Veranstaltungen des 1.-3. Semesters
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul Master of Science Sozialökonomik 20222
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: 15 h Eigenstudium: 885 h
15	Dauer des Moduls	1 Semester

16	Unterrichts- und Prüfungssprache	
17	Literaturhinweise	Aktuelle Forschungsliteratur

1	Modulbezeichnung 53881	Abgabenordnung (Tax Procedure)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Übung Abgabenordnung (0 SWS) Vorlesung: VL Abgabenordnung (2 SWS)	- 5 ECTS
3	Lehrende	Quirin Jackl Prof. Dr. Roland Ismer	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Roland Ismer
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> Ermittlung der Sachverhalte, die zu einer Besteuerung nach den Einzelsteuergesetzen wie EStG, KStG oder UStG führen Festsetzung & Erhebung der Steuer Rechte des Bürgers im Verfahren (v.a. Einspruchsverfahren) und sein Rechtsschutz (außergerichtlich und gerichtlich)
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden kennen zum einen das Besteuerungsverfahren und können zum anderen die Möglichkeiten des Rechtsschutzes der Steuerpflichtigen gegen rechtswidrige Maßnahmen der Steuerbehörden anwenden. Weiterhin können die Studierenden unter Berücksichtigung der Systematik der Gesetze steuerliche Fallgestaltungen erfassen, beurteilen und systematisch lösen. Unter Anwendung juristischer Methoden auf fortgeschrittenem Niveau sowie Übertragung steuerrechtlicher Rechtsprechung und aktueller wissenschaftlicher Literatur können die Studierenden steuerliche Fallgestaltungen gutachterlich prüfen.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Grundkenntnisse Steuerrecht
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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	Deutsch
16	Literaturhinweise	Birk, Steuerrecht; Jakob, Abgabenordnung; Tipke/Lang, Steuerrecht: jeweils aktuelle Auflage; weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 57468	Agile Arbeitsweisen im Kontext Lateinamerikas (Agile Project Management in the context of Latin America)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Agiles Projektmanagement im internationalen Kontext (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. York Rössler	

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	<p>The students</p> <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: 2;3;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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	keine Literaturhinweise hinterlegt!

1	Modulbezeichnung 56530	Asset liability management (Versicherungen) (Asset liability management (insurance))	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Übung Asset Liability Management (Versicherungen) (1 SWS) Vorlesung: Vorlesung Asset Liability Management (Versicherungen) (Asset liability management (insurance)) (2 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Nadine Gatzert	

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; 	

		<ul style="list-style-type: none"> entwickeln und vertiefen dabei ihre Kompetenzen in der Teamarbeit
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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 4,0 oder besser bestanden wurde. Etwaige Quizergebnisse aus dem Sommersemester werden für eine Nachholprüfung im Wintersemester übernommen.</i></p>
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 59020	Auslandsmodul (Study abroad module)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Auslandsmodul (SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Lehrpersonal an der ausländischen Universität	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	Inhalt	Die an der ausländischen Universität besuchten Lehrveranstaltungen sollten einen thematischen Bezug zu den Inhalten des Masters haben. Eine Prüfung der Eignung der Lehrveranstaltung erfolgt durch den Masterkoordinator.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden erwerben zusätzliches fachliches Wissen sowie Sprach- und Sozialkompetenz
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Learning Agreement
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	In Übereinstimmung mit den Studien- und Prüfungsleistungen der ausländischen Universität
11	Berechnung der Modulnote	Abhängig von Notenschlüssel und Umrechnungsprozess
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	In Übereinstimmung mit dem Arbeitsaufwand der Lehrveranstaltung an der ausländischen Universität
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	In Übereinstimmung mit den Angaben zu den Lehrveranstaltungen an der ausländischen Universität

1	Modulbezeichnung 54230	Berufs- und wirtschaftspädagogischer Wahlbereich (Electives in vocational and business education)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Wahlseminar D - Resilienz und Stressmanagement für den Lehrberuf (2 SWS) Seminar: Wahlseminar B - Sprachförderung in der beruflichen Bildung (2 SWS)	5 ECTS 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Nicole Kimmelman	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Nicole Kimmelman Prof. Dr. Karl Wilbers
5	Inhalt	<p>a) Seminar A (Wilbers)</p> <p>Im Seminar werden aktuelle Problemstellungen aus der Berufs- und Wirtschaftspädagogik bearbeitet.</p> <p>b) Seminar B (Kimmelman)</p> <p>Im Seminar werden ausgewählte Problemstellungen aus der Wirtschaftspädagogik oder Personalentwicklung vertiefend bearbeitet.</p> <p>c) Seminar C (Wilbers)</p> <p>Projektseminar zu aktuellen Themen der Personalentwicklung in Zusammenarbeit mit Unternehmen</p> <p>c) Seminar D (Kimmelman)</p> <p>Im Seminar werden Herausforderungen und hierfür mögliche Strategien im Zusammenhang mit der eigenen zukünftigen Lehrtätigkeit/Lehrpersönlichkeit vertieft bearbeitet.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>a) Seminar A (Wilbers)</p> <p>Die Studierenden bearbeiten aktuelle Problemstellungen aus der Berufs- und Wirtschaftspädagogik mit wissenschaftlichen Methoden und den Hilfsmitteln und Verfahren der berufs- und wirtschaftspädagogischen Didaktik.</p> <p>b) Seminar B (Kimmelman)</p> <p>Die Studierenden bearbeiten aktuelle Problemstellungen aus der Wirtschaftspädagogik oder Personalentwicklung mit wissenschaftlichen Methoden und/oder den Hilfsmitteln/Verfahren der berufs- und wirtschaftspädagogischen Didaktik sowie innovativer interdisziplinärer Ansätze.</p> <p>c) Seminar C (Wilbers)</p>

		<p>Die Studierenden bearbeiten aktuelle Problemstellungen aus der Personalentwicklung mit wissenschaftlichen Methoden und leisten einen Transfer für die betriebliche Praxis in Kooperation mit Unternehmen.</p> <p>d) Seminar D (Kimmelmann)</p> <p>Die Studierenden setzen sich mit Herausforderungen der zukünftigen Lehrtätigkeit bzw. Lehrpersönlichkeit auseinander und entwickeln hierfür eigene langfristige, reflektierte Strategien.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Anmeldung erforderlich, Ankündigungen und Anmeldeformulare stehen Anfang September auf der Homepage des Lehrstuhls
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;3;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	<p>a) Seminar A (Wilbers) Hausarbeit</p> <p>b) Seminar B (Kimmelmann) Hausarbeit</p> <p>c) Seminar C (Wilbers) Hausarbeit</p> <p>d) Seminar D (Kimmelmann) Hausarbeit</p>
11	Berechnung der Modulnote	<p>a) Seminar A (Wilbers) 100 % Hausarbeit = 5 ECTS</p> <p>b) Seminar B (Kimmelmann) 100% Hausarbeit = 5 ECTS</p> <p>c) Seminar C (Wilbers) 100 % Hausarbeit = 5 ECTS</p> <p>d) Seminar D (Kimmelmann) 100 % Hausarbeit = 5 ECTS</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	siehe Ankündigungen und Downloads zu den Seminaren

1	Modulbezeichnung 55220	Besteuerung von Personengesellschaften (Taxation of partnerships)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: UE Besteuerung der Personengesellschaft (2 SWS) Vorlesung: VL Besteuerung der Personengesellschaft (2 SWS)	- 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Roland Ismer	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Roland Ismer
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Personengesellschaften im Einkommensteuerrecht • Personengesellschaften im Gewerbesteuerrecht • Ausgewählte Problembereiche der steuerlichen Gewinnermittlung • Spezialfragen des Einkommensteuerrechts
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden können die Besonderheiten der steuerlichen Gewinnermittlung bei Personengesellschaften bei der Einkommensteuer und der Gewerbesteuer anwenden. Hierbei erfassen, beurteilen und prüfen sie gutachterlich steuerliche Fallgestaltungen unter Anwendung juristischer Methoden auf fortgeschrittenem Niveau.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Kenntnisse der Steuerlichen Gewinnermittlung (Prof.Hechtner)
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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	Deutsch
16	Literaturhinweise	Falterbaum/Bolk/Reiß/Kirchner, Buchführung und Bilanz, aktuelle Auflage; weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

1	Modulbezeichnung 57453	Branchen- und themenspezifisches Nachhaltigkeitsmanagement (Industry and issue specific sustainability management)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Innovation für Nachhaltigkeit bei Uvex – ein gemeinsames Projektseminar (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Katrin Hofmann Klemens Hering	

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 • Interesse an praxisorientiertem Nachhaltigkeitsmanagement; • Motivation zur selbständigen Arbeit in einem Team
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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 54082	Business intelligence and digital marketing (Business intelligence and digital marketing)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Business Intelligence (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Pavlina Kröckel Prof. Dr. Freimut Bodendorf	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Freimut Bodendorf
5	Inhalt	<p>Lect/Ex:</p> <p>The interest in data analytics has increased tremendously in the last few years, and it is part of almost every business or organization we can think of. There has been a tremendous development in the field since we all heard the term Big Data for the first time close to a decade ago. The demand for skilled practitioners has also increased significantly and is projected to keep increasing in the next years. At the same time, a qualified data scientist or data analyst is expected to have knowledge in different areas like statistics, data mining, data visualization or programming, to name a few. It is often challenging to decide where to start if one has interest in this career path.</p> <p>In this lecture, 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).</p> <p>In the end of the lecture, you will know the difference between machine learning and artificial intelligence, understand how the most popular algorithms work, and how they can be applied in practice.</p> <p>The lecture is intended for students with no prior knowledge in data analytics. After familiarizing with the relevant theory, students also have the chance to apply their knowledge on a given data set. This will be done with a data science tool that does not require any programming skills.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>The students</p> <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

		<ul style="list-style-type: none"> • Are able to evaluate a machine learning model and decide on its goodness of fit
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	None
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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	Deutsch
16	Literaturhinweise	All relevant material will be provided during the lecture.

1	Modulbezeichnung 53622	Businessplanseminar (Business plan seminar)	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
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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 53165	Consumer relationship marketing (Consumer relationship marketing)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Consumer Relationship Marketing (Seminar) (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Jens Cornelsen	

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 hochran
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; Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Diskussionsbeitrag
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (50%) Diskussionsbeitrag (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 (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	Sebastian Gaschler Jonas Albers 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	Empfehlung: <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: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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"> • 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 53700	Corporate Investment Controlling (Corporate investment controlling)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Klausurenkurs: Klausurenkurs Corporate Investment Controlling (0 SWS) Übung: Corporate Investment Controlling (2 SWS) Vorlesung: Corporate Investment Controlling (2 SWS)	- - 5 ECTS
3	Lehrende	Lena Pager Prof. Dr. Thomas Fischer	

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;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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 (Corporate strategy)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Corporate Strategy (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Sebastian Junge Prof. Dr. Sebastian Junge	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harald Hungenberg Prof. Dr. Sebastian Junge
5	Inhalt	Im Rahmen dieser interaktiven Lehrveranstaltung werden Grundprinzipien des strategischen Managements auf Konzernebene (ökonomische Theorien und die Multibusiness Firms, Value-Management, Parenting Advantage) vermittelt. Zudem werden elementare Konzernsteuerungsthemen, wie Diversifikation und Portfolioplanung thematisiert. In Zeiten des digitalen Wandels ist es noch essentieller, geeignete strategische Initiativen zu identifizieren, um die eigene Position erfolgreich stärken und nachhaltig verteidigen zu können. In diesem Kontext werden Maßnahmen wie Mergers, Akquisitionen und Verkäufe auf Konzernebene diskutiert. Es wird ein verstärkter Bezug zu Herausforderungen hergestellt, die sich auf Basis der digitalen Transformation für Konzerne ergeben. Hierfür werden exemplarisch Plattformbetreiber analysiert, aber auch dynamische Branchen wie bspw. Finanzdienstleistungen oder der Automobilsektor beleuchtet. Die Studierenden bearbeiten in Teams eine aktuelle Fragestellung zu den oben genannten Inhalten und erarbeiten dazu eine Präsentation sowie eine Fallstudie.
6	Lernziele und Kompetenzen	Am Ende der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage <ul style="list-style-type: none"> • verschiedene Konzepte und Instrumente des strategischen Managements auf Konzernebene vor dem Hintergrund digitaler Trends und aktueller Forschungserkenntnisse einzuschätzen und auf spezifische Fragestellungen anzuwenden; • komplexe Fragestellungen strukturiert vor Dritten zu präsentieren sowie überzeugende Lösungsvorschläge zu finden und argumentativ zu verteidigen; • eine Fallstudie zu einer aktuellen Fragestellung aus dem Bereich der Konzernstrategien zu erarbeiten und anwendungsorientiert aufzubereiten; • 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 48 Studierende begrenzt.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

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
16	Literaturhinweise	Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen, 8. Aufl., Wiesbaden, 2014. Weitere Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

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

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: 2;3;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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	Dr. Christian Baccarella Lukas Maier Daniel Krauss Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	Inhalt	In dem Seminar, welches vom Gründer und CIO (Chief Information Officer) von Flixbus (heute Flixbus 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: 2;3;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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
16	Literaturhinweise	Kursspezifische Literatur

1	Modulbezeichnung 54790	Didaktik der Wirtschaftsinformatik (Teaching business informatics)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Didaktik der Wirtschaftsinformatik (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Stefan Zollbrecht	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Karl Wilbers
5	Inhalt	<p>Ansätze der Didaktik der (Wirtschafts-)Informatik</p> <p>Ziele und Themen des Wirtschaftsinformatik-Unterrichts</p> <p>Methoden des Wirtschaftsinformatik-Unterrichts</p> <p>Bedingungen des Wirtschaftsinformatik-Unterrichts</p> <p>Anfänger- und Fortgeschrittenenunterricht in der Wirtschaftsinformatik</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <p>würdigen Ziele und Themen des Wirtschaftsinformatik-Unterrichts</p> <p>beherrschen handlungsorientierte und traditionelle Methoden</p> <p>reflektieren und gestalten Bedingungen des Wirtschaftsinformatik-Unterrichts</p> <p>reflektieren die Inhalte der Veranstaltung mit den Anforderungen im späteren Beruf und legen die Grundlage für professionelles Lehrhandeln</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur
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	keine Literaturhinweise hinterlegt!

1	Modulbezeichnung 57471	Digital Marketing (Digital marketing)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Digital Marketing (2 SWS) Übung: Digitales Marketing ÜB (2 SWS)	- -
3	Lehrende	Dr. Tobias Maiberger David Schindler	

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	<p>In der Vorlesung werden relevante Kenntnisse, Perspektiven und Fähigkeiten vermittelt, um die Bedeutung digitaler Technologien im Marketing zu verstehen.</p> <p>Die Studierenden können</p> <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: 2;3;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Klausur
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (0%) Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 50 h Eigenstudium: 100 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester

15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	<p>Chaffey, Dave and Fiona Ellis-Chadwick (2019), Digital Marketing, Seventh 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 53295	Economics of innovation (Economics of innovation)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Economics of Innovation (Lecture and Tutorial) (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Markus Nagler	

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;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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
16	Literaturhinweise	Bryan, Kevin and Heidi Williams (forthcoming): Markets for innovation: Market failures and public policies, Handbook of Industrial Organization 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 55210	Einkommenssteuerrecht (Income tax law)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: UE Einkommensteuerrecht (2 SWS) Vorlesung: VL Einkommensteuerrecht (2 SWS)	- 5 ECTS
3	Lehrende	Elena Fuchs Prof. Dr. Roland Ismer	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Roland Ismer
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Subjektive und objektive Steuerpflicht • Grundzüge der Einnahmen-Überschuss-Rechnung • Erwerbsaufwendungen • die einzelnen Einkunftsarten • Sonderausgaben, außergewöhnliche Belastungen • Schwerpunkt auf dogmatischen Strukturen wie das Veranlassungsprinzip und die Systematik des Gesetzes
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden können unter Berücksichtigung der Systematik der Gesetze steuerliche Fallgestaltungen erfassen, beurteilen und systematisch lösen. Unter Anwendung juristischer Methoden auf fortgeschrittenem Niveau sowie Übertragung steuerrechtlicher Rechtsprechung und aktueller wissenschaftlicher Literatur können die Studierenden steuerliche Fallgestaltungen gutachterlich prüfen.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Grundkenntnisse Steuerrecht
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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	Deutsch
16	Literaturhinweise	Birk, Steuerrecht; Jakob, Einkommensteuerrecht; Tipke/Lang, Steuerrecht: jeweils aktuelle Auflage; weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 53921	Fallstudien Auditing (Case studies auditing)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Fallstudienseminar "Auditing" (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Michael Munkert Prof. Dr. Thomas Edenhofer	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Klaus Henselmann
5	Inhalt	<p>Wechselnde Themenschwerpunkte aus Theorie und Praxis:</p> <p>Das Modul beschäftigt sich einerseits mit ökonomischen, gesellschaftsrechtlichen, familienrechtlichen und steuerlichen Anlässen der Unternehmens- und Anteilsbewertung (Schwerpunkt im Wintersemester). Andererseits werden die bilanzielle Bewertung von Unternehmensanteilen (nach HGB und IFRS), Kaufpreisallokation und Werthaltigkeitstests behandelt (Schwerpunkt im Sommersemester).</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden verfügen in diesen Bereichen über umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand einschließlich der praktischen Anwendung sowie eines kritischen Verständnisses der Theorien und Methoden. Dazu gehören sowohl die Lösungen nach HGB als auch nach IFRS einschließlich eines Verständnisses von Unterschieden und Gemeinsamkeiten.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage die Aussagekraft der Rechnungslegung nach HGB und IFRS in Hinblick auf eine Abbildung der Realität zu beurteilen und die momentan geltenden Rechtsnormen kritisch zu hinterfragen.</p> <p>Die Studierenden können dieses Wissen kombinieren und zur umfassenden Beurteilung von konkreten Unternehmen aus der Praxis anwenden. Dazu gehört es auch, die erforderlichen Informationen zu beschaffen, Analysemodelle zu entwickeln, erforderliche Auswertungen auszuwählen, Vergleiche vorzunehmen, das Gesamtergebnis zu begründen und verteidigen sowie die Belastbarkeit der Ergebnisse zu hinterfragen.</p> <p>Die Studierenden können zugehörige Dokumente und Rechenwerke selbst erstellen oder ihnen vorgelegte Dokumente und Rechenwerke analysieren, beurteilen und die getroffenen Annahmen hinterfragen.</p> <p>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.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine

8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;3;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	schriftlich/mündlich Seminararbeit Fallstudienbearbeitung (schriftliches Einreichen der Lösung sowie mündliche Verteidigung der Lösung).
11	Berechnung der Modulnote	schriftlich/mündlich (50%) Seminararbeit (50%) Fallstudie 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	Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 53491	Fallstudien und Projekte im Management I (Case studies and projects in management I)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Strategisches Innovationsmanagement (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Lars Friedrich Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Dr. Robert Mayr	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	Inhalt	In dem Seminar, welches vom Vorsitzenden des Vorstandes der DATEV eG, Herrn Prof. Dr. 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	Die Studierenden erarbeiten in Gruppen weitgehend selbstgesteuert und autonom Analysen zu komplexen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen im Kontext des Strategischen Innovationsmanagements. 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 Herrn Prof. Dr. Robert Mayr und Herrn Prof. Dr. Voigt 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 Für Studierende ist eine Anrechnung für den Pflichtbereich II ausgeschlossen, falls das Modul bereits im Vertiefungsbereich angerechnet wurde.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;3;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch

1	Modulbezeichnung 55403	Fallstudien und Projekte im Management IX (Case studies and projects in management IX)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Start-up Consulting (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Sebastian Junge	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harald Hungenberg Prof. Dr. Sebastian Junge
5	Inhalt	<p>Diese Veranstaltung findet in Kooperation mit Wissensfabrik e.V. statt.</p> <p>Das Seminar soll Studierende dazu befähigen, Fragestellungen junger Wachstumsunternehmen (Start-ups) durch theoretisches Wissen und Methodenkompetenz zu lösen.</p> <p>Aufgrund der gegenwärtigen Dynamik in Gesellschaft und Technologie sowie den damit verbundenen Megatrends, wie beispielsweise Digitalisierung, stehen Start-ups vor zentralen Herausforderungen.</p> <p>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</p> <p>fachliche und persönliche Kompetenzen entwickelt. Die Studierenden geben und erhalten im Rahmen interaktiver</p> <p>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 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	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!

9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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
16	Literaturhinweise	Keine

1	Modulbezeichnung 56270	Financial engineering and structured finance (Financial engineering and structured finance)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Financial Engineering und Structured Finance (VL) (2 SWS) Übung: Financial Engineering und Structured Finance (ÜB) (1 SWS)	5 ECTS -
3	Lehrende	Prof. Dr. Hendrik Scholz Nicolas Webersinke	

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;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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	Vorlesung: Finanzierungsmanagement von Start-up Unternehmen (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Dr. Christian Baccarella Hannah Altenburg	

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 selbständig real-existierende Fallstudien aus strategischer finanzieller Sicht ausarbeiten und im Rahmen der Veranstaltung diskutieren und interpretieren, um selbständig 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	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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	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: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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>Hartmann-Wendels, T. / Pfingsten, A. / Weber, M.: Bankbetriebslehre, Berlin u.a.</p> <p>Weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>

1	Modulbezeichnung 54430	Fremdsprachendidaktik Englisch (Teaching English as a foreign language)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Fremdsprachendidaktik Englisch: Didaktik II (2 SWS)	2,5 ECTS
3	Lehrende	Sonja Klier	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Karl Wilbers
5	Inhalt	<p>Practical guidance for English language teaching: the students will be given hints and strategies for planning, teaching and analysing English lessons; main aspects will be the five skills: listening/viewing, speaking, reading, writing, mediation; furthermore: needs analysis, teaching vocabulary and grammar, intercultural communication and cultural studies, teaching activities, tools, techniques and learning spaces; feedback and reflection; assessment, course books and other teaching materials</p> <p>Die Studierenden lernen die theoretischen Grundlagen und Rahmenbedingungen für die Unterrichtsplanung und -analyse im Unterrichtsfach Englisch und wenden sie exemplarisch an. Der Schwerpunkt liegt auf den didaktischen Leitideen sowie den fünf Kernkompetenzen Sprechen, Hör-/Sehverstehen, Lesen, Schreiben und Mediation. Im Kurs werden auch besprochen: Bedarfsanalyse, Wortschatz- und Grammatikvermittlung, Interkulturelle und pragmatische Kompetenz, Möglichkeiten fächerübergreifenden und bilingualen Unterrichts, Leistungserhebung und -bewertung, Unterrichtsmaterialien und Lehrwerke sowie weitere Themen und Fragestellungen</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Students know how to plan, teach and assess lessons in English for general and professional purposes/</p> <p>Die Studierenden kennen die theoretischen Grundlagen der Fremdsprachendidaktik Englisch und wenden diese zur Planung, Analyse und Reflexion von Unterricht an</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Bachelor modules English for students of Vocational Education and Training/ Bachelormodule Zweifach Englisch
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Portfolio Portfolio
11	Berechnung der Modulnote	Portfolio (50%) Portfolio (50%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	Dauer des Moduls	2 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch oder Englisch

16	Literaturhinweise	Course materials will be announced in the course/ Literaturhinweise werden im Kurs bekannt gegeben
----	--------------------------	--

1	Modulbezeichnung 53201	Game theory (Game theory)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Game Theory (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Veronika Grimm Xiaoyu Zhou	

4	Modulverantwortliche/r	Nima Farhang-Damghani Prof. Dr. Veronika Grimm Simon Mehl
5	Inhalt	<p>Game Theory analyzes the behavior of rational agents in decision-making situations in which several agents are involved. Unlike Decision Theory, Game Theory studies situations in which the utilities of the individual agents are not only dependent on their own decisions, but also on those of the other agents. The course seeks to apply the basic game theoretical concepts (e.g., Nash equilibrium, subgame perfect equilibrium) to more complicated economic interactions. In addition, it introduces advanced concepts, such as the analysis of the games with incomplete information, auction theory and briefly, elements of mechanism design. We discuss different equilibrium concepts and their various refinements in the context of these games.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Students acquire a more formal understanding of game theoretical concepts and learn to differentiate between different types of games and their appropriate solution concepts. They learn the applications of these concepts to advanced economic problems. Students should be able to formally approach real-world multi-person decision problems and give economic predictions based on the equilibrium concepts studied in the course.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Basic knowledge of game theory and its core applications
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Hausarbeit Klausur (90 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Hausarbeit (20%) Klausur (80%)
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	Main Textbook: Fudenberg, D. and Tirole, J. (1991), Game Theory, Cambridge, MIT Press. Krishna, V. (2002), Auction Theory, Academic Press. Further (helpful) reading: Osborne, M. and Rubenstein, A. (1994), A Course in Game Theory, Cambridge, MIT Press. Maschler, M., Solan E. and Zamir, S. (2013), Game Theory, Cambridge University Press

1	Modulbezeichnung 54821	Gesundheitsökonomische Evaluationen I (Evaluation methods in health economics I)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Gesundheitsökonomische Evaluationen I (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Oliver Schöffski	

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"> • ermitteln 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;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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	Schöffski / Graf von der Schulenburg (Hrsg.): Gesundheitsökonomische Evaluationen, 3. oder 4. Aufl., Berlin u. a., 2007, 2008 oder 2012.

1	Modulbezeichnung 53651	Global operations strategy (Global operations strategy)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Global Operations Strategy (2 SWS) Corona-Satzung - Nur für Wiederholer!	5 ECTS
3	Lehrende	Marie-Christin Schmidt Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	

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: 3	
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222	

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 55541	Hauptseminar Auditing (Advanced seminar: Auditing)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Hauptseminar Auditing (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Klaus Henselmann	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Klaus Henselmann
5	Inhalt	Inhalte der Veranstaltung sind verschiedene wechselnde (aktuelle und grundsätzliche) Themenbereiche aus dem Bereich des Rechnungswesens und Prüfungswesen
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden verfügen in den besprochenen Bereichen über umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand einschließlich der praktischen Anwendung sowie eines kritischen Verständnisses der Theorien und Methoden.</p> <p>Die Studierenden beherrschen die erforderlichen Forschungsmethoden und können sie auf eine wissenschaftliche Problemstellung anwenden, einen schriftlichen Lösungsvorschlag unterbreiten und diesen bei einer Präsentation verteidigen.</p> <p>Für die Präsentation besteht Anwesenheitspflicht.</p> <p>Die Studierenden können autonom eigenständige forschungsbezogene Projekte durchführen.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	keine (ggf. themenspezifisch)
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;3;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Referat mündlich Seminararbeit
11	Berechnung der Modulnote	Referat (25%) mündlich (25%) Seminararbeit (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	In Abhängigkeit vom Rahmenthema des Seminars (wird bei Vergabe der Seminararbeiten bekannt gegeben)

1	Modulbezeichnung 55605	Hauptseminar Betriebswirtschaftliche Steuerlehre (keine englischsprachige Modulbezeichnung hinterlegt!)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Hauptseminar: Hauptseminar Betriebswirtschaftliche Steuerlehre (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Frank Hechtner	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Frank Hechtner
5	Inhalt	In dem Seminar werden wechselnde Themen der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre behandelt, die einen aktuellen Themenbezug aufweisen.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden können aktuelle steuerliche Fragestellungen mit wissenschaftlichen Methoden im Rahmen einer eigenen Hausarbeit bearbeiten und hierbei eigenständig Lösungsvorschläge erarbeiten. Hierbei ist es ihnen ferner möglich, ihre Problemstellung in das aktuelle Forschungsprogramm der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre einzuordnen. Darüber hinaus soll das Hauptseminar auf das Anfertigen einer Masterarbeit im Bereich der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre vorbereiten.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Es wird empfohlen, dass die Veranstaltungen Steuerliche Gewinnermittlung oder Unternehmenssteuerrecht belegt wurden. Studierende habe sich für die Teilnahme über den Lehrstuhl zu bewerben.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Referat und Hausarbeit
11	Berechnung der Modulnote	Referat und Hausarbeit (100%) 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.
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	Die relevante Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 55550	Hauptseminar Controlling (Advanced seminar: Controlling)	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. Hierbei geben und erhalten die Studierenden 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: 2;3;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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 untrennbaren 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	Wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

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	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 2022
10	Studien- und Prüfungsleistungen	<p>schriftlich/mündlich Seminararbeit (ca. 15 Seiten, tw. in Gruppenarbeit) und 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%) 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 58000	Hauptseminar spezielle Sozialökonomik 1 (Advanced seminar: Social economics I)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Ergänzungsseminar zur Soziologie/ Sozialökonomik im Wahlpflichtbereich (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Tobias Wolbring	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefende Auseinandersetzung mit einem Thema aus dem Bereich der speziellen Sozialökonomik • Im Seminar setzen sich die Studierenden gründlich und auf der Basis anspruchsvoller i.d.R. englischsprachiger Fachliteratur mit einem aktuellen Thema aus
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden demonstrieren ihren souveränen Umgang mit der einschlägigen Fachliteratur und soziologischen/ sozialökonomischen Theorien und Methoden. Sie können wissenschaftliche Positionen erläutern, vertreten, kritisieren und verteidigen. Sie erwerben fundierte und detaillierte Fachkenntnisse zu spezifischen Fragestellungen in der Sozialökonomik und vertiefen ihre Kenntnisse darin, wie Methoden und Instrumente angewendet werden können.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	gemäß Seminarankündigung
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Seminararbeit
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (0%) 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	Deutsch oder Englisch
16	Literaturhinweise	Wird bekannt gegeben

1	Modulbezeichnung 58001	Hauptseminar spezielle Sozialökonomik 2 (Advanced seminar: Social economics 2)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Ergänzungsseminar zur Soziologie/ Sozialökonomik im Wahlpflichtbereich (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Tobias Wolbring	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefende Auseinandersetzung mit einem Thema aus dem Bereich der speziellen Sozialökonomik • Im Seminar setzen sich die Studierenden gründlich und auf der Basis anspruchsvoller i.d.R. englischsprachiger Fachliteratur mit einem aktuellen Thema aus
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden demonstrieren ihren souveränen Umgang mit der einschlägigen Fachliteratur und soziologischen/ sozialökonomischen Theorien und Methoden. Sie können wissenschaftliche Positionen erläutern, vertreten, kritisieren und verteidigen. Sie erwerben fundierte und detaillierte Fachkenntnisse zu spezifischen Fragestellungen in der Sozialökonomik und vertiefen ihre Kenntnisse darin, wie Methoden und Instrumente angewendet werden können.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	gemäß Seminarankündigung
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Seminararbeit
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (0%) 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	Deutsch oder Englisch
16	Literaturhinweise	Wird bekannt gegeben

1	Modulbezeichnung 55571	Hauptseminar Tax law (Advanced seminar: Tax law)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Hauptseminar: Hauptseminar Tax Law (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Roland Ismer	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Roland Ismer
5	Inhalt	Ausgewählte Fragen des Steuerrechts(wechselnde und aktuelle Themenschwerpunkte)
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden können ein Fachproblem zu einem spezialisierten Themenbereich auf dem aktuellen Forschungsstand mit wissenschaftlichen und juristischen Methoden bearbeiten und hierzu weitgehend eigenständig einen Lösungsvorschlag unterbreiten. Hierbei vermitteln die Studierenden Schlussfolgerungen, Informationen und Beweggründe in klarer und eindeutiger Weise, gegebenenfalls vor Fachvertretern aus der Praxis.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Bei einem Seminar zum Internationalen Steuerrecht: vorherige Belegung "Internationales Steuerrecht". Bei einem Seminar zum Umsatzsteuerrecht: vorherige Belegung "Umsatzsteuerrecht". (zumindest Grundkenntnisse in den einzelnen Thematiken)
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;3;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	schriftlich/mündlich Seminararbeit Seminararbeit (15 Seiten) und Präsentation (ca. 20-30 Minuten, tw. in Gruppenarbeit). 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.
11	Berechnung der Modulnote	schriftlich/mündlich (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	Englisch
16	Literaturhinweise	In Abhängigkeit vom Rahmenthema des Seminars (wird bei Vergabe der Seminararbeiten bekannt gegeben)

1	Modulbezeichnung 53151	Hauptseminar Wirtschaftspsychologie (Advanced seminar: Business psychology)	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. Klaus Moser	
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefende Auseinandersetzung mit Themen der Wirtschaftspsychologie (Personalpsychologie, Organisationspsychologie, Konsumentenverhalten) • Im Seminar setzen sich die Studierenden gründlich und auf der Basis anspruchsvoller i.d.R. englischsprachig 	
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden demonstrieren ihren souveränen Umgang mit der einschlägigen Fachliteratur und wirtschaftspsychologischen Theorien und Methoden. Sie können wissenschaftliche Positionen erläutern, vertreten, kritisieren und verteidigen. Sie erwerben fundierte Fachkenntnisse zu spezifischen Fragestellungen in der Wirtschaftspsychologie und vertiefen ihre Kenntnisse darin, wie Methoden und Instrumente entwickelt und evaluiert werden können.	
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Besuch vorbereitender Module aus den Bereichen Personalpsychologie, Organisationspsychologie oder Konsumentenverhalten. Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungsmethoden und von Korrelations- und Regressionsrechnung bzw. Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie, Präsentationstechniken, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.	
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3	
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222	
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Hausarbeit Präsentation	
11	Berechnung der Modulnote	Hausarbeit (100%) Präsentation (0%)	
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 Literaturhinweise hinterlegt!	

1	Modulbezeichnung 53640	Industrielles Management (Industrial management)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Industrielles Management (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Marie-Christin Schmidt Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	

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;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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 57201	Interdisciplinary business seminar (Interdisciplinary business seminar)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Interdisciplinary Business Seminar (2 SWS) The seminar is organized mostly online. Presence is expected for the kick-off and mid-term presentations as well as other meetings organized individually. More details will be given at the kick-off lecture in the beginning of each semester.	5 ECTS
3	Lehrende	Annika Lurz Dr. Pavlina Kröckel	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Freimut Bodendorf Dr. Pavlina Kröckel
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> Students solve case studies that are of high practical relevance for companies and organizations nowadays. Whenever possible, we assign topics that are currently important for our cooperation partners like adidas or REHAU. This course is mostly organized as a self-study. Work will be done in groups of three to five students.
6	Lernziele und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> Students learn how to deliver an effective presentation and improve their academic writing skills. Students will also work on their teamwork and other soft-skills as they work together with their classmates. Domain knowledge is also gained by researching thoroughly the assigned topic.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	None
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;3;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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	Will be announced at the beginning of the course.

1	Modulbezeichnung 54120	Interdisziplinäres Seminar (Interdisciplinary seminar)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Seminar Social Media (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	

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 Präsentationsfertigkeiten. 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;3;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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 55270	International and European trade law (International and European trade law)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: VL International and European Trade Law (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Klaus Meßerschmidt	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Roland Ismer
5	Inhalt	<p>Basics of International and European Law:</p> <ul style="list-style-type: none"> • EU Trade Law • Concept of Internal Market • Economic Freedoms and Law of Competition • Economic Globalization and the Law of the WTO • The World Trade Organization • WTO Dispute Settlement • Principles of Non-Discrimination • Rules on Market Access • Rules on Unfair Trade • Trade Liberalisation versus other societal values and interests • Supply Chain Law and anti-modern slavery legislation • WTO and EU Law
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Students will</p> <ul style="list-style-type: none"> • know the European Economic Law and WTO-Law as fundamental basis of the International Trade Law • be able to analyse and discuss specific aspects of European and International Economic Law on an advanced level • will be able to produce case studies • will achieve an advanced skill of analysis
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Basic knowledge of European Law
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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	Werden zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 54440	Issues in international political economy (Issues in international political economy)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Ma-Vorl: Issues in International Political Economy (IPE) (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Christoph Moser	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Friedrich Michael Dimpel Prof. Dr. Christoph Moser
5	Inhalt	This course deals with international trade policy. The focus will be on the political and economic determinants and consequences of trade liberalization as well as trade policies that increase trade barriers. The course will provide important insights into the global governance of international trade flows, the World Trade Organization and the role of the United States, China and the European Union.
6	Lernziele und Kompetenzen	Students gain an understanding of the importance and evolution of the international trading system and how it affects multinational corporations (MNCs). Students learn about different trade policy tools, their economic consequences and their political constraints, in particular in the United States, China and the European Union. Students learn to critically assess trade-related news in the media.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Recommended prerequisites:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Basic knowledge of microeconomics (e.g., Varian, Hal (2014), Intermediate Microeconomics: A Modern Approach, 9th international edition). <p>Module compatibility:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Master IBS: core course (Pflichtbereich) • Master IBS: mandatory elective for the area "English-speaking countries". Students who select English-speaking countries as an area study cannot take this module as a core course module, but must take it as part of their area studies. • Master Wirtschaftspädagogik, Studienrichtung II: elective course (Wahlbereich im Zweitfach Sozialkunde), core course (Pflichtbereich im Zweitfach Englisch) • Erweiterungsprüfung Berufliche Schulen/Studienfach • Wirtschaftspädagogik • Master Sozialökonomik: elective course (Wahlbereich) • Master Arbeitsmarkt und Personal: elective course (Wahlbereich) • Master Economics: Specialization in Macroeconomics and Finance, and Public economics
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur Written examination 60 min. (Klausur 60 Min.)

11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%) Written examination result 100% (Prüfungsergebnis 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	Krugman, P., M. Obstfeld and M. Melitz (2017/18), International Trade: Theory and Policy OR International Economics: Theory and Policy, 11th global edition. Further, course materials will be announced in the course.

1	Modulbezeichnung 54290	Kapitalmarktorientierte Unternehmenssteuerung (Corporate management and capital markets)	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: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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>Berk, Jonathan / DeMarzo, Peter: Corporate Finance, Boston u. a.</p> <p>Drukarczyk, Jochen / Schüler, Andreas: Unternehmensbewertung, München.</p>

		<p>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.</p> <p>Hull, John C.: Optionen, Futures und andere Derivate, Hallbergmoos.</p>
--	--	---

1	Modulbezeichnung 54251	Konzernrechnungslegung (Accounting for consolidated financial statements)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Konzernrechnungslegung (Übung) (1 SWS) Vorlesung: Konzernrechnungslegung (Vorlesung) (2 SWS)	- 5 ECTS
3	Lehrende	Veronika Heichl 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, Anteilstausch, Konzernbilanzpolitik, komplexe Konzernstrukturen.
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>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.</p> <p>Die Studierenden können dieses Wissen kombinieren und zur umfassenden Lösung von Konsolidierungssachverhalten aus der Praxis verknüpfen.</p> <p>Dazu gehören sowohl die Lösungen nach HGB als auch nach IFRS einschließlich eines Verständnisses von Unterschieden und Gemeinsamkeiten.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3

9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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 52461	Latin America in the era of Globalisation (keine englischsprachige Modulbezeichnung hinterlegt!)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Sonstige Lehrveranstaltung: Ba/Ma-Vorl: Internationale Entwicklungen im 21. Jahrhundert: Wo steht Lateinamerika in der Weltpolitik? (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Julia Herrmann Jaime León González	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Gian Luca Gardini
5	Inhalt	<p>The seminar is offered every semester by the Chair of Prof. Gardini, Ph.D. It deals with topics related to the role of Latin America and the challenges of the region in the era of globalization. The increasing global interdependence of economics, politics and society is shaping today's world and poses complex challenges for world politics. The course deals with the central international developments in the 21st century (such as migration movements, structural inequality, sustainable and human development, digital transformation, organized crime, (dis)integration movements like BREXIT) and discusses the role and interests of Latin America for each phenomenon.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>The students:</p> <ul style="list-style-type: none"> • acquire in-depth knowledge of political processes, economic changes and societal challenges in the context of globalization and integration processes. • Develop the ability to analyze and evaluate the dynamics of internal and external factors.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	None
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;3;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	elektronische Prüfung
11	Berechnung der Modulnote	elektronische Prüfung (100%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 0 h Eigenstudium: 150 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch oder Spanisch
16	Literaturhinweise	keine Literaturhinweise hinterlegt!

1	Modulbezeichnung 56540	Lebensversicherung (Life insurance)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Vorlesung Lebensversicherung (Life insurance) (2 SWS) Übung: Übung Lebensversicherung (1 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	PD Dr. Alexander Bohnert Prof. Dr. Nadine Gatzert	

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	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können aktuelle Entwicklungen im Lebensversicherungsmarkt beurteilen und hinterfragen diese. • Die Studierenden können Prämien und Deckungsrückstellungen von klassischen Lebensversicherungsverträgen berechnen und kennen die zentralen Einflussgrößen. • Die Studierenden können klassische und fondsgebundene Lebensversicherungsprodukte mit verschiedenen Garantien bewerten und verschiedene Methoden der Bewertung vergleichen und Modellannahmen kritisch hinterfragen. • Die Studierenden können einschätzen, wie verschiedene Arten von Finanzgarantien abgesichert werden müssen und können hierfür auch Kapitalanlagestrategien anwenden. • Die Studierenden können 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;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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 Hendrik Birkel	

4	Modulverantwortliche/r	Evi 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	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten) Fallstudie(n)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (60%) Fallstudie(n) (40%)
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 53212	Macroeconomics: Business cycles (Macroeconomics: Business cycles)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Computer Übung Macroeconomics: Business Cycles (2 SWS) Vorlesung: Macroeconomics: Business Cycles (2 SWS) Übung: Übung Macroeconomics: Business Cycles (2 SWS)	- 2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Timo Sauerbier Prof. Dr. Christian Merkl	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christian Merkl
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Stylized facts of the business cycle • Business cycle theories • Business cycle and the labor market • Monetary theory and policy
6	Lernziele und Kompetenzen	Students <ul style="list-style-type: none"> • learn about modern dynamic business cycle theory • learn about dynamic labor market theory (search and matching) • apply standard techniques (e.g., intertemporal optimization, loglinearization or simple simulations) • learn about modern monetary theory • compare the implications of monetary theory with modern policy making
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Advanced Mathematics, Macroeconomics (Bachelor)
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%) Students can improve their grade through two assignments during the winter term: one programming assignment with Matlab (about 30 lines of code) and one analytical problem (about four written pages). This requires the written exam to be graded not worse than 4.0; the maximum improvement is 0.3 grades.
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	Gali, J., Monetary Policy, Inflation, and the Business Cycle: An Introduction to the New Keynesian Framework and its Applications, 2015, second edition.

1	Modulbezeichnung 53221	Macroeconomics: Economic growth (Macroeconomics: Economic growth)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Macroeconomics: Economic Growth (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Boryana Madzharova Prof. Dr. Thiess Büttner Maximilian Pöhnlein	

4	Modulverantwortliche/r	Nima Farhang-Damghani Prof. Dr. Veronika Grimm Simon Mehl
5	Inhalt	The lecture is concerned with the development of the economy over time, in particular with economic growth. In a first step, the lecture considers how dynamic issues are dealt with in the context of traditional macroeconomics. We then go on and develop a dynamic model in which households, firms, and the government form expectations about future conditions and take account of future implications of current decisions. This model is varied to see implications of uncertainty and overlapping generations. Finally, we discuss the sources and limits of economic growth.
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Students</p> <ul style="list-style-type: none"> • learn how to derive a standard macroeconomic model from a set of optimal decisions of agents and their (intertemporal) constraints • learn how to use the model for basic predictions about effects of changes in endowments and starting conditions on short- and long-term equilibria • learn to modify the basic model to take account of uncertainty, infinite time and overlapping generations and understand the difficulties that are associated with some of these extensions • learn to apply techniques of intertemporal optimization • get acquainted with basic characteristics of economic growth • learn conditions under which the macroeconomic model is consistent with continuous economic growth • learn about the limits and determinants of economic growth
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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: 90 h

14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Romer, D. (1996): Advanced Macroeconomics, 2. edition, Mc-Graw-Hill.

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	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Julian Müller	

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	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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.

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

1	Modulbezeichnung 57030	Managing enterprise-wide IT architectures (Managing enterprise-wide IT architectures)	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. Michael Amberg Tuba Karatas Doris Zinkl	
5	Inhalt	<p>Lecture: Fundamentals of Enterprise-Wide IT Architecture Management</p> <p>The lecture Fundamentals of Enterprise-Wide IT Architecture</p> <p>Management provides the fundamentals of business process management and the underlying IT architecture. The course has a strong focus on concepts of business-IT-alignment e.g., service oriented architectures, cloud computing, and enterprise-wide IT systems as well as important paradigms to (re-) design enterprise IT architectures.</p> <p>Case Study Seminar</p> <p>Managers and business leaders in the field of information technology must make decisions with limited information and a swirl of business activities going on around them. They are required to evaluate options, make choices, and find solutions to the challenges they face every day. In this seminar, students will take on the perspective of a decision-maker by analyzing and discussing complex management challenges illustrated in different case studies from leading business schools.</p>	
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Lecture: Fundamentals of Enterprise-Wide IT Architecture Management</p> <p>Students</p> <ul style="list-style-type: none"> • know about the major differences of process and workflow management, • know about the main models of IT Service Management and Business-IT Alignment, • can understand the impact of Big Data Technologies on Value Creation, • can assess and implement different types of Big Data Systems, • can explain the major differences of automated communication concepts like EDI, XML and EDIFCAT, • can assess process standardization in different environments. 	

		Case Study Seminar Students should <ul style="list-style-type: none"> • know about real-world challenges in the area of IT management, as well as methods for analyzing case studies, • be able to apply the vocabulary, theory, and methods they have learned in the lecture, • be able to develop solutions to business problems, as well as defend their solutions and discuss them critically in a group setting, • be able to present solutions to case study problems in English.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	None
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur Fallstudie(n) <ul style="list-style-type: none"> • Lecture: written examination (60 min. – 100%) --- Vorlesung: Klausur (60 Min. – 100%) • Case Study Seminar: Presentation (2 x 15 min. – 33,33%), class participation (33,33%) and discussion paper (2 x 1 Page– 33,33%) --- Case Study Seminar: Präsentation (2 x 15 Min. – 33,33%), Diskussionsbeitrag (33,33%), Diskussionspapier (2 x 1 Seite – 33,33%)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (50%) Fallstudie(n) (50%) <ul style="list-style-type: none"> • Lecture: 50% of module score --- Vorlesung: 50% der Modulnote • Case Study Seminar: 50% of module score --- Case Study Seminar: 50% der Modulnote
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	<ul style="list-style-type: none"> • Lecture: Rood, M. A. Enterprise architecture: Definition, content, and utility, in Proceedings of the Third Workshop on: Enabling Technologies: Infrastructure for Collaborative Enterprises, 1994, pp. 106-111. • Case Study Seminar: Ellet, W. The Case Study Handbook: How to Read, Discuss, and Write Persuasively About Cases. Harvard Business Review Press, 2007.

1	Modulbezeichnung 57060	Managing global projects and information technology (Managing global projects and information technology)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Managing Global Projects (2 SWS)	2,5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Michael Amberg Nils Kemmerzell	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Michael Amberg Tuba Karatas Doris Zinkl
5	Inhalt	<p>Lect1/Ex1:</p> <p>The traditional role of the Chief Information Officer (CIO) as gatekeeper of technology and protector of corporate information asset activities is changing. Next to the daily duties to keep the IT operations and projects running often facing shrinking budget constraints an enterprise IT manager becomes an important business partner in supporting the transformation of the traditional business to the digital age.</p> <p>The course has a strong focus on the role of IT within different types of enterprises and highlights IT from two different angles: IT as organizational function and IT as driver of organizational transformation.</p> <p>The lecture is divided into two parts</p> <p>(1) IT Management in enterprises</p> <p>(2) IT-driven business models</p> <p>Lect2/Ex2:</p> <p>Increasing globalization of business operations and the high importance of project structures for global operations force companies worldwide to develop and strengthen their capabilities for managing global projects. Therefore, future professionals capable of successfully coordinating projects across multiple countries and cultures will have excellent career prospects. To prepare students for the task of managing global projects, the course will focus on the following topics:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Characteristics and organization of global projects • Cultural influences (effects and remedies) • Controlling of globally distributed projects • Challenges of IS outsourcing/offshoring projects <p>For each of these topics, students will be given an introduction to the topic (knowledge transfer) and then work on real-world examples to gain deeper insights into the topic (knowledge application).</p>

		In addition, students will work in teams on a project during the semester.
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Lect1/Ex1:</p> <p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • describe and explain key IT Management models, • explain and evaluate design options of an IT organization and challenges of the CIO, • explain main organizational IT cost categories and tasks of managing IT costs, • describe components of a (digital) business model, • evaluate (digital) business models, • understand the impact of new technologies, such as Big Data Technologies, on value creation. <p>Lect2/Ex2:</p> <p>The main goal of the course is to familiarize students with the foundations of successful management in global IT-projects.</p> <p>The students will:</p> <ul style="list-style-type: none"> • describe the project life cycle, • evaluate challenges caused by distance in globally distributed projects and learn about the approaches of dealing with them, • evaluate IT archetypes and decision domains, • evaluate PMOs in (IT) organization analyze different collaboration tools.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<ul style="list-style-type: none"> • Lect1/Ex1: None • Lect2/Ex2: Basic knowledge on project management principles and techniques
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	<p>schriftlich/mündlich Hausarbeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • IIS exam-no. 70603 Lect1/Ex1: Managing information technology (2 SWS) 2,5 ECTS - Written assignment (100%) --- Vorlesung1/Übung1: Hausarbeit (100%) • IIS exam-no. 70604 Lect2/Ex2: Managing global projects (2 SWS) 2,5 ECTS - Presentation (2 x 15 min. – 33,33%), class participation (33,33%) and discussion paper (2 x 1 Page) --- Vorlesung2/Übung2: Präsentation (2 x 15 Min. – 33,33%),

		Diskussionsbeitrag (33,33%), Diskussionspapier (2 x 1 Seite – 33,33%)
11	Berechnung der Modulnote	<p>schriftlich/mündlich (50%)</p> <p>Hausarbeit (50%)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lect1/Ex1: 50% of module score --- Vorlesung1/ Übung1: 50 % der Modulnote • Lect2/Ex2: 50% of module score --- Vorlesung2/ Übung2: 50 % der Modulnote
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	<p>Präsenzzeit: 60 h</p> <p>Eigenstudium: 90 h</p>
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	<ul style="list-style-type: none"> • <ul style="list-style-type: none"> ◦ Carr, N. G. (2003): IT doesnt matter. Harvard Business Review, 81(5), 419, 128. ◦ Christensen, C. M., & Overdorf, M. (2000). Meeting the Challenge of Disruptive Change. Harvard Business Review, 78(2), 6676. • <ul style="list-style-type: none"> ◦ Binder J.: Global Project Management: Communication, Collaboration and Management Across Borders. Gower Publishing Ltd, ISBN: 0566087065.

1	Modulbezeichnung 55060	Methoden II: Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie (Methods II: Research and statistical methods in business and organizational psychology)	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	
5	Inhalt	keine Inhaltsbeschreibung hinterlegt!
6	Lernziele und Kompetenzen	keine Beschreibung der Lernziele und Kompetenzen hinterlegt!
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 0
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten) sonst
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%) sonst (0%)
12	Turnus des Angebots	keine Angaben zum Turnus des Angebots hinterlegt!
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: ?? h (keine Angaben zum Arbeitsaufwand in Präsenzzeit hinterlegt) Eigenstudium: ?? h (keine Angaben zum Arbeitsaufwand im Eigenstudium hinterlegt)
14	Dauer des Moduls	?? Semester (keine Angaben zur Dauer des Moduls hinterlegt)
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	keine Literaturhinweise hinterlegt!

1	Modulbezeichnung 53191	Microeconomics (Microeconomics)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Microeconomics (2 SWS) Vorlesung: Microeconomics Lecture (0 SWS) Übung: MicroE (0 SWS)	5 ECTS - -
3	Lehrende	Yuval Ofek-Shanny Prof. Dr. Veronika Grimm Prof. Dr. Johannes Rincke Katharina Adler	

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: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (90 Minuten) Präsentation (90 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (80%) Präsentation (20%)
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 52553	Organizational creativity (Organizational creativity)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Zu diesem Modul sind keine Lehrveranstaltungen oder Lehrveranstaltungsgruppen hinterlegt! Wird ab dem WS 2022/23 nicht mehr angeboten!	
3	Lehrende	Zu diesem Modul sind keine Lehrveranstaltungen und somit auch keine Lehrenden hinterlegt!	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	Inhalt	<p>Kreativität ist nicht nur eine bedeutende persönliche Fähigkeit, sondern auch der Ursprung von Ideen, die von Unternehmen wirtschaftlich umgesetzt werden. Im Rahmen dieser Veranstaltung werden Theorien und praktische Konzepte der organisationalen Kreativität präsentiert und diskutiert. Dabei werden die Grundlagen von Kreativität auf individueller, teambezogener und organisationaler Ebene eingeordnet. Ziel ist es, das Verständnis für Kreativität, die für die Entwicklung von Produkten, Dienstleistungen und Geschäftsmodellen notwendig ist, zu vermitteln. Die Veranstaltung wird komplementiert durch die Bearbeitung von Fallstudien in Kleingruppen sowie Gastvorträgen oder Exkursionen.</p> <p>Das Kursprogramm setzt sich wie folgt zusammen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kreativität als Wettbewerbsfaktor • Individuelle Kreativität • Teamkreativität • Organisationale Kreativität
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden erlernen die Kernkonzepte der organisationalen Kreativität. Sie lernen, Ihre eigene Kreativitätsfähigkeit zu verstehen und wissen, wie Sie diese für sich selbst, in Teams und in Unternehmen einbringen und fördern können.</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	Erfolgreich abgelegte Veranstaltung im Bereich Innovationsmanagement
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Fallstudie(n) Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Fallstudie(n) (50%) Klausur (50%)
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	Sawyer, R. K. (2012) Explaining Creativity: The Science of Human Innovation. 2nd ed. Oxford University Press. Niku, S. B. (2008) Creative Design of Products and Systems. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons. Von Stamm, B. (2008) Managing innovation, design and creativity. 2nd ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

1	Modulbezeichnung 53162	Personal selling (Personal selling)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Personal Selling (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Andreas Fürst	

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.</p> <p>Im Rahmen von sehr interaktiven Vorträgen und gegenseitig inspirierenden Diskussionen setzen sich die Studierenden mit den Kernfacetten des Verkaufs auseinander und wenden erlernte Methoden und Techniken in Gruppenübungen und Rollenspielen direkt an.</p>

		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 Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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 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	Michael Mertel Oscar Pakos Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Prof. Dr. Heinrich Pierer	

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	<p>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.</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: 2;3;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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 54050	Principles of marketing IV: Marketingseminar (Principles of marketing IV: Marketing seminar)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Marketingseminar (4 SWS) Seminar: Marketingseminar (4 SWS)	5 ECTS 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer Prof. Dr. Andreas Fürst	

4	Modulverantwortliche/r	
5	Inhalt	keine Inhaltsbeschreibung hinterlegt!
6	Lernziele und Kompetenzen	keine Beschreibung der Lernziele und Kompetenzen hinterlegt!
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 0
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminararbeit
11	Berechnung der Modulnote	Seminararbeit (100%)
12	Turnus des Angebots	keine Angaben zum Turnus des Angebots hinterlegt!
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: ?? h (keine Angaben zum Arbeitsaufwand in Präsenzzeit hinterlegt) Eigenstudium: ?? h (keine Angaben zum Arbeitsaufwand im Eigenstudium hinterlegt)
14	Dauer des Moduls	?? Semester (keine Angaben zur Dauer des Moduls hinterlegt)
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	keine Literaturhinweise hinterlegt!

1	Modulbezeichnung 54051	Principles of marketing VI (Principles of marketing VI)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Marketingseminar (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	

4	Modulverantwortliche/r	
5	Inhalt	keine Inhaltsbeschreibung hinterlegt!
6	Lernziele und Kompetenzen	keine Beschreibung der Lernziele und Kompetenzen hinterlegt!
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 0
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	
11	Berechnung der Modulnote	
12	Turnus des Angebots	keine Angaben zum Turnus des Angebots hinterlegt!
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: ?? h (keine Angaben zum Arbeitsaufwand in Präsenzzeit hinterlegt) Eigenstudium: ?? h (keine Angaben zum Arbeitsaufwand im Eigenstudium hinterlegt)
14	Dauer des Moduls	?? Semester (keine Angaben zur Dauer des Moduls hinterlegt)
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	keine Literaturhinweise hinterlegt!

1	Modulbezeichnung 54072	Principles of marketing VI (Principles of marketing VI)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Hauptseminar: Marketingseminar (Master) (4 SWS)	-
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. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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
16	Literaturhinweise	Literaturangaben erfolgen durch den Lehrstuhl vor Beginn des Semesters.

1	Modulbezeichnung 54060	Principles of marketing V: Marketingseminar (Principles of marketing V: Marketing seminar)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Marketingseminar (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Andreas Fürst	

4	Modulverantwortliche/r	
5	Inhalt	keine Inhaltsbeschreibung hinterlegt!
6	Lernziele und Kompetenzen	keine Beschreibung der Lernziele und Kompetenzen hinterlegt!
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 0
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminararbeit
11	Berechnung der Modulnote	Seminararbeit (100%)
12	Turnus des Angebots	keine Angaben zum Turnus des Angebots hinterlegt!
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: ?? h (keine Angaben zum Arbeitsaufwand in Präsenzzeit hinterlegt) Eigenstudium: ?? h (keine Angaben zum Arbeitsaufwand im Eigenstudium hinterlegt)
14	Dauer des Moduls	?? Semester (keine Angaben zur Dauer des Moduls hinterlegt)
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	keine Literaturhinweise hinterlegt!

1	Modulbezeichnung 53930	Prüfungstechnik (Auditing rules and standards)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Prüfungstechnik (Master) (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Peter Bömelburg Simon Hirsch	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter Bömelburg
5	Inhalt	Inhalte der Veranstaltung sind Theorie und Praxis der Durchführung von Prüfungen, insbesondere Abschlussprüfungen. Dazu gehören Prüfungsarten im Überblick, Berufsrecht, Vorgaben zur Abschlussprüfung nach HGB und internationalen Standards, Planung und Durchführung der Abschlussprüfung, Qualitätssicherung, Besonderheiten der Konzernabschlussprüfung, Einsatz von IT bei der Prüfung.
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden verfügen in diesen Bereichen über umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand einschließlich der praktischen Anwendung sowie eines kritischen Verständnisses der Theorien und Methoden.</p> <p>Die Studierenden können dieses Wissen kombinieren und zur umfassenden Beurteilung von konkreten Situationen aus der Praxis anwenden. Dazu gehört es auch, die erforderlichen Informationen zu beschaffen, Analysemodelle zu entwickeln, erforderliche Auswertungen auszuwählen, Vergleiche vorzunehmen, das Gesamtergebnis zu begründen und verteidigen sowie die Belastbarkeit der Ergebnisse zu hinterfragen. Sie beherrschen Software zur Unterstützung des Prüfungsprozesses. Diese Kompetenz wird im Rahmen eines Tutoriums durch Übungen am PC mit speziell installierter Software vermittelt. Dazu ist die Anwesenheit notwendig.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;3;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (90 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
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
16	Literaturhinweise	Wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

1	Modulbezeichnung 57241	Service innovation (Service innovation)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Service Innovation (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Angela Roth Prof. Dr. Kathrin Möslin	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kathrin Möslin 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	<p>The students can:</p> <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;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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 53800	Sonderbilanzen und Sonderprüfungen (Accounting and auditing for special events)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Sonderbilanzen und Sonderprüfungen (Vorlesung) (2 SWS) Übung: Sonderbilanzen und Sonderprüfungen (Übung) (1 SWS)	5 ECTS -
3	Lehrende	Prof. Dr. Klaus Henselmann Goran Zvekan	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Klaus Henselmann
5	Inhalt	Gegenstand der Veranstaltung sind Situationen, in denen die Aufstellung einer Sonderbilanz oder eine Sonderprüfung des Unternehmens verpflichtend zu erfolgen hat oder freiwillig erfolgen kann. Hierzu gehören u.a. Gründung, Kapitalbeschaffung, Kauf und Verkauf, Börseneinführung, Unternehmenskrisen, Insolvenz, Sanierung, Strukturänderungen sowie Auseinandersetzung und Liquidation.
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden verfügen in diesen Bereichen über umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand einschließlich der praktischen Anwendung sowie eines kritischen Verständnisses der Theorien und Methoden. Dazu gehören sowohl die Lösungen nach HGB als auch nach IFRS einschließlich eines Verständnisses von Unterschieden und Gemeinsamkeiten.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage die Aussagekraft der Rechnungslegung nach HGB und IFRS in Hinblick auf eine Abbildung der Realität zu beurteilen und die momentan geltenden Rechtsnormen kritisch zu hinterfragen.</p> <p>Die Studierenden können dieses Wissen kombinieren und zur umfassenden Beurteilung von konkreten Unternehmen aus der Praxis anwenden. Dazu gehört es auch, die erforderlichen Informationen zu beschaffen, Analysemodelle zu entwickeln, erforderliche Auswertungen auszuwählen, Vergleiche vorzunehmen, das Gesamtergebnis zu begründen und verteidigen sowie die Belastbarkeit der Ergebnisse zu hinterfragen.</p> <p>Die Studierenden können zugehörige Dokumente und Rechenwerke selbst erstellen oder ihnen vorgelegte Dokumente und Rechenwerke analysieren, beurteilen und die getroffenen Annahmen hinterfragen.</p> <p>[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.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Grundkenntnisse der handelsrechtlichen und internationalen Rechnungslegung
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3

9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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	Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 53500	Spezialfragen der Rechnungslegung (Advanced financial accounting)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Spezialfragen der Rechnungslegung (Vorlesung) (2 SWS) Übung: Spezialfragen der Rechnungslegung (Übung) (1 SWS)	5 ECTS -
3	Lehrende	Prof. Dr. Klaus Henselmann	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Klaus Henselmann
5	Inhalt	Gegenstand der Veranstaltung ist die Behandlung komplexer Bilanzierungssachverhalte in der Rechnungslegung nach HGB und IFRS. Hierzu gehören u.a. die Abgrenzung von Eigen- und Fremdkapital, die Bilanzierung von Finanzinstrumenten sowie Sicherungsgeschäften, Pensionszusagen, Leasingverhältnisse und anteilsbasierte Vergütungsformen.
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden verfügen in diesen Bereichen über umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand einschließlich der praktischen Anwendung sowie eines kritischen Verständnisses der Theorien und Methoden. Dazu gehören sowohl die Lösungen nach HGB als auch nach IFRS einschließlich eines Verständnisses von Unterschieden und Gemeinsamkeiten.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die Aussagekraft der Rechnungslegung nach HGB und IFRS in Hinblick auf eine Abbildung der Realität zu beurteilen und die momentan geltenden Rechtsnormen kritisch zu hinterfragen.</p> <p>Die Studierenden können dieses Wissen kombinieren und zur umfassenden Beurteilung von konkreten Unternehmen aus der Praxis anwenden. Dazu gehört es auch, die erforderlichen Informationen zu beschaffen, Analysemodelle zu entwickeln, erforderliche Auswertungen auszuwählen, Vergleiche vorzunehmen, das Gesamtergebnis zu begründen und verteidigen sowie die Belastbarkeit der Ergebnisse zu hinterfragen.</p> <p>Die Studierenden können zugehörige Dokumente und Rechenwerke selbst erstellen oder ihnen vorgelegte Dokumente und Rechenwerke analysieren, beurteilen und die getroffenen Annahmen hinterfragen.</p> <p>[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.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Grundkenntnisse der handelsrechtlichen und internationalen Rechnungslegung
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;4

9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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
16	Literaturhinweise	Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 53965	Steuerbilanzen (keine englischsprachige Modulbezeichnung hinterlegt!)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Steuerbilanzen (2 SWS) Übung: Übung Steuerbilanzen (0 SWS) Tutorium: Tutorium Steuerbilanzen (0 SWS)	2,5 ECTS - 2,5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Frank Hechtner Jessica Kander	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Frank Hechtner
5	Inhalt	Das Modul stellt die unterschiedlichen Formen der steuerlichen Gewinnermittlung mittels des Betriebsvermögensvergleichs dar. Hierbei liegt der Fokus auf der steuerbilanziellen Gewinnermittlung mittels der Steuerbilanz. Inhaltlich wird auf die Themenkomplexe Formen der steuerlichen Gewinnermittlung, Konzeption der Steuerbilanz, Bilanzierung und Bewertung der aktiven und passiven Wirtschaftsgüter, Korrekturen des Bilanzergebnisses, Einkommensermittlung bei Mitunternehmerschaften, Sonder- und Ergänzungsbilanzen eingegangen.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden können die unterschiedlichen Regelungen zur steuerlichen Gewinnermittlung mittels Betriebsvermögensvergleich anwenden. Sie können die Bemessungsgrundlage für die Ertragsteuern systematisch darstellen und insgesamt ermitteln. Darüber hinaus sind sie in der Lage, den steuerlichen Gewinn anhand einzelner Sachverhalte zu ermitteln. Ferner besitzen sie die Kompetenz, sich vertieft mit einzelnen steuerlichen Sondervorschriften zur Gewinnermittlung auseinandersetzen zu können.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Es wird empfohlen, dass die Veranstaltungen Steuerliche Gewinnermittlung und Unternehmenssteuerrecht belegt wurden.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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	Deutsch
16	Literaturhinweise	Scheffler, W., Besteuerung von Unternehmen, Band II: Steuerbilanz, 9. Auflage 2018

1	Modulbezeichnung 54300	Steuerliche Gewinnermittlung (Tax accounting)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Tutorium: Tutorium Steuerliche Gewinnermittlung (0 SWS) Vorlesung: Steuerliche Gewinnermittlung (2 SWS) Übung: Übung Steuerliche Gewinnermittlung (2 SWS)	- 2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Lukas Schmidt Prof. Dr. Frank Hechtner Sophia Maier	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Frank Hechtner
5	Inhalt	Das Modul führt als Grundlage in die Betriebswirtschaftliche Steuerlehre ein und vermittelt grundlegende Kenntnisse der Ertragsbesteuerung mit Bezug zu unterschiedlichen ökonomischen Aktivitäten. Es werden die wesentlichen Konzepte der Einkunftsarten, der steuerlichen Gewinnermittlung innerhalb der Gewinn- und der Überschusseinkunftsarten sowie Grundzüge der steuerbilanziellen Gewinnermittlung dargestellt.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden erwerben ein Grundverständnis für ökonomische Fragestellungen im Kontext der betriebswirtschaftlichen Steuerlehre. Die Studierenden können die Bemessungsgrundlage für die Einkommensteuer systematisch darstellen und ermitteln sowie einen Bezug zu ökonomischen Fragestellungen herstellen. Darüber hinaus sind sie in der Lage, den steuerlichen Gewinn innerhalb der Gewinn- und der Überschusseinkunftsarten anhand einzelner Sachverhalte zu ermitteln. Ferner besitzen sie die Kompetenz, sich mit systematischen Fragestellungen innerhalb der steuerlichen Gewinnermittlung auseinandersetzen zu können.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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	Deutsch
16	Literaturhinweise	Scheffler, W., Besteuerung von Unternehmen, Band I: Ertrag-, Substanz- und Verkehrsteuern, 14. Auflage 2020 Birk, D., Desens, M., Tappe, H., Steuerrecht, 23. Auflage 2020

1	Modulbezeichnung 55615	Steuerwirkung und Steuerplanung (keine englischsprachige Modulbezeichnung hinterlegt!)	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. Frank Hechtner
5	Inhalt	Das Modul führt in die Steuerwirkungslehre ein und analysiert, was unter Steuerplanung zu verstehen ist. In dem Modul werden unterschiedliche Konzepte vorgestellt, um Steuerwirkungen zu identifizieren und zu quantifizieren. Hierbei erstrecken sich die angesprochenen Steuerwirkungen u.a. auf die Rechtsformwahl, die Renditewirkung der Besteuerung und ausgewählte Einzelaspekte der Ertragsbesteuerung.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden erlernen, welche unterschiedlichen Steuerwirkungen aus der Befolgung der Steuergesetze mit Fokus auf die Ertragsbesteuerung entstehen. Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, unterschiedliche Steuerwirkungen unter Anwendung der gültigen Steuergesetze zu identifizieren und zu quantifizieren.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Es wird empfohlen, dass die Veranstaltungen Steuerliche Gewinnermittlung oder Unternehmenssteuerrecht belegt wurden.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 50 h Eigenstudium: 100 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Die relevante Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

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

4	Modulverantwortliche/r	Evi 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: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur Fallstudie(n)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (70%) Fallstudie(n) (30%)
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 52610	Strategisches Innovationsmanagement (Strategic innovation management)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Strategisches Innovationsmanagement (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Lars Friedrich Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Dr. Robert Mayr	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	Inhalt	In dem Seminar, welches vom Vorsitzenden des Vorstandes der DATEV eG, Herrn Dr. 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 Fragestellungen im Kontext des strategischen Innovationsmanagements. 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 Herrn Dr. Robert Mayer und Herrn Prof. Dr. Voigt 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: 2;3;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Kursspezifische Literatur

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	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann Annika Wohlleber	

4	Modulverantwortliche/r	Evi 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 Gastredner 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: 2;3;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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 53763	Supply chain management research seminar (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	Evi 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;3;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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
16	Literaturhinweise	Wird im Kurs bekanntgegeben.

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

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	
5	Inhalt	<p>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 zum 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.</p>	
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	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222	
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 56792	The Economics of Health Insurance (The economics of health insurance)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Ü: The Economics of Health Insurance (1 SWS) Vorlesung: VL: The Economics of Health Insurance (2 SWS)	2,5 ECTS -
3	Lehrende	Franz Josef Zorzi Prof. Dr. Harald Tauchmann	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harald Tauchmann
5	Inhalt	The course covers the economics of health care taking a microeconomic perspective. The course focusses on the market for health insurance and its imperfections that originate from the specific characteristics of health as a commodity and result in market failure and hence undesirable market outcomes such as adverse selection, moral hazard, and risk selection. Based on the theoretical analysis implications for the question of how to design a health (insurance) system are derived.
6	Lernziele und Kompetenzen	The students <ul style="list-style-type: none"> • learn to analyze the market for health insurance • acquire knowledge about the institutions of the German health insurance system and how to assess them from a theoretical perspective • test the theoretical predictions using empirical analyses
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Solid skills in microeconomics, basic skills in econometrics
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Wahlmodul: Spezielle VWL Master of Science Sozialökonomik 2013 Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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 2nd ed.

1	Modulbezeichnung 53882	Umsatzsteuerrecht (VAT)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Übung Umsatzsteuerrecht (2 SWS) Vorlesung: VL Umsatzsteuerrecht (2 SWS)	- 5 ECTS
3	Lehrende	Elena Fuchs Prof. Dr. Roland Ismer	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Roland Ismer
5	Inhalt	<p>Umsatzsteuerrecht auf nationaler sowie europäischer Ebene.</p> <ul style="list-style-type: none"> • steuerbare Leistungen • Steuerbefreiungen einschließlich Optionsmöglichkeiten • Bemessungsgrundlage • Festlegung des Steuerschuldners • Vorsteuerabzug • Besteuerungsverfahren • Anwendung der einschlägigen europäischen Rechtsakte, insbesondere der Mehrwertsteuersystemrichtlinie und der EuGH-Rechtsprechung
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden erschließen die sowohl für das Steueraufkommen als auch für die Beratungspraxis immer wichtigere Umsatzsteuer. Zudem beurteilen die Studierenden die Einwirkungen des Europarechts auf das innerstaatliche Recht. Weiterhin können die Studierenden unter Berücksichtigung der Systematik der Gesetze steuerliche Fallgestaltungen erfassen, beurteilen und systematisch lösen. Unter Anwendung juristischer Methoden auf fortgeschrittenem Niveau sowie Übertragung steuerrechtlicher nationaler und europäischer Rechtsprechung und aktueller wissenschaftlicher Literatur können die Studierenden steuerliche Fallgestaltungen gutachterlich prüfen.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Grundkenntnisse Steuerrecht
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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	Deutsch
16	Literaturhinweise	<p>Tipke/Lang, Steuerrecht; Terra/Kajus, A Guide to the European VAT Directive: jeweils aktuelle Auflage; Weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben</p>

1	Modulbezeichnung 56460	Unternehmenssteuerrecht (Company taxation)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: VL Unternehmenssteuerrecht (2 SWS) Übung: UE Unternehmenssteuerrecht (2 SWS)	5 ECTS -
3	Lehrende	Prof. Dr. Roland Ismer Elena Fuchs	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Roland Ismer
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefte Darstellung von Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer • Besonderes Gewicht auf Standardprobleme wie verdeckte Gewinnausschüttungen, verdeckte Einlagen und Hinzurechnungstatbestände • Grundlagen der Besteuerungskonzeption der Personengesellschaft • Grundlagen des Umwandlungssteuerrechts
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden können unter Berücksichtigung der Systematik der Gesetze Fallfragen erfassen, beurteilen und systematisch lösen. Unter Anwendung juristischer Methoden auf fortgeschrittenem Niveau sowie Übertragung wissenschaftlicher Literatur zu aktuellen Forschungsfragen können die Studierenden die steuerlichen Fallgestaltungen gutachterlich prüfen.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

1	Modulbezeichnung 56470	Versicherungs- und Risikotheorie (Risk and insurance theory)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Übung Versicherungs- und Risikotheorie (1 SWS) Vorlesung: Vorlesung Versicherungs- und Risikotheorie (Risk and insurance theory) (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, Insurance-CAPM, 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	Die Studierenden <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: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten) <i>Im Wintersemester 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</i>

		<i>Quizze erfolgreich bearbeitet wurden sowie die Klausur mit der Note 4,0 oder besser bestanden wurde. Etwaige Quizzergebnisse aus dem Wintersemester werden für eine Nachholprüfung im Sommersemester übernommen.</i>
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	Mit der Einführung des Digitale-Versorgung-Gesetz soll die Digitalisierung im deutschen Gesundheitswesen aktiv vorangetrieben werden. Unter anderem können nun Apps auf Rezept verschrieben oder telemedizinische Angebote leichter nutzbar gemacht werden. Das Seminar nimmt die Gesundheitsvorsorgung im Hinblick der voranschreitenden Digitalisierung und der damit einhergehenden Veränderung von Behandlungsmöglichkeiten in den Fokus. Dabei sollen die Studierenden systematisch die Effekte digitaler Versorgungsstrukturen unter der Berücksichtigung des Status Quo der aktuellen Literatur herausarbeiten.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erlernen die Grundlagen zur Erstellung eines systematischen Literaturreviews. • erhalten einen Einblick in die verschiedenen Facetten der Versorgung im Rahmen von Digital Health 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 angemessen präsentieren
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	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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	Schöffski / Graf von der Schulenburg (Hrsg.): Gesundheitsökonomische Evaluationen, 3. oder 4. Aufl., Berlin u. a., 2007, 2008 oder 2012.

1	Modulbezeichnung 53330	Workshop capital markets research (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 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: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 2022
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 (Workshop: Finance)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Workshop Finance (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 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;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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

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

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harald Tauchmann
5	Inhalt	<p>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 selbständig (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.</p>
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	<ul style="list-style-type: none"> • solide Grundkenntnisse in Mikroökonomie • Grundkenntnisse der ökonometrischen Software Stata® (zu Beginn der Veranstaltung wird optional ein Stata® Blockkurs angeboten, der auch ohne Stata-Vorkenntnisse zur erfolgreichen Teilnahme befähigen soll)
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminararbeit Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Seminararbeit (65%) Präsentation (35%)
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	Jones A., Rice, N. Bago dUva, T. & Balia, S. (2013): Applied Health Economics, 2nd ed., Routledge.

1	Modulbezeichnung 57330	Development economics (Development economics)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Development Economics Exercise (Master) (0 SWS) Vorlesung: Development Economics (Master) Lecture (0 SWS)	- -
3	Lehrende	Lea Mayer Prof. Dr. Johannes Rincke	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Johannes Rincke
5	Inhalt	The lecture covers the principles of modern development economics and, using various examples from the current literature, highlights the core topics, the methodological challenges, and the key findings derived in this sub-discipline of economics. The lecture covers decisions of individuals and households and thus has a clear microeconomic focus. A core topic of the lecture is why poor individuals and households are often struggling to leave poverty and to advance to more adequate living conditions, and which policies can help to overcome poverty traps. In the exercise course, the focus is on advanced empirical methods and their application to problems of development. Students work with data sets and replicate core findings from the literature.
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>The module aims at providing students with a comprehensive set of advanced conceptual and methodological tools to analyse problems in development economics. Specifically, students</p> <p>get an overview of modern development economics and</p> <p>the history of thought in this sub-discipline</p> <p>learn how to analyse specific problems in development</p> <p>economics, based on the current journal literature</p> <p>deal intensively with applied methods in modern development</p> <p>economics, in particular with experimental methods and</p> <p>advanced methods of data analysis</p> <p>learn to understand, evaluate and replicate empirical studies in</p> <p>development economics</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Completion of all compulsory courses in the MSE program, in particular Microeconomics, Applied Econometrics, and Mathematics for Economists
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3

9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation (60 Minuten) Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (50%) Klausur (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	Englisch
16	Literaturhinweise	Selection of journal articles, provided on StudOn

1	Modulbezeichnung 53083	Ökonomie der Sozialpolitik (Economics of social policy)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: MA S Ökonomie der Sozialpolitik (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Sebastian Ach Prof. Dr. Matthias Wrede Elisa Poletto	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Matthias Wrede
5	Inhalt	Ausgewählte ökonomische Analysen der Sozialpolitik unter Einschluss ethischer und ökonomischer Grundlagen sowie institutioneller Aspekte
6	Lernziele und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Studierende kennen ausgewählte Bereiche der Sozialpolitik und können diese beschreiben und international vergleichen. • Studierende können ethische und ökonomische Grundlagen staatlicher Eingriffe in ausgewählten Bereichen sozialer Sicherung darstellen, interpretieren und diskutieren. • Studierende können Wirkungen sozialpolitisch relevanter Größen theoretisch und empirisch verstehen, bewerten und hinterfragen. • Studierende können sozialpolitische Maßnahmen unter Effizienz- und Gerechtigkeitsgesichtspunkten bewerten und hinterfragen. • Studierende geben Ihren Kommilitonen im Rahmen ihrer Präsentationen strukturiertes Feedback. • Studierende fördern die Fachkenntnisse der anderen Studierenden durch themenspezifische Diskussionsbeiträge. • Studierende erfassen, bewerten und diskutieren ausgewählte aktuelle, meist englischsprachige Forschungsarbeiten in Ihrer Seminararbeit.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Mikroökonomische und ökonometrische Kenntnisse
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Hausarbeit
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (30%) Hausarbeit (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	Die Literatur wird während des Kurses bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 52950	Seminar: Public economics 1 (Seminar: Public economics 1)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Seminar Public Economics 1 (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Sebastian Ach Prof. Dr. Matthias Wrede	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Thiess Büttner Prof. Dr. Sarah Necker Prof. Dr. Matthias Wrede
5	Inhalt	Topics in Public Economics
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Students</p> <ul style="list-style-type: none"> • study selected parts of the academic literature in public economics (mostly from scientific journals) and learn how to deal with this literature • learn how to identify relevant contributions in large bodies of economic literature • learn about current approaches and methods in public economics • learn how to read economic papers and to evaluate and assess contributions, regarding both theory and empiry • learn how to draw conclusions from the academic literature in terms of policy implications and critically analyse these findings • learn how to structure and write an academic thesis in economics <p>expand their skillset in presenting research and presentation techniques and actively participate in academic discussion</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	All techniques and methods that are part of the curriculum in the first semester
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Will be provided together with the topic announcements.

1	Modulbezeichnung 52960	Seminar: Public economics 2 (Seminar: Public economics 2)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Seminar Public Economics (3 SWS)	-
3	Lehrende	Prof. Dr. Thiess Büttner Annalisa Tassi Dr. Boryana Madzharova	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Thiess Büttner Prof. Dr. Sarah Necker Prof. Dr. Matthias Wrede
5	Inhalt	Topics in Public Economics
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Students</p> <ul style="list-style-type: none"> • study selected parts of the academic literature in public economics (mostly from scientific journals) and learn how to deal with this literature • learn how to identify relevant contributions in large bodies of economic literature • learn about current approaches and methods in public economics • learn how to read economic papers and to evaluate and assess contributions, regarding both theory and empiry • learn how to draw conclusions from the academic literature in terms of policy implications and critically analyse these findings • learn how to structure and write an academic thesis in economics • expand their skillset in presenting research and presentation techniques and actively participate in academic discussion
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	All techniques and methods that are part of the curriculum in the first semester
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	schriftlich/mündlich
11	Berechnung der Modulnote	schriftlich/mündlich (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	Will be provided together with the topic announcements.

1	Modulbezeichnung 58021	Spezielle Kommunikationswissenschaft II (Advanced communication research II)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Strategische Kommunikation: Propaganda & persuasive Kommunikation (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Reimar Zeh	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Adrian Meier Prof. Dr. Reimar Zeh
5	Inhalt	<p>Die Seminare Spezielle Kommunikationswissenschaft vertiefen einen aktuellen Forschungsschwerpunkt der Kommunikationswissenschaft.</p> <p>Mögliche Schwerpunkte liegen bspw. in den Bereichen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikation & Technologie • Medienpsychologie • Medieninhaltsforschung • Medienrezeptionsforschung • Medienwirkungsforschung • Medienwandel & -innovationen • Medien, Kommunikation & (psychische) Gesundheit • Medien, Kommunikation & Arbeitswelt • Medien, Kommunikation & Umwelt/Klima • Politische Kommunikation • Unternehmenskommunikation/PR • Wissenschaftskommunikation
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erwerben vertieftes Wissen in einem aktuellen kommunikationswissenschaftlichen Forschungsfeld. • können selbstständig die relevanten theoretischen Ansätze bereichsspezifisch und -übergreifend sowohl mit Mitstudierenden bzw. Fachvertretern als auch Laien diskutieren. • können die Relevanz von Forschungsergebnissen für Gesellschaft, Organisationen und Individuen einschätzen und auf andere Situationen übertragen. • entwickeln die Fähigkeit, aktuelle kommunikations- oder medienpraktische Problemstellungen zu analysieren und zu lösen. • können die diskutierten Ansätze und Theorien auf Szenarien aus der Berufswelt übertragen und selbstständig Hypothesen hierzu formulieren und geeignete Hypothesentests entwickeln. • erwerben durch die Auseinandersetzung mit dem Thema Problemlösungs-, Kommunikations- und Medienkompetenzen, die Bedeutung für unterschiedliche Berufsfelder im Bereich Kommunikation und Medien besitzen
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2

9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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 oder Englisch
16	Literaturhinweise	keine Literaturhinweise hinterlegt!

1	Modulbezeichnung 52370	Spezielle Kommunikationswissenschaft III (Specific communication research III)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Strategische Kommunikation: Propaganda & persuasive Kommunikation (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Reimar Zeh	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Adrian Meier Prof. Dr. Reimar Zeh
5	Inhalt	<p>Die Seminare Spezielle Kommunikationswissenschaft vertiefen einen aktuellen Forschungsschwerpunkt der Kommunikationswissenschaft.</p> <p>Mögliche Schwerpunkte liegen bspw. in den Bereichen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikation & Technologie • Medienpsychologie • Medieninhaltsforschung • Medienrezeptionsforschung • Medienwirkungsforschung • Medienwandel & -innovationen • Medien, Kommunikation & (psychische) Gesundheit • Medien, Kommunikation & Arbeitswelt • Medien, Kommunikation & Umwelt/Klima • Politische Kommunikation • Unternehmenskommunikation/PR • Wissenschaftskommunikation
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erwerben vertieftes Wissen in einem aktuellen kommunikationswissenschaftlichen Forschungsfeld. • können selbstständig die relevanten theoretischen Ansätze bereichsspezifisch und -übergreifend sowohl mit Mitstudierenden bzw. Fachvertretern als auch Laien diskutieren. • können die Relevanz von Forschungsergebnissen für Gesellschaft, Organisationen und Individuen einschätzen und auf andere Situationen übertragen. • entwickeln die Fähigkeit, aktuelle kommunikations- oder medienpraktische Problemstellungen zu analysieren und zu lösen. • können die diskutierten Ansätze und Theorien auf Szenarien aus der Berufswelt übertragen und selbstständig Hypothesen hierzu formulieren und geeignete Hypothesentests entwickeln. • erwerben durch die Auseinandersetzung mit dem Thema Problemlösungs-, Kommunikations- und Medienkompetenzen, die Bedeutung für unterschiedliche Berufsfelder im Bereich Kommunikation und Medien besitzen.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2

9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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 oder Englisch
16	Literaturhinweise	keine Literaturhinweise hinterlegt!

1	Modulbezeichnung 52380	Spezielle Kommunikationswissenschaft IV (Specific communication research IV)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Strategische Kommunikation: Propaganda & persuasive Kommunikation (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Reimar Zeh	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Adrian Meier Prof. Dr. Reimar Zeh
5	Inhalt	Massenmediale Kommunikationsprozesse und Mediensysteme: <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikator- und Medieninhaltsforschung • Medienpolitik • Rezeptionsforschung • Produktion massenmedialer Inhalte • Medienökonomie
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erwerben vertieftes Wissen in einem kommunikationswissenschaftlichen Forschungsfeld oder fundierte Kenntnisse über Mediensystem, Medienpolitik, Medienökonomie und Medienrecht • können selbstständig die relevanten theoretischen Ansätze auf den aktuellen Stand der Forschung und Anwendung im kommunikationswissenschaftlichen Bereich mit Mitstudierenden bzw. Fachvertretern und Laien diskutieren, eigene Schlussfolgerungen ziehen und diese vermitteln und fundiert begründen. • können die Relevanz von Forschungsergebnissen für Gesellschaft, Organisationen und Individuen einschätzen und auf andere Situationen übertragen. • entwickeln die Fähigkeit, aktuelle medienpolitische Probleme zu analysieren und zu lösen. • Können international vergleichende Forschungsdesigns entwerfen und anwenden. • können die diskutierten Ansätze und Theorien auf Szenarien aus der Berufswelt übertragen und selbstständig Hypothesen hierzu formulieren und geeignete Hypothesentests entwickeln. • erwerben durch die Auseinandersetzung mit dem Thema Problemlösungs-, Kommunikations- und Medienkompetenzen, die Bedeutung für unterschiedliche Berufsfelder im Bereich Kommunikation und Medien besitzen.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

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 oder Englisch
16	Literaturhinweise	keine Literaturhinweise hinterlegt!

1	Modulbezeichnung 52153	The supply of medical services (The supply of medical services)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Ü: Supply of Medical Services (1 SWS) Vorlesung: VL: Supply of Medical Services (2 SWS)	2,5 ECTS -
3	Lehrende	Irina Simankova Prof. Dr. Harald Tauchmann	

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 econometrics
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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 55041	Medien- & Kommunikationsforschung (keine englischsprachige Modulbezeichnung hinterlegt!)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Medien & Kommunikationsforschung (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Reimar Zeh	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Adrian Meier Prof. Dr. Reimar Zeh
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Massenmediale Kommunikationsprozesse • Rezeptionsforschung • Wirkungsforschung • Medieninhaltsforschung
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erlernen vertieftes und spezialisiertes Wissen in zentralen Bereichen der Kommunikationswissenschaft. • erlernen durch Diskussionen mit Mitstudierenden und Fachvertretern die Bedeutung von Massenkommunikation für Individuen und Organisationen kritisch zu bewerten. • können einschätzen, welche Folgen die Medienberichterstattung für die daran beteiligten Akteure hat. • können die behandelten Ansätze und Theorie sowie aktuelle Forschungsfragen hierzu selbstständig beurteilen und vergleichen, sowie deren empirische Überprüfung konzipieren.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Sozialökonomischer Pflichtbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur
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 oder Englisch
16	Literaturhinweise	<p>McQuail, D. (2010). McQuail's mass communication theory (6. ed.). London: Sage.</p> <p>Nabi, R. L., & Oliver, M. B. (2009). The SAGE handbook of media processes and effects. London: SAGE.</p>

1	Modulbezeichnung 55911	Mikroökonomie und Spieltheorie (keine englischsprachige Modulbezeichnung hinterlegt!)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: MA Üb Mikroökonomie und Spieltheorie (2 SWS) Vorlesung: MA V/SEM Mikroökonomie und Spieltheorie (2 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Matthias Wrede	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Matthias Wrede
5	Inhalt	Mikroökonomische Theorie des Haushalts, mikroökonomische Theorie der Unternehmung, Gleichgewichtstheorie, Grundkonzepte der nicht-kooperativen Spieltheorie
6	Lernziele und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> Studierende können grundlegende Konzepte der Mikroökonomie beschreiben und erläutern. Studierende können Verhaltensweisen von Anbietern und Nachfragern und deren Zusammenspiel auf Güter- und Faktormärkten anhand mikroökonomischer Methoden einordnen, diskutieren und beurteilen. Studierende können strategisches Verhalten von Wirtschaftssubjekten anhand spieltheoretischer Methoden einordnen, diskutieren und beurteilen. Studierende können mikroökonomische Methoden auf sozialwissenschaftlich relevante Probleme anwenden und diese daraufhin einstufen und diskutieren. Studierende geben ihren Kommilitonen im Rahmen ihrer Präsentation strukturiertes Feedback. Studierende fördern die Fachkenntnisse der anderen Studierenden durch themenspezifische Diskussionsbeiträge.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1;3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Sozialökonomischer Pflichtbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (20%) Klausur (80%)
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	E-Learning-Materialien: Carmichael, F. (2005). A Guide to Game Theory. Prentice Hall; Varian, H.R. (2010). Intermediate Microeconomics. A Modern Approach. 8th Edition. W.W. Norton; Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben

1	Modulbezeichnung 53043	Ökonometrie (Econometrics)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Ökonometrie (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Regina Therese Riphahn	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Regina Therese Riphahn
5	Inhalt	Konzept der linearen Regression in Matrixnotation; Inhaltliche und statistische Interpretation linearer Regressionsmodelle; Heteroskedastie und Autokorrelation; 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
9	Verwendbarkeit des Moduls	Sozialökonomischer Pflichtbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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	Erste Hälfte des Wintersemesters (geblockte Veranstaltung, pro Woche 4 SWS Vorlesung und 4 SWS Übung) Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Verbeek, Marno, 2012, A Guide to Modern Econometrics, 4. A., Wiley.

1	Modulbezeichnung 53021	Personalpsychologie (Personnel psychology)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Übung zur Personalpsychologie (0 SWS) Vorlesung: Personalpsychologie (2 SWS)	2 ECTS -
3	Lehrende	Anett Eskofier Dr. Katharina Ebner Dr. Nathalie Galais Prof. Dr. Klaus Moser	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Klaus Moser
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> Vertiefende Wissensvermittlung zu Grundfragen, theoretischen Grundlagen und konkreten Instrumenten der Personalarbeit in Organisationen aus psychologischer (verhaltenswissenschaftlicher) Sicht Kennen lernen und Bewerten aktueller Instrumente und
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden besitzen detaillierte Kenntnisse über Theorien und Methoden der Personalarbeit (Schwerpunkt: Individuum). Sie können die operativen Fragen und Methoden in das strategische Management eines Unternehmens einordnen. Sie können die vorgestellten Theorien, Methoden und Verfahren kritisch reflektieren und beurteilen. Sie können Wissen und Fertigkeiten in der Praxis anwenden um Probleme aufzuzeigen und Lösungen zu entwickeln. Sie wissen, wie Methoden und Instrumente entwickelt und rigoros evaluiert werden können.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungsmethoden und von Korrelations- und Regressionsrechnung, Präsentationstechniken, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher Materialien für die Übung
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Sozialwissenschaftliche Grundlagen Master of Science Sozialökonomik 2013 Sozialökonomischer Pflichtbereich Master of Science Sozialökonomik 2022
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Diskussionsbeitrag Leistungsschein Klausur (90 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Diskussionsbeitrag (0%) Leistungsschein (0%) 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
16	Literaturhinweise	Schuler, H. & Kanning, U. P. (Hrsg.) (2014). Lehrbuch der Personalpsychologie (3. Auflage). Göttingen: Hogrefe.

1	Modulbezeichnung 55082	Sozialökonomisches Projektseminar (Project seminar in a topic of social economics Iy)	15 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Sozialökonomisches Projektseminar II (4 SWS) Projektseminar: Sozialökonomisches Projektseminar I (3 SWS)	10 ECTS 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Abraham / Prof. Meier / Prof. Klaus Moser / Prof. Wrede / Prof. Wolbring / Prof. Zeh	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> Durchführung eines empirischen Forschungsprojektes in Kleingruppen
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> erwerben detaillierte und umfassende Kenntnisse und anwendungsorientierte praktische Erfahrung über Erhebung und Auswertung von Daten lernen neue Ideen und Verfahren zu entwickeln und auf eine konkrete Fragestellung anzuwenden erwerben Kompetenzen in der schriftlichen und mündlichen Darstellung und Aufbereitung von Projektergebnissen erwerben vertiefte und detaillierte Kenntnisse anhand einer konkreten Fragestellung über den aktuellen internationalen Stand der Forschung in diesem Bereich anhand einer konkreten Fragestellung erwerben Kompetenzen in der eigenständigen anwendungsorientierten Planung und Durchführung von Forschungsprojekten und im Projektmanagement
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungs- und Auswertungsmethoden; Modul Quantitative Methoden I, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte; Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Sozialökonomischer Pflichtbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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: 150 h Eigenstudium: 300 h
14	Dauer des Moduls	2 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 55031	Soziologische Forschungsprobleme und Forschungsdesigns (Research problems and research designs in sociology)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Soziologische Forschungsprobleme Seminar (3 SWS) Übung: Soziologische Forschungsprobleme - UE (0 SWS)	5 ECTS -
3	Lehrende	Prof. Dr. Tobias Wolbring Prof. Dr. Martin Abraham	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Martin Abraham Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	Inhalt	Die Veranstaltung bietet eine grundlegende Einführung in den theoretisch-empirischen Forschungsprozess anhand ausgewählter soziologischer Theorien und konkreter Forschungsbeispiele.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden erwerben <ul style="list-style-type: none"> • umfassende und detaillierte Kenntnisse über aktuelle soziologische Theorien und ihre Umsetzung in empirisch testbare Hypothesen • erwerben die Kompetenz soziologische Forschungsfragen anhand von Literatur eigenständig zu analysieren • lernen differenziert und umfassend theoretische Ansätze kritisch zu beurteilen und ihren empirischen Erklärungsgehalt zu prüfen • entwickeln eigene neue Ideen, um bekannte theoretische Ansätze zu erweitern und erarbeiten sich eigenständig eine eigene Fragestellung • erwerben Kenntnisse über den Entwurf von adäquaten Forschungsdesigns • erwerben Kompetenz in der Projektplanung und Teamarbeit
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Sozialwissenschaftliche Grundlagen Master of Science Sozialökonomik 2013 Sozialökonomischer Pflichtbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur Portfolio
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (83%) Portfolio (17%)
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	Karl-Dieter Opp (2014): Methodologie der Sozialwissenschaften. Einführung in Probleme ihrer Theorienbildung und praktischen Anwendung, v.a. Kapitel 7-9
----	--------------------------	---

1	Modulbezeichnung 52350	Datenanalyse (Data analysis)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Marktforschung: Datenanalyse (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Raimund Wildner	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	Inhalt	<p>Das Modul beschäftigt sich mit der Analyse, Interpretation und Reflektion erhobener Daten mittels multivariater Analyseverfahren. Durch Vermittlung von theoretischen Grundlagen und der praktischen Analyse der Ergebnisse wird ein Verständnis der Verfahren zur Datenanalyse, deren Voraussetzungen, Zielsetzung, Vorgehensweise und die sachgerechte Interpretation und Kommunikation der Ergebnisse generiert. Darüber hinaus werden Kenntnisse über das Management anspruchsvoller Analyseprojekte vermittelt. Dabei werden folgende Verfahren behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Korrelations- und Regressionsanalyse • Faktorenanalyse • Clusteranalyse • Lineare Strukturgleichungsmodelle mit PLS
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können neben wissenschaftlichen Grundlagen spezialisiertes und vertieftes Fachwissen zu den verschiedenen Datenanalyseverfahren erläutern und anwenden. Sie sind in der Lage, eigenständig zu ermitteln, welche fortgeschrittenen statistischen Analysemethoden zur Beantwortung einer Marktforschungsfrage geeignet sind und diese Methoden anwenden. Dafür müssen sie die Eignung und Voraussetzungen zur Anwendung der Methode unter Berücksichtigung alternativer Methoden beurteilen sowie die Methode korrekt anwenden. Anschließend können die Studierenden die ermittelten Ergebnisse in Kontext setzen und im Zusammenhang mit Terminologien der Datenanalyse interpretieren und reflektieren. Auf Grundlage Ihres Wissens und einer zusätzlichen Einarbeitung in entsprechende Software (z.B. SPSS oder R) sind die Studierenden dazu befähigt, forschungs- oder anwendungsorientierte Projekte auf Basis der Forschungsmethodik der Datenanalyse durchzuführen. Sie können eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher und beruflicher Probleme entwickeln und diese mit Blick auf deren Bedeutung und Auswirkung reflektieren.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Kenntnisse der Statistik, wie sie im Grundstudium der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften vermittelt werden.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1;3
9	Verwendbarkeit des Moduls	<p>Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222</p> <p>Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222</p> <p>Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222</p>
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: 25 h Eigenstudium: 125 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	keine Literaturhinweise hinterlegt!

1	Modulbezeichnung 52360	Datenermittlung (Data collection)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Marktforschung: Datenermittlung (Market Research: Data Collection) (2 SWS)	-
3	Lehrende	Prof. Dr. Raimund Wildner	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Jonas Dovern
5	Inhalt	<p>Vom Design einer Erhebung, ihrer Durchführung bis zur Hochrechnung bzw. Gewichtung der Daten. Dabei beschäftigt sich die Veranstaltung insbesondere mit folgenden Inhalten:</p> <p>Erhebungsformen (schriftlich, telefonisch, online, etc.)</p> <p>Systematische Fehler und Stichprobenfehler</p> <p>Qualitative und quantitative Forschung</p> <p>Fragebogenerstellung</p> <p>Grundzüge der Stichprobentheorie</p> <p>Datenprüfung</p> <p>Hochrechnung und Gewichtung: IPF-Methode, linear weighting</p> <p>Grundzüge des Datenschutzrechts</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden sollen in der Lage sein, zu analysieren, welche Problemfelder bei der Datenerhebung bestehen und Lösungsmöglichkeiten dafür entwickeln. Sie sollen weiter in der Lage sein, die Vor- und Nachteile der verschiedenen Möglichkeiten zu bewerten und so zu sachgerechten Lösungen zu kommen.</p> <p>Die Studierenden sollen darüber hinaus unterscheiden, welches Verfahren für welche Fragestellung geeignet ist. Sie sollen die Voraussetzungen für die Anwendung dieser Verfahren kennen und prüfen können sowie in der Lage sein, die Verfahren zu konzipieren und die Ergebnisse angemessen zu interpretieren.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Kenntnisse der Statistik, wie sie im Grundstudium der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften vermittelt werden.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

		Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
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: 25 h Eigenstudium: 125 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	keine Literaturhinweise hinterlegt!

1	Modulbezeichnung 53107	Microeconometrics and machine learning (Microeconometrics and Machine Learning)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Microeconometrics and machine learning (2 SWS) Übung: Microeconometrics and machine learning - Übung (1 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Regina Therese Riphahn Irakli Sauer	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. 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 homeworks.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Basic knowledge in statistics and econometrics
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
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	Cameron, C. und P. K. Trivedi, 2005, Microeconometrics. 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.A., MIT Press.

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	Solide Kenntnisse der Mikroökonomie, Grundkenntnisse in Ökonometrie
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1;3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle VWL Master of Science Sozialökonomik 20222
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 53710	Foundations of international management I (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 Laura Kirste	

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;3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	schriftlich 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	schriftlich (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 (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;3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation schriftlich <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%) schriftlich (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 53471	Managing intercultural relations (Managing intercultural relations)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Managing Intercultural Relations IM 3 (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge Laura Kirste	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	Inhalt	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	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation schriftlich <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%) schriftlich (80%)

		<i>Details: Report (Lecture): 80%; Presentation (Seminar) 20%</i>
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	Holtbrügge, D. (2019). Managing Intercultural Relations. Nürnberg: Mimeo.

1	Modulbezeichnung 57455	Regeneration and sustainable development (Regeneration and sustainable development)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Introduction to regeneration practices and circularity (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Francisco Layrisse Villamizar Prof. Dr. Markus Beckmann	

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 have to 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	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
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 53450	Technology and innovation management (Technology and innovation management)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Technology and Innovation Management (V) (2 SWS) Kolloquium: Technology and Innovation Management - KO (0 SWS)	5 ECTS -
3	Lehrende	Dr. Christian Baccarella Lukas Maier Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	

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	<p>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.</p> <p>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.</p>	
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine	
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2	

9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
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
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.

1	Modulbezeichnung 53000	Arbeitsmarktökonomie (Labor economics)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Arbeitsmarktökonomie (Master) (2 SWS) Übung: Übung zur Arbeitsmarktökonomie (Master) (1 SWS)	3 ECTS 2 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Claus Schnabel Tim Kovalenko	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Claus Schnabel
5	Inhalt	1. Arbeitsmarktüberblick 2. Arbeitsangebot 3. Humankapital 4. Arbeitsnachfrage 5. Suche am Arbeitsmarkt 6. Mobilität und Migration 7. Löhne 8. Lohndifferenziale und Diskriminierung 9. Arbeitslosigkeit
6	Lernziele und Kompetenzen	Das Modul vermittelt die wesentlichen Methoden und Erkenntnisse der modernen ökonomischen Analyse von Arbeitsmärkten. Die Studierenden bestimmen die wichtigsten Einflussfaktoren auf der Angebots- und Nachfrageseite des Arbeitsmarktes, erschließen die Bedeutung von Humankapital sowie die Rolle der Entlohnung, und können die wesentlichen Ursachen von Arbeitslosigkeit analysieren sowie Bekämpfungsmöglichkeiten aufzeigen. Sie werden in die Lage versetzt, die vorgestellten Theorien kritisch zu reflektieren, empirische Arbeitsmarktstudien eigenständig zu interpretieren, wirtschaftspolitische Maßnahmen zu bewerten und eigene Handlungsempfehlungen zu entwickeln.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Grundkenntnisse der Mikroökonomie und der empirischen Wirtschaftsforschung
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle VWL Master of Science Sozialökonomik 20222
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	Borjas, G.: Labor Economics, 8. Aufl. 2020; Cahuc, P./Carcillo, S./Zylberberg, A.: Labor Economics, 2. Aufl. 2014; Franz, W.: Arbeitsmarktökonomik, 8. Aufl. 2013

1	Modulbezeichnung 53010	Arbeitsmarktsoziologie (Labor market sociology)	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. Martin Abraham
5	Inhalt	Einführung in zentrale Theorien, Methoden und Themenfelder der Arbeitsmarktsoziologie. Zudem werden ausgewählte Themen vertieft erörtert.
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erwerben umfassende Kenntnisse über Grundfragen der Arbeitsmarktsoziologie • erwerben detaillierte Kenntnisse über den Zusammenhang gesellschaftlicher Rahmenbedingungen und Prozesse des Arbeitsmarktes • erwerben Kompetenzen zur kritischen Beurteilung von politischen Programmen und Maßnahmen im Bereich des Arbeitsmarktes
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (0%) 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	Abraham, Martin, und Thomas Hinz (Hrsg.) (2018): Arbeitsmarktsoziologie. 3. Aufl., Opladen: Westdeutscher Verlag.

1	Modulbezeichnung 55922	Arbeitsmarkt und Haushalt (Labor market and household decisions)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Arbeitsmarkt und Haushalt (Arbeitsmarkt und Haushalt) (0 SWS)	-
3	Lehrende	Prof. Dr. Brigitte Schels	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Martin Abraham
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung zentraler Theorien, Methoden und Themenfelder im Bereich Arbeitsmarkt und Haushalt • Eigenständig Erarbeitung von Themenfeldern und Forschungsfragen • Diskussion von Forschungsdesigns, aktueller Befunde, gesellschaftlicher Implikat
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse und spezialisiertes Wissen über einen Teilbereich der Arbeitsmarktsoziologie, d.h. den Zusammenhang von Haushalt/Familie und Prozesse des Arbeitsmarktes. Sie erwerben umfassende und spezialisierte Kompetenz, Forschungsfragen in diesem Bereich anhand von Literatur und Daten eigenständig zu analysieren. Sie können empirische Forschungsarbeiten im Bereich des Arbeitsmarktes kritisch beurteilen. Sie können Fragestellungen und Befunde in Gruppenarbeit konzise präsentieren und sozialpolitische Schlussfolgerungen mit den Teilnehmenden argumentativ diskutieren.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Grundlegende Kenntnisse der Arbeitsmarktsoziologie Die Teilnehmerzahl ist auf maximal 20 Studierende begrenzt.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Hausarbeit Referat
11	Berechnung der Modulnote	Hausarbeit (70%) Referat (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
16	Literaturhinweise	Abraham, Martin, und Thomas Hinz (Hrsg.) (2018): Arbeitsmarktsoziologie. 3. Aufl., Opladen: Westdeutscher Verlag.

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) Ja	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: 2;3;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Wechselnde aktuelle Forschungsliteratur

1	Modulbezeichnung 53460	Change management (Change management)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Change Management (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Sebastian Junge	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harald Hungenberg 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	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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 53111	Datenerhebung und Datenstrukturen in der Arbeitsmarktforschung (Collection and structures of data in labor market research)	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. Martin Abraham	
5	Inhalt	In der empirischen Arbeitsmarktforschung werden häufig komplexe Daten verwendet, die insbesondere zeitliche Strukturen beinhalten. Gegenstand dieses Moduls ist die Vermittlung grundsätzlicher Erhebungsdesigns solcher Daten, deren Aufbereitung sowie deren Auswertung mit Verfahren der Panel- und Ereignisdatenanalyse.	
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erwerben Kenntnisse über die Erhebung von Daten in diesem Bereich • erwerben spezialisierte und vertiefte Kompetenz in der Datenaufbereitung • erwerben vertiefte Kompetenzen in der Analyse von Ereignis- und Paneldaten • erwerben vertiefte Kompetenzen im Umgang mit Stata 	
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<ul style="list-style-type: none"> • Grundkenntnisse in Stata sowie bereits praktische Erfahrung (bspw. in einer Hausarbeit oder Abschlussarbeit) • Kenntnisse von OLS und logistischer Regression 	
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2	
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222	
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminararbeit schriftlich	
11	Berechnung der Modulnote	Seminararbeit (67%) schriftlich (33%)	
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	Blossfeld, H. P., Golsch, K., & Rohwer, G. (2012). Event history analysis with Stata. Psychology Press. Cameron, A. C., & Trivedi, P. K. (2010). Microeconometrics Using Stata (Vol. 2). College Station, TX: Stata press.	

1	Modulbezeichnung 56900	Die psychologische Bedeutung von Arbeit (keine englischsprachige Modulbezeichnung hinterlegt!)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: VHB-Kurs "Die psychologische Bedeutung von Arbeit" (0 SWS) Tutorium: Tutorium zum VHB-Kurs "Die psychologische Bedeutung von Arbeit" (0 SWS)	- -
3	Lehrende	Prof. Dr. Karsten Paul	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Klaus Moser
5	Inhalt	Das gegenwärtige gesellschaftliche System wird häufig als Arbeitsgesellschaft bezeichnet. Zugrunde liegt die Annahme, dass die moderne Erwerbsarbeit eine entscheidende Größe im Leben der meisten Menschen darstellt und ihre Gedanken, Empfindungen und ihr Verhalten entscheidend prägt. In einer Online-Vorlesung wird ein einführender Überblick in wesentliche Ansätze und Befunde der Forschung zur psychologischen Bedeutung von Arbeit gegeben. Der Fokus wird nicht nur auf theoretischen Konzepten und empirischen Befunden liegen, sondern es werden auch praktische Empfehlungen abgeleitet und die Perspektiven von Experten, Praktikern und Betroffenen einbezogen. Außerdem erfolgt eine Verknüpfung von Forschung und Praxis indem die Studierenden basierend auf ihren erworbenen Kenntnissen einen eigenen Interviewleitfaden zu einer Thematik aus der Vorlesung entwerfen und ein Interview mit einer betroffenen Person durchführen werden.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden lernen Theorien und Modelle zur psychologischen Bedeutung der Arbeit kennen und entwickeln ein vertieftes Verständnis für grundlegende Methoden und zentrale Befunde dieses Forschungsfelds. Zudem lernen sie die eigene Einstellung gegenüber der Erwerbsarbeit und die eigenen arbeitsbezogenen Lebens- und Karrierepläne kritisch zu reflektieren. Sie erwerben darüber hinaus fundierte Kenntnisse zu wichtigen Interventionsarten im Kontext von Erwerbsarbeit und werden darauf vorbereitet, ihre erworbenen Kenntnisse in der eigenen beruflichen Praxis anzuwenden.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungs- und Auswertungsmethoden, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher (englischsprachiger) Materialien, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Diskussionsbeitrag Fallstudie(n) Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Diskussionsbeitrag (0%) Fallstudie(n) (40%) Klausur (60%)

12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 0 h Eigenstudium: 150 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Moser, K., Paul, K., Soucek, R., & Wolff, H.-G. (2014). Planung und Evaluation organisationspsychologischer Interventionen. In H. Schuler & K. Moser (Hrsg.), Lehrbuch Organisationspsychologie (5. Auflage, S. 699-756). Huber: Bern. Paul, K. I. & Moser, K. (2015). Arbeitslosigkeit. In K. Moser (Hrsg.), Wirtschaftspsychologie (2. Auflage, S. 263-281). Springer: Berlin. Schaper, N. (2014). Wirkungen von Arbeit. In F. W. Nerdinger, G. Blickle, & N. Schaper (3. Auflage, S. 517-539). Arbeits- und Organisationspsychologie. Springer: Heidelberg. Wegge, J., Endsche, J., & Diestel, S. (2014). Arbeitsgestaltung. In H. Schuler & K. Moser (Hrsg.), Lehrbuch Organisationspsychologie (5. Auflage, S. 643-695). Huber: Bern.

1	Modulbezeichnung 56210	Digital change management (Digital change management)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Digital Change Management (0 SWS)	-
3	Lehrende	Prof. Dr. Sven Laumer	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Sven Laumer
5	Inhalt	<p>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.</p> <p>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.</p>
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;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten) schriftlich (schriftlich = Case Study)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (50%) schriftlich (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	<p>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</p> <p>Kotter, J.P. (2005). Out Iceberg is Melting. St.Martins Press</p> <p>Kotter, J.P. (2010). Leading Change, Harvard Business Press</p> <p>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. 425-478.</p>

1	Modulbezeichnung 55890	Einführung in das Arbeitsrecht für Masterstudierende (Introduction to labor law for Master's students)	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"> • Begründung von Arbeitsverhältnissen • Rechte und Pflichten von Arbeitnehmern und Arbeitgebern • Beendigung von Arbeitsverhältnissen / Kündigungsrecht • Grundzüge des kollektiven Arbeitsrechts • Einführung in das Sozialversicherungsr
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden werden auf eine vertiefte wissenschaftliche Beschäftigung mit arbeitsrechtlichen Fragestellungen vorbereitet sowie auf eine spätere berufliche Tätigkeit, die arbeitsrechtliche Kenntnisse erfordert. (z.B. in den Bereichen Personalwesen, Wirtschaftspädagogik, Sozialökonomik)
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Grundkenntnisse im allgemeinen Zivilrecht
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	mündlich (20 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	mündlich (100%)
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
16	Literaturhinweise	Brox/Rüthers/Henssler Arbeitsrecht Pallasch Arbeitsrecht

1	Modulbezeichnung 56170	Einführung in die Bildungssoziologie (Introduction to the sociology of education)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Einführung in die Bildungssoziologie (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Edgar Treischl	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> Vertiefung zentraler Theorien, Methoden und Themenfelder der Bildungssoziologie
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> haben vertiefte Kenntnisse der Bildungssoziologie, d.h. über den Zusammenhang zwischen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, dem Bildungssystem und wirtschaftlichen Prozessen besitzen die Kompetenz, Forschungsfragen in diesem Bereich anhand von Literatur und Daten eigenständig zu analysieren erwerben vertiefte Kompetenz zur kritischen Beurteilung von politischen Programmen und Maßnahmen im Bereich der Bildung haben vertiefte Kenntnisse zur Beurteilung und Anwendung von Strategien zur Steuerung des Bildungssystems und seiner Organisationen.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur
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	Becker (2011). Lehrbuch der Bildungssoziologie Wiesbaden: VS Verlag

1	Modulbezeichnung 57086	Electronic human resources management (keine englischsprachige Modulbezeichnung hinterlegt!)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Electronic Human Resources Management (E-HRM) (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Sven Laumer Jessica Ochmann Tina Wölfl	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Sven Laumer
5	Inhalt	<p>Die Unterlagen zur <u>Vorlesung und Übung</u> sind auf <i>Englisch und Deutsch</i> verfügbar.</p> <p>This course focuses on the use and development of digital technologies for the management of human resources in an organizational context. The lecture and the content provided will address theories, methods and digital technologies and provide students with the necessary knowledge for the identification (discovery), design (development), diffusion (diffusion) and evaluation (impact) of digital innovations in human resource management. This phase of knowledge transfer uses an e-learning module, which combines different media. In the context of the application of the knowledge transferred, students are instructed to lead discussions on exercises or case studies. For this purpose, problems from the practice of human resources work are described and students should discuss them with the theories and methods presented or develop suggestions for the use of digital technologies. In the context of knowledge implementation, students are accompanied by a case study analysis to apply the theories and methods. In the virtual design, the case study of the FAUBank will be used in the course for this purpose.</p> <p>Agenda:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Part A: Fundamentals of strategic and electronic HRM • Part B: Social Media • Part C: Data-driven approaches and their use in HRM • Part D: Challenges and opportunities of E-HRM <p>Der Kurs beschäftigt sich mit dem Management einer der wichtigsten Ressourcen im Unternehmen: dessen MitarbeiterInnen. Neben der Vermittlung von Grundlagen zum Human Resources Management (HRM) wird insbesondere auf den Einsatz und die Entwicklung von digitalen Technologien eingegangen und betrachtet, wie digitale Arbeitssysteme das Personalmanagement verändern. Dabei wird auf Grundlagen des strategischen und elektronischen Human Resources eingegangen und es wird der Einsatz von Social Media im HR-Bereich betrachtet. Zudem werden datengetriebene Ansätze und deren Nutzung im HR sowie Herausforderungen und Chancen von elektronischem Human Resources Management (E-HRM) diskutiert.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	The general learning and qualification objective of the module is to enable students to gain knowledge about the use and development of

		<p>digital technologies in human resources management, to explain the effects of digital technologies on human resources management (HRM) and to design digital innovations for HRM.</p> <p>Das generelle Lern- und Qualifikationsziel des Moduls ist es, Studierende Wissen über den Einsatz und die Entwicklung von digitalen Technologien im Personalwesen erlangen, Auswirkungen digitaler Technologien auf Human Resources Management (HRM) erklären und digitale Innovationen für HRM gestalten können.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Registration via the vhb (www.vhb.org) is necessary to gain access to the StudOn course.</p> <p>Die Anmeldung über die vhb (www.vhb.org) ist notwendig, um Zugang zum StudOn Kurs zu erhalten.</p>
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;3;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	<p>Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222</p> <p>Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222</p>
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (90 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	<p>Präsenzzeit: 80 h</p> <p>Eigenstudium: 70 h</p>
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	References are provided during the lectures

1	Modulbezeichnung 53370	Empirische Arbeitsmarktforschung (Empirical labor market research)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Empirische Arbeitsmarktforschung (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Claus Schnabel Dr. Bianca Willert	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Claus Schnabel
5	Inhalt	Mittels vorgegebener Datensätze werden ökonometrische Analysemethoden auf aktuelle Fragestellungen der Arbeitsmarktökonomik angewendet und diese eigenständig empirisch untersucht.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden lernen, Arbeitsmarktstudien kompetent zu interpretieren, zu bewerten und zu hinterfragen. Sie verstehen quantitative Methoden differenziert einzusetzen, Hypothesen zu bilden und diese empirisch zu überprüfen. Durch eigenes Arbeiten am PC werden sie in die Lage versetzt, selbständig Forschungsdesigns zu entwickeln, ökonometrische Analysen durchzuführen und deren Ergebnisse aufzubereiten. Zudem verstehen sie es, Erkenntnisse aus fremden oder eigenen empirischen Arbeiten prägnant darzustellen, kritisch zu bewerten und der (Fach-) Öffentlichkeit zu vermitteln.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Grundkenntnisse in Arbeitsmarktökonomik und Ökonometrie
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Praktische Prüfung/Test Hausarbeit
11	Berechnung der Modulnote	Praktische Prüfung/Test (20%) Hausarbeit (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	Wechselnde aktuelle Forschungsliteratur

1	Modulbezeichnung 57290	Enterprise knowledge management (Enterprise knowledge management)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Enterprise Knowledge Management (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Sven Laumer Florian Meier	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Sven Laumer
5	Inhalt	<p>Lecture on demand: This module uses the Flipped Classroom method and provides an advanced perspective on enterprise knowledge management. It focuses on knowledge management strategy and processes, knowledge management governance, knowledge modelling and visualization as well as concepts like crowdsourcing, open innovation and crowdfunding in a knowledge management context. From a theoretical perspective, the module introduces social networks and social network analysis as base for enterprise knowledge management.</p> <p>Tutorial: The contents of the lecture on demand are further discussed by means of exercises and case studies. Practical exercises are conducted using common social network analysis or knowledge management software.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	Students can analyze, visualize, design and discuss enterprise knowledge management approaches.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	None
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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: 80 h Eigenstudium: 70 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	TBA

1	Modulbezeichnung 55701	Grundlagen der Organisationspsychologie (Organizational psychology)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Übung zur Organisationspsychologie (0 SWS) Vorlesung: Organisationspsychologie (0 SWS)	2 ECTS -
3	Lehrende	Dr. Michael Ziegler Dr. George Gunnesch-Luca Klaus Richter Dr. Michael Ziegler	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Klaus Moser
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> Vertiefende Wissensvermittlung zu Grundfragen, theoretischen Grundlagen und konkreten Instrumenten der Personalarbeit, der Arbeitspsychologie und der Organisationsentwicklung aus psychologischer (verhaltenswissenschaftlicher) Sicht Kennen lernen
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden erwerben fundierte Kenntnisse über Theorien und Methoden der Personalarbeit und der Organisationsentwicklung. Sie können die operativen Fragen und Methoden in das strategische Management eines Unternehmens einordnen. Sie können die vorgestellten Theorien, Methoden und Verfahren kritisch reflektieren, beurteilen und anwenden. Sie lernen, wie Methoden und Instrumente entwickelt und rigoros evaluiert werden können.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungsmethoden und von Korrelations- und Regressionsrechnung bzw. Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie, Präsentationstechniken, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher (meistens englischsprachiger) Materialien für die Übung, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Regelmäßige Teilnahme Leistungsschein Klausur (90 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Regelmäßige Teilnahme (0%) Leistungsschein (0%) 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
16	Literaturhinweise	Schuler, H. & Moser, K. (Hrsg.) (2019). Lehrbuch Organisationspsychologie (6. Auflage). Bern: Huber. Schuler, H. & Kanning, U. P. (Hrsg.) (2014), Lehrbuch der Personalpsychologie (3.

		<p>Auflage). Göttingen: Hogrefe. Ulich, E. (2011). Arbeitspsychologie. Stuttgart: Poeschel. Hacker, W. (1998). Allgemeine Arbeitspsychologie. Bern: Huber. Aktuelle Jahrgänge der Zeitschriften Journal of Applied Psychology, Journal of Occupational and Organizational Psychology und Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie</p>
--	--	--

1	Modulbezeichnung 53060	Institutionen und Organisationen des Arbeitsmarktes (Labor market institutions and organizations)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Institutionen und Organisationen des Arbeitsmarktes (2 SWS) Übung: Übung Institutionen und Organisationen des Arbeitsmarktes (2 SWS)	3 ECTS 2 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Claus Schnabel	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Claus Schnabel
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Gewerkschaften und Arbeitgeberverbände • Tarifaufonomie • Mindestlöhne • Betriebsräte und Mitbestimmung • Arbeitsrechtliche Schwellenwerte • Kündigungsschutz • Arbeitslosenversicherung • Bundesagentur für Arbeit
6	Lernziele und Kompetenzen	Das Modul analysiert verschiedene Institutionen und Organisationen des Arbeitsmarktes und ihre Arbeitsmarktwirkungen, vorwiegend aus wirtschaftswissenschaftlicher Perspektive. Die Studierenden erschließen die ökonomische Bedeutung arbeitsrechtlicher und sozialpolitischer Regelungen und beurteilen die Rolle und Wirkung der Tarifparteien, der Betriebsräte und der Bundesagentur für Arbeit. Sie werden in die Lage versetzt, die vorgestellten Theorien kritisch zu reflektieren, empirische Arbeitsmarktstudien zu interpretieren und zu hinterfragen, wirtschaftspolitische Maßnahmen zu bewerten sowie eigene Handlungsempfehlungen zu entwickeln. Sie erstellen gemeinsam mit anderen Präsentationen und geben Kommiliton*innen wertschätzendes Feedback zu deren Präsentationen.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 2022 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 2022
10	Studien- und Prüfungsleistungen	mündlich (20 Minuten) Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	mündlich (100%) Präsentation (0%)
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	Boeri ,T./van Ours, J.: The Economics of Imperfect Labor Markets, 3. Aufl., Princeton 2021; Wagner, T./Jahn, E.: Neue Arbeitsmarkttheorien, 2. Aufl. 2004 (v.a. Teil III); Aktuelle Forschungsliteratur
----	--------------------------	---

1	Modulbezeichnung 57130	International trade and labor (International trade and labor)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Ma-Vorl: International Trade & Labor (0 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Christoph Moser	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christoph Moser Prof. Dr. Klaus Moser
5	Inhalt	This module deals with the consequences of globalization for the domestic labor market and discusses the winners and losers of trade liberalization. The module focuses on the impact of international economic integration on domestic wages, jobs and inequality, in particular in Germany and the United States.
6	Lernziele und Kompetenzen	Students are made familiar with the main relevant concepts of international trade and acquire specialized knowledge of the labor market effects of trade liberalization. Students learn about key theoretical predictions, their empirical evidence and the empirical strategies to assess their relevance. The module focuses on topics at the intersection between international trade and labor.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Recommended prerequisites:</p> <p>Basic knowledge of microeconomics (e.g., Varian, Hal (2014), Intermediate Microeconomics: A Modern Approach, 9th international edition) and econometrics (e.g., Wooldridge, Jeffrey (2013), Introductory Econometrics: A Modern Approach, 5th international edition).</p> <p>Module compatibility:</p> <p>Master Economics: Specialization in Macroeconomics and Finance</p> <p>Master IBS: elective course (Wahlbereich): English-speaking countries; Europe</p> <p>Master Arbeitsmarkt und Personal: Wahlbereich</p> <p>Master Sozialökonomik: freier Vertiefungsbereich</p>
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (90 Minuten) Written examination: 60 min. (Klausur 60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%) Written examination result 100% (Prüfungsergebnis 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
16	Literaturhinweise	Krugman, P., M. Obstfeld and M. Melitz (2017/18), International Trade: Theory and Policy OR International Economics: Theory and Policy, 11th global edition. Further course materials will be announced in the course.

1	Modulbezeichnung 57128	Kommunikation in der digitalen Arbeitswelt (Communication in the digital work environment)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Kommunikation in der digitalen Arbeitswelt (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Adrian Meier Julius Klingelhöfer	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Adrian Meier Prof. Dr. Reimar Zeh	
5	Inhalt	<p>Digitale Medien und Kommunikation durchdringen nahezu alle Aspekte unseres täglichen Lebens, insbesondere in einer zunehmend digitalisierten Arbeitswelt. Diese Entwicklung bietet Unternehmen und Mitarbeiter:innen vielfältige Möglichkeiten der organisationsinternen Kommunikation, stellt sie jedoch auch vor große Herausforderungen. Digitale Technologien (z. B. AI, Social Media, Videochat, Big Data) versprechen effizientes Management und Kollaboration in (virtuellen) Teams. Allerdings konfrontieren sie Organisationsmitglieder auch mit digitalem Stress, Erreichbarkeitsdruck, Entgrenzung und Überwachung.</p> <p>Im Seminar beleuchten wir die Kommunikation von Organisationen im Zeitalter der Digitalisierung. Im Vordergrund steht die Frage, wie digitale Technologien die Kommunikation in der Arbeitswelt verändern. Wir betrachten hierbei sowohl die strategische organisationsinterne Kommunikation (bspw. Change- oder Führungs-Kommunikation) als auch die interpersonale Kommunikation aus Perspektive der Mitarbeiter:innen (bspw. Flurgespräche, Selbstpräsentation, Sozialkapital).</p> <p>Das Seminar verbindet wissenschaftliche Erkenntnisse der (digitalen) Organisationskommunikation und interpersonalen Kommunikation mit praktischen Anwendungsfällen. Teilnehmer:innen erlangen ein tiefes Verständnis dafür, wie digitale Technologien und Kommunikationsprozesse in Organisationen zusammenwirken, gesteuert und optimiert werden können.</p>	
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erwerben grundlegendes und spezialisiertes Wissen der Organisations- und interpersonalen Kommunikation • können organisationale Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung analysieren, einordnen und hinterfragen • üben durch Diskussionen mit Mitstudierenden und Fachvertreter:innen sowie durch praktische Fallanalysen die Fähigkeit, dieses Wissen in Organisationen strategisch anzuwenden • entwickeln die Fähigkeit, Prozesse und Herausforderungen der internen Organisationskommunikation zu analysieren, kritisch einzuordnen und Lösungen diskursiv zu erarbeiten 	
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.	

8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Hausarbeit Referat
11	Berechnung der Modulnote	Hausarbeit (50%) Referat (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	<ul style="list-style-type: none"> • Duschlbauer, T., Martin, S., & Saffarnia, P. (Eds.). (2018). Organisationskommunikation Organisational Communication: Vol. 1. Organisationskommunikation im Zeichen der Digitalisierung. Nomos. • Einwiller, S., Sackmann, S. A., & Zerfaß, A. (2020). Handbuch Mitarbeiterkommunikation: Interne Kommunikation in Unternehmen. Springer Gabler. • Lewis, L. (2019). Organizational change: Creating change through strategic communication (2nd ed.). Wiley. • Miller, K. (2015). Organizational communication: Approaches and processes (7th ed.). Cengage Learning.

1	Modulbezeichnung 52910	Labor market policy (Labor market policy)	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. Gesine Stephan
5	Inhalt	The module analyzes main topics in labor market policy, with a focus on evaluation studies of labor market institutions and active and passive labor market programs
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Students</p> <ul style="list-style-type: none"> • acquire specialized knowledge on policy debates, theoretical backgrounds, evaluation techniques, and empirical evidence for core labor market policies. • assess theoretical approaches, applied methods, and empirical results of recent research papers. • clearly present and scrutinize complex facts and results. • discuss presentations of fellow students and provide constructive feedback.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Solid knowledge in microeconomics and econometrics
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Diskussionsbeitrag Seminararbeit
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (0%) Diskussionsbeitrag (0%) 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	Boeri, T., van Ours. J. (2013). The Economics of Imperfect Labor Markets, 2nd edition. Princeton: Princeton University Press. Varying recent literature

1	Modulbezeichnung 53344	Labor markets: A macroeconomic perspective (Labor markets: A macroeconomic perspective)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Labor Markets: A Macroeconomic Perspective (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	PD Dr. Heiko Stüber	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christian Merkl
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Stylized macroeconomic facts of the labor market • The labor market and business cycle dynamics • The importance of wage rigidities
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Students learn</p> <ul style="list-style-type: none"> • to analyze macroeconomic stylized facts of the labor market • to critically evaluate the ability of dynamic labor market models (e.g., search and matching) to replicate business cycle facts • to evaluate macroeconomic (policy) implications.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Macroeconomics: Business Cycles, Econometrics
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminararbeit Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Seminararbeit (90%) Präsentation (10%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 20 h Eigenstudium: 130 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Pissarides, C. Equilibrium Unemployment. 2000, MIT Press, Cambridge. Chapters 1 & 9. Recent research articles

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	Basic microeconomics, basic econometrics
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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 52390	Literaturseminar zu aktuellen Fragen der Arbeitsmarktökonomie (Literature seminar on current issues of labor economics)	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. Lutz Bellmann
5	Inhalt	Auswertung, Interpretation und Diskussion bestehender Studien zu aktuellen Arbeitsmarktthemen (wie z.B. Fragen der Entlohnung, der Qualifikation und Bildung, der Arbeitsbeziehungen und der Arbeitsmarktpolitik). Der Schwerpunkt liegt dabei auf mikroökonomischen Studien.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden lernen anhand aktueller empirischer Studien aus der Literatur, Arbeitsmarktstudien kompetent zu interpretieren, zu bewerten und zu hinterfragen. Sie verstehen quantitative Methoden differenziert einzusetzen, Hypothesen zu bilden und diese empirisch zu überprüfen. Zudem verstehen sie es, Erkenntnisse aus fremden empirischen Arbeiten prägnant darzustellen, kritisch zu bewerten und der (Fach-) Öffentlichkeit zu vermitteln. Sie erschließen dabei eigenständig Informationen, erstellen Präsentationen und geben Kommiliton(inn)en wertschätzendes Feedback zu deren Präsentationen.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Kenntnisse in Arbeitsmarktökonomie und Ökonometrie
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 2022
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Hausarbeit
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (20%) Hausarbeit (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	Wechselnde aktuelle Forschungsliteratur

1	Modulbezeichnung 54650	Performance management in teams (Performance management in teams)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: VHB-Kurs "Performance Management in Teams" (0 SWS) Tutorium: Tutorium zum VHB-Kurs "Performance Management in Teams" (0 SWS)	5 ECTS -
3	Lehrende	Dr. Colin Roth Prof. Dr. Klaus Moser	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Klaus Moser
5	Inhalt	<p>Performance management is a comprehensive systematic approach aimed at aligning the performance of groups and individuals with organizational goals and strategy and at achieving continuous improvement. Strategically derived performance indicators and motivational interventions such as goal setting, feedback, and participation are core elements of performance management. This course covers several topics that are relevant for the design of effective performance management systems. Furthermore, by focusing on an evidence-based approach, students will learn how to derive and assess indicators of success and how these contribute to organizational success.</p> <p>In a case study, students will learn how to use the Productivity Measurement and Enhancement System (ProMES) which is already used by practitioners.</p> <p>This course will focus on:</p> <ul style="list-style-type: none"> • motivational theories and their role for productivity management in organizations • basic knowledge on performance measurement and discussion of critical aspects • practical use and development of an own ProMES system (in groups of students)
6	Lernziele und Kompetenzen	Students will learn about theories and approaches of performance assessment in organizations. They will also acquire knowledge concerning the prerequisites of successful productivity management. Furthermore, they will develop a productivity management system on their own and practice how to implement and evaluate organizational interventions that focus on productivity.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Basic knowledge of assessment and analytical procedures of the social sciences, basic knowledge of scientific work, willingness to read extensive texts in English, English skills (minimum level: UNICERT II).
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

10	Studien- und Prüfungsleistungen	Kurztest Fallstudie(n) Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Kurztest (0%) Fallstudie(n) (0%) Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 0 h Eigenstudium: 150 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Pritchard, R. D. Weaver, S. J., & Ashwood, E. L. (2012). Applied Psychology Series: Evidence-based productivity improvement: A practical guide to the Productivity Measurement and Enhancement System (ProMES). London: Routledge.

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 Theresa Bernhard	

4	Modulverantwortliche/r	Theresa Bernhard Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	Inhalt	1. Personalmanagement als strategischer Erfolgsfaktor der Unternehmensführung 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	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	schriftlich Präsentation

		Diskussionspapier (6 Seiten, 80% der Modulnote) und Präsentation (20% der Modulnote)
11	Berechnung der Modulnote	schriftlich (80%) Präsentation (20%)
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 52520	Ringvorlesung Personalmanagement (Lecture series in personnel management)	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. Klaus Moser	
5	Inhalt	Vorträge über aktuelle Themen aus dem Bereich Personal und Diskussion	
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden lernen anhand von Praxisvorträgen und einem ausgewählten Schwerpunktthema die Inhalte der Grundvorlesungen exemplarisch anzuwenden, zu reflektieren und aus verschiedenen fachlichen Perspektiven zu diskutieren.</p> <p>Studierende setzen sich im Diskurs aktiv mit den Ansätzen der Praxis auseinander und reflektieren diese vor dem Hintergrund ihres theoretischen Wissens. Sie erproben zudem das eigenständige Erschließen zusätzlicher Literatur. Sie lernen Berufsfelder kennen und reflektieren das Ausmaß, in dem Lehrinhalte die Praxis im Bereich Personal widerspiegeln, Innovationen ermöglichen oder (angewandte) Forschungsfragen eröffnen.</p>	
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Vorheriger Besuch der Module Personalmanagement und Personalpsychologie	
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3	
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222	
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten) mündlich	
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%) mündlich (0%)	
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 oder Englisch	
16	Literaturhinweise	Wechselnde aktuelle Forschungsliteratur	

1	Modulbezeichnung 55850	Seminar zur Arbeitsmarktsoziologie (Seminar in labor market sociology)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Seminar zur Arbeitsmarktsoziologie (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Martin Abraham	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Martin Abraham
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung zentraler Theorien, Methoden und Themenfelder der Arbeitsmarktsoziologie • Eigenständig Erarbeitung von Themenfeldern, Forschungsfragen und Forschungsdesigns
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erwerben vertiefte Kenntnisse über Arbeitsmarktsoziologie, d.h. den Zusammenhang gesellschaftlicher Rahmenbedingungen und Prozesse des Arbeitsmarktes • erwerben Kompetenz, Forschungsfragen in diesem Bereich anhand von Literatur und Daten eigenständig zu analysieren • erwerben vertiefte Kompetenz zur kritischen Beurteilung von politischen Programmen und Maßnahmen im Bereich des Arbeitsmarktes
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Grundlegende Kenntnisse der Arbeitsmarktsoziologie
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Referat Hausarbeit
11	Berechnung der Modulnote	Referat (0%) Hausarbeit (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	Abraham, Martin, und Thomas Hinz (Hrsg.) (2018): Arbeitsmarktsoziologie. 3. Aufl., Opladen: Westdeutscher Verlag.

1	Modulbezeichnung 56180	Seminar zur Bildungssoziologie (Seminar in sociology of education)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Seminar zur Bildungssoziologie (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Tobias Wolbring	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Martin Abraham Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung zentraler Theorien, Methoden und Themenfelder der Bildungssoziologie • Eigenständige Erarbeitung von Themenfeldern, Forschungsfragen und Forschungsdesigns
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • haben vertiefte Kenntnisse der Bildungssoziologie, d.h. über den Zusammenhang zwischen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, dem Bildungssystem und wirtschaftlichen Prozessen • besitzen die Kompetenz, Forschungsfragen in diesem Bereich anhand von Literatur und Daten eigenständig zu analysieren • erwerben vertiefte Kompetenz zur kritischen Beurteilung von politischen Programmen und Maßnahmen im Bereich der Bildung • haben vertiefte Kenntnisse zur Beurteilung und Anwendung von Strategien zur Steuerung des Bildungssystems und seiner Organisationen
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Referat Hausarbeit
11	Berechnung der Modulnote	Referat (0%) Hausarbeit (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	Kopp, Johannes (2009) Bildungssoziologie. Eine Einführung anhand empirischer Studien. Wiesbaden: VS Verlag

1	Modulbezeichnung 52271	Seminar zur Organisationspsychologie (Seminar in organizational psychology)	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. Klaus Moser	
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • wechselnde Themen und Schwerpunkte. • Auseinandersetzung mit theoretischen Grundlagen und konkreten Instrumenten der Personalarbeit, der Arbeitspsychologie und der Organisationsentwicklung aus psychologischer (verhaltenswissenschaftlicher) Sicht 	
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden demonstrieren ihren souveränen Umgang mit der einschlägigen Fachliteratur und organisationspsychologischen Theorien und Methoden. Die Studierenden erwerben fundierte Kenntnisse über Theorien und Methoden der Personalarbeit, der Arbeitspsychologie und der Organisationsentwicklung. Sie können die operativen Fragen und Methoden in das strategische Management eines Unternehmens einordnen. Sie können die bearbeiteten Theorien, Methoden und Verfahren kritisch reflektieren, beurteilen und anwenden. Sie lernen, wie Methoden und Instrumente entwickelt und rigoros evaluiert werden können.	
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungsmethoden und von Korrelations- und Regressionsrechnung bzw. Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie, Präsentationstechniken, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher (meistens englischsprachiger) Materialien, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.	
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3	
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222	
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation/Hausarbeit	
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation/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	Schuler, H. & Moser, K. (Hrsg.) (2014). Lehrbuch Organisationspsychologie (5. Auflage). Bern: Huber. Schuler, H: & Kanning, U. P. (Hrsg.) (2014), Lehrbuch der Personalpsychologie (3. Auflage). Göttingen: Hogrefe. Ulich, E. (2011). Arbeitspsychologie. Stuttgart: Poeschel. Hacker, W. (1998). Allgemeine Arbeitspsychologie. Bern: Huber. Aktuelle Jahrgänge der Zeitschriften Journal of Applied Psychology, Journal of Occupational and Organizational Psychology und Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie
----	--------------------------	--

1	Modulbezeichnung 52300	Theorieseminar zur Wirtschaftspsychologie (Theory seminar: business psychology)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Theorieseminar: Marktpsychologisches Theorieseminar: Soziale Kognition und Konsumentenverhalten (2 SWS) Seminar: Marktpsychologisches Theorieseminar: Konsumentenverhalten (2 SWS)	5 ECTS 5 ECTS
3	Lehrende	Christopher Verheyen Dr. Jürgen Kirsch	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Klaus Moser
5	Inhalt	<p>a. Vertiefende Auseinandersetzung mit Themen der Wirtschaftspsychologie (Personalpsychologie, Organisationspsychologie, Konsumentenverhalten)</p> <p>b. Im Theorieseminar setzen sich die Studierenden gründlich und auf der Basis anspruchsvoller i.d.R. englischsprachiger Fachliteratur mit einem aktuellen Thema auseinander, stellen dies mündlich vor und verfassen eine in Form und Niveau an eine Fachpublikation angelehnte Hausarbeit</p> <p>c. Die Themen wechseln semesterweise.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden gehen souverän mit der einschlägigen deutsch- wie englischsprachigen Fachliteratur sowie wirtschaftspsychologischen Theorien und Methoden um. Sie können wissenschaftliche Positionen erläutern, vertreten, kritisieren und verteidigen. Sie besitzen detaillierte Fachkenntnisse nach dem neuesten Kenntnisstand zu spezifischen Fragestellungen in der Wirtschaftspsychologie und besitzen fachliche und konzeptionelle Fertigkeiten zur Entwicklung und Evaluation entsprechender Methoden und Instrumente.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Besuch vorbereitender Module aus den Bereichen Personalpsychologie, Organisationspsychologie oder Konsumentenverhalten. Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungsmethoden und von Korrelations- und Regressionsrechnung bzw. Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie, Präsentationstechniken, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 2022 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 2022
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Hausarbeit
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (0%) Hausarbeit (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 oder Englisch
16	Literaturhinweise	Wird bekannt gegeben

1	Modulbezeichnung 52310	Wirtschaftspsychologie Projektseminar (Project seminar on business psychology)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Projektseminar: Projektseminar Wirtschaftspsychologie (0 SWS)	-
3	Lehrende	Prof. Dr. Klaus Moser	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Klaus Moser
5	Inhalt	<p>d. Vertiefende Auseinandersetzung mit Themen der Wirtschaftspsychologie (Personalpsychologie, Organisationspsychologie, Konsumentenverhalten)</p> <p>e. Auf der Basis vorgegebener Themen werden empirische Studien alleine oder in kleinen Gruppen durchgeführt.</p> <p>f. Die Themen wechseln semesterweise</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden demonstrieren ihren souveränen Umgang mit der einschlägigen Fachliteratur und wirtschaftspsychologischen Theorien und Methoden. Sie können wissenschaftliche Positionen erläutern, vertreten, kritisieren und verteidigen. Sie erwerben fundierte Fachkenntnisse zu spezifischen Fragestellungen in der Wirtschaftspsychologie und vertiefen ihre Kenntnisse darin, wie Methoden und Instrumente entwickelt und evaluiert werden können.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Besuch vorbereitender Module aus den Bereichen Personalpsychologie, Organisationspsychologie oder Konsumentenverhalten. Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungsmethoden und von Korrelations- und Regressionsrechnung bzw. Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie, Präsentationstechniken, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Projekt-/Praktikumsbericht
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (0%) Projekt-/Praktikumsbericht (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 oder Englisch
16	Literaturhinweise	Wird bekannt gegeben

1	Modulbezeichnung 54141	Advanced marketing management II: Advanced topics in marketing (Advanced marketing management II: Advanced topics in marketing)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Advanced Topics in Marketing (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	

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
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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	Englisch
16	Literaturhinweise	Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., Pieters, R. (2018), Consumer Behavior, 7. Auflage, Cengage Learning.

1	Modulbezeichnung 54162	Advanced marketing management IV (Advanced marketing management IV)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Strategisches Marketing (Master) (4 SWS)	-
3	Lehrende	Franziska Unger Prof. Dr. Martina Steul-Fischer	

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 kritisch-reflexiver Weise erweitern.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	schriftlich/mündlich Seminararbeit+Vortrag
11	Berechnung der Modulnote	schriftlich/mündlich (50%) Seminararbeit+Vortrag (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	Backhaus, K., Schneider, H. (2020): Strategisches Marketing, 3., überarb. Aufl., Stuttgart. Benkenstein, M., Uhlich, S. (2021): Strategisches Marketing: Ein wettbewerbsorientierter Ansatz, 4., erw. und aktual. Aufl., Stuttgart.

1	Modulbezeichnung 54171	Advanced marketing management V (Advanced marketing management V)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Business-to-business Marketing (Vorlesung) (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Andreas Fürst	

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;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Fallstudie(n) Klausur
11	Berechnung der Modulnote	Fallstudie(n) (50%) Klausur (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	Backhaus, K., Voeth, M. (2014), Industriegütermarketing, 10. Aufl., München. Homburg, Ch. (2020), Marketingmanagement: Strategie Instrumente Umsetzung Unternehmensführung, 7. Aufl., Wiesbaden.
----	--------------------------	--

1	Modulbezeichnung 54181	Advanced marketing management VI (Advanced marketing management VI)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Markenmanagement (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer David Schindler	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	Inhalt	<p>Die Veranstaltung behandelt die instrumentelle Perspektive des Marketings. Dabei beschäftigt sich die Veranstaltung insbesondere mit folgenden Inhalten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Markenführung • Strategische Aspekte der Markenführung • Operative Aspekte der Markenführung • Markencontrolling <p>Im Rahmen der Veranstaltung wird ein deutlicher Fokus auf die Vermittlung von Wissen anhand von Praxisbeispielen und Fallstudien gelegt. Offene Diskussionen und Hinterfragen sind ausdrücklich erwünscht. Dazu kommen fallweise Gruppenarbeiten mit kurzen Präsentationen und Diskussion der Ergebnisse. Es wird eine Mischung aus Dozieren und Interaktion angestrebt. Dadurch wird für die Teilnehmer ein höheres Maß an Eigenstudium der Literatur parallel zu den Veranstaltungen notwendig und auch erwartet.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können in vertiefter und kritischer Weise Theorien, Terminologien, Besonderheiten, Grenzen und Lehrmeinungen des Markenmanagements und angrenzender Gebiete, wie z.B. der Kommunikationswissenschaft erläutern, anwenden und reflektieren.</p> <p>Die Studierenden können Zusammenhänge der strategischen Markenführung identifizieren, hinterfragen und bewerten und entwickeln darüber hinaus die Fähigkeit, Marken fundiert und reflektiert einschätzen zu können.</p> <p>Sie beurteilen das Phänomen Marke aus einer ganzheitlichen Sichtweise und können weitgehend selbstgesteuert forschungs- und anwendungsorientierte Projekte zur Steuerung der Marke auf Basis breiter und spezialisierter Forschungsmethodik ausarbeiten.</p> <p>Die Studierenden identifizieren und klassifizieren die Instrumente der Markenführung. Ferner können sie Methoden und Messansätze des Markencontrollings kritisch beurteilen und reflektiert anwenden.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<ul style="list-style-type: none"> • Grundwissen Marketing • Interesse an Marken • Aktives Beobachten der Markenwelt • Neugier und Spaß an Inspiration
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;3;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (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	Esch, F.-R. (2018), Strategie und Technik der Markenführung, 9. Aufl., München. Franzen, G., Bouwman, M. (2001), The Mental World of Brands, Oxfordshire.

1	Modulbezeichnung 58081	Advanced marketing management VII (Advanced marketing management VII)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Kundenmanagement (Master) (0 SWS)	-
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
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	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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 53281	Behavioral economics (Behavioral economics)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Behavioral Economics (2 SWS)	-
3	Lehrende	Prof. Dr. Veronika Grimm Yuval Ofek-Shanny	

4	Modulverantwortliche/r	Nima Farhang-Damghani Prof. Dr. Veronika Grimm Simon Mehl
5	Inhalt	The course provides a theoretical and empirical introduction into the area of Behavioral Economics. This relatively new area of economics research wants to identify important deviations from the predictions of classical economics models and to extend existing models to account for these findings.
6	Lernziele und Kompetenzen	In the course the method of experimental economics is introduced and its use for behavioral oriented research is learned. Students learn the skill of using empirical and experimental studies as complements to theory in the study of strategic interactions.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Completed Bachelor degree in Economics or in a related discipline, Microeconomics I and II
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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	Camerer, Colin F. (2003), Behavioral Game Theory: Experiments on Strategic Interaction, Princeton Univ. Press. Journale articles, announcement on chair website

1	Modulbezeichnung 55231	Design thinking und Produktdesign (Design thinking and product design)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Design Thinking und Produktdesign (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Stefan Dinter	

4	Modulverantwortliche/r	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 Verfestung • 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	<p>Die Studierenden erwerben ein breites Verständnis für Design als Prozess, als Tätigkeit und als Phänomen in Wirtschaft und Gesellschaft.</p> <p>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.</p>
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: 2;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

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
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 53780	Dienstleistungsmarketing (Services marketing)	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	
5	Inhalt	keine Inhaltsbeschreibung hinterlegt!
6	Lernziele und Kompetenzen	keine Beschreibung der Lernziele und Kompetenzen hinterlegt!
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 0
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminararbeit
11	Berechnung der Modulnote	Seminararbeit (100%)
12	Turnus des Angebots	keine Angaben zum Turnus des Angebots hinterlegt!
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: ?? h (keine Angaben zum Arbeitsaufwand in Präsenzzeit hinterlegt) Eigenstudium: ?? h (keine Angaben zum Arbeitsaufwand im Eigenstudium hinterlegt)
14	Dauer des Moduls	?? Semester (keine Angaben zur Dauer des Moduls hinterlegt)
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	keine Literaturhinweise hinterlegt!

1	Modulbezeichnung 54110	Finanzmarktkommunikation und Marktforschungsmanagement (Financial market reporting and market research management)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Marktforschungsmanagement (2 SWS) Seminar: Finanzmarktkommunikation (2 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Klaus Wübbenhorst	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	Inhalt	<p>Das Modul vermittelt spezialisierte und vertiefte Kenntnisse sowie Fertigkeiten über Reporting- und Managementaufgaben von Unternehmen am Beispiel der Marktforschung.</p> <p>Finanzmarktkommunikation</p> <p>In der Veranstaltung werden insbesondere folgende Inhalte behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investor Relations • Instrumente der Kommunikation • Geschäfts- und Quartalsberichte • Hauptversammlung • Zielgruppen der Kommunikation • Rechtliche Rahmenbedingungen <p>Marktforschungsmanagement</p> <p>Die Veranstaltung befasst sich mit Fachwissen in den Bereichen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Markt der Marktforschung • Börsennotierung • Führung • Human Resources • Expansion <p>Die Veranstaltung Finanzmarktkommunikation wird regelmäßig im Sommersemester angeboten. Die Veranstaltung Marktforschungsmanagement findet regelmäßig im Wintersemester statt.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden verfügen über spezialisiertes fachliches Wissen und Fertigkeiten zur Lösung strategischer Marketingprobleme, insbesondere auf dem Gebiet des Marktforschungsmanagements und der Finanzmarktkommunikation sowie in angrenzenden Gebieten (Controlling, Finance, HR). Die Studierenden können dieses Wissen erläutern und zur Erstellung von Lösungskonzepten für wissenschaftliche und berufliche Probleme in der Marktforschung oder der Finanzmarktkommunikation anwenden. Die Studierenden sind in der Lage, verschiedene Konzepte zu vergleichen, kritisch zu hinterfragen, zu bewerten und zu verteidigen. Dabei können die Studierenden auch neue anwendungsorientierte Ziele unter Reflexion</p>

		der möglichen gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und kulturellen Auswirkungen definieren, die zur Erreichung geeigneten Mittel einsetzen und hierfür Wissen eigenständig erschließen. Darüber hinaus sind die Studierenden dazu in der Lage, das angeeignete Wissen methodisch zu erweitern und so weitgehend selbstgesteuert forschungs- oder anwendungsorientierte Projekte im Bereich der Marktforschung und der Finanzmarktkommunikation durchzuführen.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;3;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (30 Minuten) Klausur (30 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (50%) Klausur (50%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	Dauer des Moduls	2 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	<p>Aaker, D., Kumar, V., Day, G. (2012), Marketing Research, 11. Aufl., New York.</p> <p>Diller, H., Wübbenhorst, K. L., Herrmann, A. (2002), Neue Entwicklungen in der Marktforschung, GIM.</p> <p>DIRK e.V. (2004), Handbuch Investor Relations, Gabler.</p> <p>Günther, M., Vossebein, U., Wildner, R. (2006), Marktforschung mit Panels: Arten-Erhebung-Analyse-Anwendung, 2. Aufl., Wiesbaden.</p> <p>Herrmann, A., Homburg, Ch., Klarmann, M. (2008), Handbuch Marktforschung, 3. Aufl., Wiesbaden.</p> <p>Keller, B., Klein, H.-W., Tuschi, S. (2015), Zukunft der Marktforschung, Wiesbaden.</p> <p>Kirchhoff, K., Piwinger, M., (2009), Praxishandbuch Investor Relations, 2. Aufl., Wiesbaden.</p>

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	Dr. Christian Baccarella	

4	Modulverantwortliche/r	Dr. Christian Baccarella 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	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Hausarbeit Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Hausarbeit (50%) Präsentation (50%)
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	Jeweils aktuelle kursspezifische Literatur

1	Modulbezeichnung 54831	International marketing (International marketing)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: International Marketing (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge Theresa Bernhard	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	Inhalt	<p>This course offers students a deep and specialized expertise in marketing activities in an international environment. In addition, the focus is on the evaluation, analysis and application of theoretical marketing approaches.</p> <p>The following topics will be discussed in particular:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The scope and challenge of international marketing • International market coverage strategy • Design of the international marketing-mix • Standardization vs. differentiation of international product, price, sales, and communication management <p>Particular areas or regions covered in the lecture will be announced prior to the course.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	The students acquire specialized and deep knowledge in the domain of international marketing. They can explain, apply and reflect on theories, concepts and empirical studies in the area of international marketing in a deepened and critical way. Foundations for the use of the marketing-mix in an international setting are taught and the students are able to bring them into question critically. Furthermore, the students are able to independently conceptualize strategic courses of action as well as scopes for design for the marketing-mix in an international context.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Registration via vhb (www.vhb.org) is necessary in order to gain access to the course and the StudOn e-learning platform.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	schriftlich <i>Details for the examination: Report (6 pages)</i>
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	Alon, I., Jaffe, E., Prange, C. & Vianelli, D. (2017). Global Marketing: Contemporary Theory, Practice, and Cases. 2nd ed., New York, London: Routledge 2017.

1	Modulbezeichnung 55810	Konsumentenverhalten II (Consumer behavior II)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Theorieseminar: Marktpsychologisches Theorieseminar: Soziale Kognition und Konsumentenverhalten (2 SWS) Seminar: Marktpsychologisches Theorieseminar: Konsumentenverhalten (2 SWS)	5 ECTS 5 ECTS
3	Lehrende	Christopher Verheyen Dr. Jürgen Kirsch	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Klaus Moser
5	Inhalt	Kennenlernen aktueller Theorien und Methoden in der Markt- und Werbeforschung Kritische Betrachtung der wissenschaftlichen Grundlagen und praktischen Anwendbarkeit von Konzepten, Methoden und Instrumenten
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden besitzen umfassende und spezialisierte Kenntnisse über Theorien, Methoden und Problemlösungstechniken der Markt- und Werbepsychologie. Sie können wesentliche Theorieansätze verstehen, vermitteln und kritisch reflektieren. Sie verfassen wissenschaftliche Berichte auf publikationsreifem Niveau.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Für das Seminar: Module Einführung in Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens sowie Präsentations- und Moderationstechniken; Modul Konsumentenverhalten I; Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und methodisch anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Referat Hausarbeit
11	Berechnung der Modulnote	Referat (0%) Hausarbeit (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	Moser, K. (Hrsg.) (2015). Wirtschaftspsychologie (2. Aufl.). Heidelberg: Springer. Aktuelle Jahrgänge der Zeitschriften Journal of Consumer Research, Journal of Consumer Psychology und Journal of Marketing

1	Modulbezeichnung 55110	Konsumentenverhalten III (Consumer behavior III)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Theorieseminar: Marktpsychologisches Theorieseminar: Soziale Kognition und Konsumentenverhalten (2 SWS) Seminar: Marktpsychologisches Theorieseminar: Konsumentenverhalten (2 SWS)	5 ECTS 5 ECTS
3	Lehrende	Christopher Verheyen Dr. Jürgen Kirsch	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Klaus Moser
5	Inhalt	Vertiefende Auseinandersetzung mit aktuellen Theorien und Methoden der Marktpsychologie Kritische Betrachtung der wissenschaftlichen Grundlagen und praktischen Anwendbarkeit von Konzepten, Methoden und Instrumenten
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden haben detaillierte und spezialisierte Kenntnisse von Methoden und Problemlösungstechniken der Marktpsychologie. Sie verstehen wesentliche Theorieansätze, können diese erläutern, vermitteln, kritisch reflektieren und verteidigen. Sie verfassen, wissenschaftliche Berichte auf publikationsreifem Niveau.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Einführung in Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens sowie Präsentations- und Moderationstechniken; Module Konsumentenverhalten I und II; Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und methodisch anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Hausarbeit
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (0%) Hausarbeit (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	Moser, K. (Hrsg.) (2015). Wirtschaftspsychologie (2. Aufl.). Heidelberg: Springer. Aktuelle Jahrgänge der Zeitschriften Journal of Consumer Research, Journal of Consumer Psychology und Journal of Marketing

1	Modulbezeichnung 55120	Konsumentenverhalten IV (Consumer behavior IV)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Projektseminar: Projektseminar Wirtschaftspsychologie (0 SWS)	-
3	Lehrende	Prof. Dr. Klaus Moser	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Klaus Moser
5	Inhalt	<p>Kennen lernen aktueller Theorien und Methoden in der Markt- und Werbeforschung</p> <p>Kritische Betrachtung der wissenschaftlichen Grundlagen und praktischen Anwendbarkeit von Konzepten, Methoden und Instrumenten</p> <p>Durchführung eines eigenen Forschungsprojekts im Bereich der Marktpsychologie</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden besitzen vertieftes und spezialisiertes Wissen der Markt- und Werbepsychologie. Sie beherrschen zentrale Methoden insbes. für den Anwendungsbereich der Markt- und Werbewirkungsforschung. Sie wissen, wie Methoden und Instrumente entwickelt und rigoros evaluiert werden können und können diese anwenden. Sie besitzen Erfahrungen in der Durchführung entsprechender Studien und können wissenschaftliche Berichte über Forschungsergebnisse auf publikationsreifem Niveau verfassen.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Einführung in Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens sowie Präsentations- und Moderationstechniken; Module Konsumentenverhalten I und II; Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und methodisch anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Hausarbeit Referat
11	Berechnung der Modulnote	Hausarbeit (100%) Referat (0%)
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	Moser, K. (Hrsg.) (2015). Wirtschaftspsychologie (2. Aufl.). Heidelberg: Springer. Aktuelle Jahrgänge der Zeitschriften Journal of Consumer Research, Journal of Consumer Psychology und Journal of Marketing

1	Modulbezeichnung 54011	Principles of marketing I (Principles of marketing I)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Marketing Theorie (Master) (2 SWS)	-
3	Lehrende	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer
5	Inhalt	Es werden die unterschiedlichen theoretischen Ansätze in der Marketingforschung vorgestellt. Inhaltliche Schwerpunkte sind u. a. wissenschaftstheoretische Grundlagen und Theorien zum Konsumentenverhalten.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden können wissenschaftliche Grundlagen sowie spezialisiertes und vertieftes Fachwissen zu den theoretischen Ansätzen und Modellen der Marketingforschung unterscheiden, erläutern und anwenden. Im Besonderen können die Studierenden in kritischer Weise Theorien, Terminologien, Besonderheiten, Grenzen und Lehrmeinungen der Marketingforschung erläutern und reflektieren. Weiterhin können eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher Probleme entwickelt werden, um spezifische Problemstellungen im Marketing zu bearbeiten.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten) 60-minütige Klausur
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	Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L., C., Piercy, N. J. (2019): Grundlagen des Marketing, 7. Aufl., Hallbergmoos. Kroeber-Riel, W., Gröppel-Klein, A. (2019): Konsumentenverhalten, 11. Aufl., München. Kuß, A. (2013): Marketing-Theorie Eine Einführung, 3. Aufl., Wiesbaden.

1	Modulbezeichnung 54262	Principles of marketing II (Principles of marketing II)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Produkt- und Preismanagement (2 SWS) Übung: Produkt- und Preismanagement ÜB (1 SWS)	5 ECTS -
3	Lehrende	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	Inhalt	<p>Das Modul vermittelt sowohl wissenschaftliche Grundlagen als auch spezialisiertes und vertieftes Fachwissen aus den Bereichen Produkt- und Preismanagement. Der Inhalt orientiert sich an der aktuellen Marketingforschung und bezieht empirische Forschungserkenntnisse ein. Studierende erhalten ein vertieftes Verständnis für die Aspekte des Produkt- und Preismanagements und deren Besonderheiten. Außerdem werden Kenntnisse über die praktische Anwendung des Produkt- und Preismanagements sowie Implikationen für Unternehmen vermittelt.</p> <p>Produktmanagement beschäftigt sich insbesondere mit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlegenden Aspekten des (digitalen) Produktmanagements • Innovationsmanagement • Projektmanagement • Management etablierter Produkte • Markenmanagement <p>Preismanagement behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Grundlagen des Preismanagements • Grundlagen der klassischen Preistheorie • Verhaltenswissenschaftliche Grundlagen • Preisbestimmung • Preisdurchsetzung
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können in vertiefter und kritischer Weise Konzepte, Theorien, Besonderheiten und Methoden aus den Bereichen Produkt- und Preismanagement erläutern, anwenden und bewerten. Auf Grundlage ihres Wissens sind die Studierenden dazu befähigt, mögliche Problemfelder in den beiden Bereichen selbständig zu identifizieren und eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher und beruflicher Probleme zu entwickeln und diese mit Blick auf deren Bedeutung und Auswirkung zu hinterfragen.</p> <p>Zudem sind die Studierenden in der Lage, eigenständig zu entscheiden, welche quantitativen Methoden aus den Bereichen Produkt- und Preismanagement für welche Fragestellungen geeignet sind und diese Methoden anwenden. Dafür müssen sie die Eignung und Voraussetzungen zur Anwendung der Methode unter Berücksichtigung alternativer Methoden beurteilen sowie die Methode adäquat anwenden.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3

9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Leistungsschein Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Leistungsschein (0%) Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 50 h Eigenstudium: 100 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Diller, H. (2021), Pricing: Prinzipien und Prozesse der betrieblichen Preispolitik, 5. Aufl., Stuttgart. Homburg, Ch. (2020), Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, 7. Aufl., Wiesbaden. Monroe, K. B. (2003), Pricing - Making Profitable Decisions, 3rd ed., Boston. Simon, H., Fassnacht, M. (2016), Preismanagement - Strategie, Analyse, Entscheidung, Umsetzung, 4. Aufl., Wiesbaden.

1	Modulbezeichnung 53360	Project seminar: Experimental economics (Project seminar: Experimental economics)	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	Nima Farhang-Damghani Prof. Dr. Veronika Grimm Simon Mehl	
5	Inhalt	Gegenstand des Seminars ist die Erarbeitung, Durchführung und Auswertung eines experimentellen Forschungsprojekts. Dazu gehören die Entwicklung einer Forschungsfrage, die Erstellung des experimentellen Designs zur Untersuchung dieser Frage, die technische Umsetzung des Designs und die tatsächliche Durchführung des Experiments im Labor LERN sowie die statistische Auswertung der Ergebnisse.	
6	Lernziele und Kompetenzen	Ziel ist es, die Methode der experimentellen Wirtschaftsforschung kennenzulernen und einen umfassenden Überblick über die einzelnen Schritte einer experimentellen Studie zu erhalten. Die Schritte umfassen das Erstellen eines experimentellen Designs zur Erforschung einer konkreten verhaltensökonomischen Fragestellung, die Umsetzung des Designs in ein computerisiertes oder Pen&Paper-Experiment sowie das Erstellen der dazugehörigen Instruktionen für die Versuchspersonen, das Erlernen von Grundlagen des Experiment-Tools z-Tree, die Organisation und Durchführung des Experiments sowie die Analyse der gewonnenen Daten mittels gängiger, für Experimentaldaten geeigneter statistischer Methoden. Ziel der Veranstaltung ist, die Teilnehmer dazu zu befähigen ein experimentelles Forschungsprojekt selbstständig betreuen zu können.	
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Solide Kenntnisse der Mikroökonomie und Verhaltensökonomie	
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3	
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222	
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Hausarbeit Diskussionsbeitrag Präsentation	
11	Berechnung der Modulnote	Hausarbeit (50%) Diskussionsbeitrag (20%) 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	Englisch
16	Literaturhinweise	Wechselnde aktuelle Forschungsliteratur

1	Modulbezeichnung 52930	Seminar: Behavioral economics 1 (Seminar: Behavioral economics 1)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Seminar Behavioral Economics 1 (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Veronika Grimm Xiaoyu Zhou	

4	Modulverantwortliche/r	Nima Farhang-Damghani Prof. Dr. Veronika Grimm Simon Mehl
5	Inhalt	The seminar sheds light on various issues in market and institution design focusing on selected applications. Market and institution design applies methods of game theory and (behavioral) economics to develop effective market rules. In this seminar, the focus will lie on market rules of various markets such as labor-markets or markets in the sector of health or public economics. In different market environments, phenomena like trust, social preferences, or bounded rationality are important. Understanding these aspects is of key importance for specifying the details of a particular market environment. In the seminar, we will analyse the peculiarities of selected markets and their implications for the effective organization of those markets from a theoretical and/or behavioural perspective.
6	Lernziele und Kompetenzen	Students <ul style="list-style-type: none"> Analyze the peculiarities of markets and their operating mode within the frame of complex theoretic and behavioral models, Discuss the validity of those models based on experimental or empirical studies, Evaluate, based on the literature, different market and institution designs, Autonomously analyze complex questions and develop solution concepts Are able to write a relevant theoretic or empirical scientific essay, Develop their presentation skills.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Solid knowledge of microeconomics
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;3;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminararbeit mündlich Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Seminararbeit (50%) mündlich (20%) Präsentation (30%)
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	Changing recent scientific literature

1	Modulbezeichnung 53306	Social and web intelligence (Social and web intelligence)	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. Freimut Bodendorf Dr. Pavlina Kröckel	
5	Inhalt	<p>Social media became an inseparable part of today's companies. The vast amount of user-generated data online gives huge advantages to companies primarily by providing them with easy access to customer data free of charge. With every action online, users leave a trace behind which companies can use for a wide variety of decisions: product development and improvement, more targeted advertising, customer support. The user data come in various forms: text, images, and videos.</p> <p>In this seminar, we put special focus on text and network data. We first teach the theory behind text and network mining and then apply this knowledge on given datasets.</p> <p>The lecture videos are pre-recorded and available via StudOn.</p>	
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> gain theoretical knowledge and understanding behind social media, text mining, network theory and network metrics learn how to analyze and summarize data from a variety of web sources (e.g., Facebook, Twitter, blogs and forums) learn how to apply the skills in a few chosen application areas e.g., sentiment or behaviour analysis. 	
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<ul style="list-style-type: none"> Students should have a basic familiarity with data mining and data analytics methods and tools. The Business Intelligence lecture offered in the SS (or similar introductory lecture in Data Analytics) is a pre-requisite to attend this seminar. 	
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3	
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 2022 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 2022	
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	Deutsch
16	Literaturhinweise	All relevant material will be provided during the seminar.

1	Modulbezeichnung 54101	Strategic communication (Strategic communication)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Strategische Kommunikation (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Susanne Merkle	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Adrian Meier Prof. Dr. Reimar Zeh
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationsstrategien • Kommunikatorforschung • Rezeption und Wirkung von strategischer Kommunikation • Persuasive Kommunikation • Psychologische Grundlagen der strategischen Kommunikation
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erwerben fundierte Kenntnisse aus verschiedenen Bereichen der strategischen Kommunikation, z.B. Kommunikationsstrategien, Nutzung, Rezeption und Wirkung von strategischer Kommunikation • erwerben durch die Auseinandersetzung mit dem Thema und die regelmäßige Diskussion mit Mitstudierenden und Fachvertretern Problemlösungs-, Kommunikations- und Medienkompetenzen, die Bedeutung für unterschiedliche Berufsfelder im Bereich Kommunikation und Medien besitzen • entwickeln die Fähigkeit, strategische Kommunikationsprozesse und -probleme zu analysieren und Lösungen diskursiv zu behandeln • können strategische Kommunikation zum Einsatz bringen.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Fallstudie(n)
11	Berechnung der Modulnote	Fallstudie(n) (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 oder Englisch
16	Literaturhinweise	keine Literaturhinweise hinterlegt!

1	Modulbezeichnung 54270	Vertriebs- und Kommunikationsmanagement (Communications and sales management)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Übung zum Vertriebs- und Kommunikationsmanagement (1 SWS) Vorlesung mit Übung: Vertriebs- und Kommunikationsmanagement (2 SWS)	- 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Andreas Fürst	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Andreas Fürst
5	Inhalt	<p>Das Modul vermittelt den Studierenden vertiefende Kenntnisse idealtypischer organisationaler, strategischer und operativer Prozesse des Vertriebs- und Kommunikationsmanagements. Neben dieser theoretischen Fundierung der beiden Themenkomplexe wird zusätzlich Bezug auf die Relevanz der einzelnen Komponenten in der Praxis genommen.</p> <p>Vertriebsmanagement beschäftigt sich insbesondere mit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organisationalen Fragestellungen des Vertriebsmanagements (z.B. Gestaltung und Optimierung von Vertriebsorganisationen) • Strategischen Fragestellungen des Vertriebsmanagements (z.B. Definition von Vertriebszielen, Gestaltung der Beziehung zu Vertriebspartnern) • Operativen Fragestellungen des Vertriebsmanagements (z.B. Mitarbeiterführung im Vertrieb, Umsetzung der Vertriebsstrategie) <p>Kommunikationsmanagement beschäftigt sich insbesondere mit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organisationalen Fragestellungen des Kommunikationsmanagements (z.B. Auswahl des Dienstleisters) • Strategischen Fragestellungen des Kommunikationsmanagements (z.B. Ziele und Zielgruppen der Kommunikation, Budgetierung) • Operativen Fragestellungen des Kommunikationsmanagements (z.B. Gestaltung der Kommunikationsmaßnahmen, Kontrolle der Kommunikationswirkung)
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden erwerben ein umfassendes Fachwissen auf dem aktuellsten Stand der Marketingforschung unter Einbezug empirischer Forschungserkenntnisse. Studierende können in vertiefter und kritischer Weise Theorien, Terminologien, Besonderheiten und Grenzen des Vertriebs- und Kommunikationsmanagements erläutern, anwenden und reflektieren. Studierende können Konzepte, Theorien und Methoden aus den Bereichen des Vertriebs- und Kommunikationsmanagements kritisch beurteilen und auf Praxisfragestellungen anwenden. Sie können mögliche Problemfelder in diesen Bereichen selbstständig</p>

		identifizieren und evidenzbasierte, qualitative Lösungsansätze auf Basis verschiedener Handlungsoptionen ausarbeiten.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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: 50 h Eigenstudium: 100 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Bruhn, M. (2019), Kommunikationspolitik: Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen, 9. Auflage, München. Diller, H., Fürst, A., Ivens, B. (2011), Grundprinzipien des Marketing, 3. Auflage, Nürnberg. Homburg, Ch. (2020), Marketingmanagement: Strategie Instrumente Umsetzung Unternehmensführung, 7. Auflage, Wiesbaden. Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M., Eisenbeiß, M. (2019), Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 13. Auflage, Wiesbaden. Schweiger, G., Schrattenecker, G. (2021), Werbung, 10. erw. Auflage, Konstanz.

1	Modulbezeichnung 56780	Business ethics and corporate social responsibility (Sustainability management, business ethics and corporate social responsibility)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Business Ethics and Corporate Social Responsibility (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Markus Beckmann	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	Inhalt	This course combines the perspectives of the ethics of competitive markets, business ethics, and corporate social responsibility. First, we address how social and environmental objectives are met at the macro-level. Here, we place particular emphasis on national and supranational governance structures. In a second step, we take on the perspective of the individual firm by raising the question as to if and to what extent firms need to incorporate moral issues into their value creation processes. Against this background, corporate social responsibility may serve as a means of implementing these moral issues. Thus, we take a closer look at CSR, its origins, development, and tools.
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
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	elektronische Prüfung mit MultipleChoice (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	elektronische Prüfung mit MultipleChoice (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 53286	Economics of climate change (ECC) (keine englischsprachige Modulbezeichnung hinterlegt!)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Economics of Climate Change (ECC) Exercise (2 SWS) Vorlesung: Economics of Climate Change (ECC) Lecture (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 Simon Mehl	
5	Inhalt	<p>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:</p> <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	<p>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.</p> <p>Students who successfully participate in this module can:</p> <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	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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 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. Richard Reichel Prof. Dr. Matthias Wrede	

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 Vorzüge 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
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (90 Minuten) Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (50%) Präsentation (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 (Empirical environmental economics)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Empirical Environmental Economics (2 SWS)	3 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	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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 57127	Nachhaltigkeitskommunikation (Sustainability communication)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Nachhaltigkeitskommunikation (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Reimar Zeh	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Adrian Meier Prof. Dr. Reimar Zeh
5	Inhalt	<p>Nachhaltigkeit bezieht sich auf die zukunftsichere 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 einzuordnen 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	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
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. Rhomborg, & 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. Kümpel, A. S.,</p> <p>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 52592	Quantitative methods in energy market modelling (Quantitative methods in energy market modelling)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: MA Quantitative Methods in Energy Market Modelling (3 SWS)	-
3	Lehrende	Prof. Dr. Karl Gregor Zöttl Beate Bäuml	

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;4

9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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: 30 h Eigenstudium: 120 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 52990	Seminar energy markets (Seminar energy markets)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Seminar Energy Markets (4 SWS) Seminar: Seminar Energy Markets (4 SWS) Seminar: Seminar Energy Markets (4 SWS)	- - -
3	Lehrende	Prof. Dr. Karl Gregor Zöttl Prof. Dr. Veronika Grimm	

4	Modulverantwortliche/r	Beate Bäuml Prof. Dr. Veronika Grimm Prof. Dr. Karl Gregor Zöttl
5	Inhalt	<p>It is the purpose of the seminar to deepen the understanding of the economic interaction of the players and institutions in liberalized energy markets.</p> <p>The participants learn and develop the tools for an autonomous economic 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>In cooperation with experts from the industry, students are also confronted with the practitioners perspective which requires a more detailed application of the economic concepts employed.</p> <p>The course aims at students in the field of economics /business as well as students in the fields of engineering and mathematics. In the final workshop, all Students present and mutually discuss their results together with practitioners from the industry. The ability to communicate 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 seminar.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • learn fundamental concepts and models which allow to analyze the economic interaction at energy markets, • Learn to autonomously apply those methods, • Conceptualize coherent analysis of current policy discussion of how to design energy markets, • In close exchange with a practitioner from industry, learn to apply in meaningful way the conceptual analysis and discussions to real world problems. • Develop their presentation skills.
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 energy markets is helpful but not required.</p>
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3

9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation mündlich Seminararbeit
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (30%) mündlich (20%) Seminararbeit (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	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 55511	Seminar zum Genossenschaftswesen (Seminar on cooperatives)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Seminar zum Genossenschaftswesen (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Richard Reichel	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	Inhalt	<p>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.</p>
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 - 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

		<ul style="list-style-type: none"> • in klarer und eindeutiger Weise die gewonnenen Erkenntnisse sprachlich und visuell zu vermitteln sowie überzeugend zu präsentieren • 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	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
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	Deutsch
16	Literaturhinweise	Kursspezifische Literatur

1	Modulbezeichnung 55860	Seminar zur Wirtschaftssoziologie (Sociology of economics)	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. Martin Abraham Prof. Dr. Tobias Wolbring	
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung zentraler Theorien, Methoden und Themenfelder der Wirtschaftssoziologie • Eigenständige Erarbeitung von Themenfeldern, Forschungsfragen und Forschungsdesigns 	
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • haben vertiefte Kenntnisse über den Zusammenhang zwischen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und wirtschaftlichen Prozessen • besitzen umfassende Kompetenz, Forschungsfragen in diesem Bereich anhand von Literatur und Daten eigenständig zu analysieren • erwerben vertiefte Kompetenz zur kritischen Beurteilung von politischen Programmen und Maßnahmen im Bereich der Wirtschaft • verfügen über vertiefte Kenntnisse zur Beurteilung und Anwendung von Strategien zur Steuerung von Organisationen im Wirtschaftsprozess 	
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine	
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2	
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222	
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Hausarbeit Referat	
11	Berechnung der Modulnote	Hausarbeit (100%) Referat (0%)	
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	Portes, Alejandro (2010) Economic Sociology. A systematic inquiry. Princeton, NJ: Princeton University Press. Smelser, Neil, and Richard Swedberg (Eds.). 2005. The Handbook of Economic Sociology. Second Edition. New York: Russell Sage Foundation.	

1	Modulbezeichnung 52130	Sustainability management and corporate functions (Sustainability management and corporate functions)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Advanced Sustainability Management and Corporate Functions (2 SWS) Übung: Advanced Sustainability Management and Corporate Functions (2 SWS)	5 ECTS 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;5
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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 54630	Ungleichheit in modernen Gesellschaften (Inequality in modern society)	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. Martin Abraham Prof. Dr. Tobias Wolbring	
5	Inhalt	<p>Im Rahmen dieses Moduls werden die Ursachen, Folgen und Dynamiken sozialer Ungleichheit in modernen Gesellschaften thematisiert. Im Mittelpunkt stehen</p> <p>a) Theorien der Ungleichheitsentstehung und der Ungleichheitsfolgen</p> <p>b) empirische Analysen der Ungleichheit</p> <p>c) (sozial-)politische Konsequenzen</p>	
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Aufbauend auf grundlegenden Kenntnissen der Soziologie und der Sozialstrukturanalyse besitzen die Studierenden nach Beendigung des Kurses</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Fähigkeit zur fortgeschrittenen theoretischen Analyse ungleichheitsrelevanter Themen und Prozesse, • die Kompetenz, fortgeschrittene empirische Analysen nachzuvollziehen und zu kritisieren, • die Fähigkeit, praktische Konsequenzen aus wissenschaftlichen Analysen in verschiedenen Feldern zu ziehen, <p>die Fähigkeit, diese Kompetenzen auf andere Bereiche anzuwenden.</p>	
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Grundkenntnisse der soziologischen Theorie, der Regressionsanalyse sowie der Sozialstrukturanalyse	
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2	
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222	
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	DiPrete, T. A., & Eirich, G. M. (2006). Cumulative advantage as a mechanism for inequality: A review of theoretical and empirical developments. <i>Annu. Rev. Sociol.</i> , 32, 271-297. Neckerman, K. M., & Torche, F. (2007): Inequality: Causes and consequences. <i>Annu. Rev. Sociol.</i> , 33
----	--------------------------	---

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

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: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Projekt-/Praktikumsbericht
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (50%) Projekt-/Praktikumsbericht (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	None

1	Modulbezeichnung 52320	Angewandte Methoden: Ausgewählte Methoden der Sozialforschung (Applied methods: Selected social research methods)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Methoden II: Angewandte Methoden der Sozialforschung (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende		

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Martin Abraham
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> Die Veranstaltung bietet eine Vertiefung eines ausgewählten Methodenbereichs im Hinblick auf die spezifischen Erfordernisse des Projektseminars
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> erwerben vertiefte Kenntnisse über einen spezifischen Methodenbereich wie z.B. spezifische Formen der Datenerhebung, Experimente oder spezifische Modelle der Datenauswertung erwerben fortgeschrittene Kompetenzen, eigenständig Forschungs- und Praxisprobleme mit diesen Methoden zu analysieren erwerben umfassendes und spezialisiertes Wissen zu dem neuesten Erkenntnisstand von fortgeschrittenen Analysemethoden
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungs- und Auswertungsmethoden; Modul Quantitative Methoden I
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Angewandte Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	mündlich
11	Berechnung der Modulnote	mündlich (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	Deutsch
16	Literaturhinweise	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 52330	Angewandte Methoden: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung (Applied methods: Empirical communication research)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Methodenseminar: Kurzzeit-Längsschnittdesigns und Mehrebenenanalyse (begleitend zu KoWi Projektseminar) (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Christoph Adrian Prof. Dr. Adrian Meier	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Adrian Meier Prof. Dr. Reimar Zeh
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung einer oder mehrerer ausgewählter Methoden der Kommunikationswissenschaft • Anwendung und kritische Reflektion der Methoden
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erlernen vertieftes und spezialisiertes Wissen über ausgewählte Methoden der empirischen Kommunikationsforschung • können die Methoden beschreiben und erläutern • analysieren selbstständig kommunikationswissenschaftliche Forschungsfragen anhand qualitativer oder quantitativer Methoden • wenden die Methoden praktisch und selbstständig an • entwickeln durch Diskussionen mit Mitstudierenden bzw. Fachvertretern die Fähigkeit, an aktuellen fachwissenschaftlichen und forschungsrelevanten Debatten teilzunehmen, um Probleme und Lösungen im Bereich der kommunikationswissenschaftlichen Forschung zu erörtern • erhalten methodische Kompetenzen für Berufsfelder und der Forschung im kommunikationswissenschaftlichen Bereich.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Angewandte Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Referat Projekt-/Praktikumsbericht
11	Berechnung der Modulnote	Referat (0%) Projekt-/Praktikumsbericht (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 oder Englisch
16	Literaturhinweise	keine Literaturhinweise hinterlegt!

1	Modulbezeichnung 52340	Angewandte Methoden: Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie (Applied methods: Methods in business and organizational psychology)	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. Klaus Moser	
5	Inhalt	<p>a. Vertiefende Behandlung von Forschungsdesigns und vornehmlich multivariaten statistischen Analyseverfahren unter besonderer Berücksichtigung fachspezifischer Anwendungen und Probleme (z.B. moderierte Regression, Meta-Analyse).</p> <p>b. Die Inhalte werden durch verschiedene Lehrmethoden, wie etwa Dozentin bzw. Dozent-/ Studierendenvorträge, Übungen am PC etc. vermittelt.</p>	
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden verstehen die Forschungsmethoden anwendungsbezogener Fachartikel, und können diese bewerten und kritisch hinterfragen. Sie sind in der Lage, selbständig anspruchsvolle Untersuchungen zu planen, durchzuführen und auszuwerten. Sie können sich zudem eigenständig in weitere Analyseverfahren einarbeiten.	
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungs- und Auswertungsmethoden; Präsentationstechniken, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte; Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.	
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2	
9	Verwendbarkeit des Moduls	Wahlmodul: Angewandte Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222	
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten) sonst	
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%) sonst (0%)	
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 bekannt gegeben	

1	Modulbezeichnung 57340	Bayesian econometrics (Bayesian econometrics)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Bayesian Econometrics (Lecture/ Excercise Session) (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Hector Perico Ortiz Prof. Dr. Jonas Dovern	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Jonas Dovern
5	Inhalt	Basics of Bayesian statistics; Bayesian estimation of linear regression models with various priors; Bayesian estimation of models for limited dependent variables; Bayesian VAR models; forecasting with Bayesian models; Bayesian estimation of macroeconomic DSGE models; posterior simulation techniques (Monte Carlo integration, importance sampling, Gibbs sampler, Metropolis-Hastings algorithm); implementation of methods in R
6	Lernziele und Kompetenzen	Ability to explain the differences between Bayesian and frequentist econometrics; ability to derive posterior parameter distributions for different priors for a range of empirical models; ability to investigate how sensitive results are with respect to prior choices; ability to interpret results of Bayesian analyses in academic research papers; skills to implement Bayesian estimations of the covered models in R
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Basic knowledge in statistics Courses: Applied econometrics and Mathematics for economists
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	mündlich (20 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	mündlich (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
16	Literaturhinweise	Koop, G. (2003), Bayesian Econometrics, Wiley, West Sussex. Del Negro, M. and F. Schorfheide (2011), Bayesian Macroeconomics, in: Geweke, J., G. Koop, and H. van Dijk (eds.), The Oxford Handbook of Bayesian Econometrics, p.293389, Oxford University Press, Oxford. Kilian, L. and H. Lütkepohl (2017), Structural Vector Autoregressive Analysis, Cambridge University Press, Cambridge.

1	Modulbezeichnung 57465	Data Analytics for Information Systems (DAIS) (Data analytics for information systems (DAIS))	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. Verena Tiefenbeck	
5	Inhalt	<p>This course provides a hands-on introduction to master the essentials of data analytics and machine learning using R.</p> <p>The growing ubiquity of information systems both in organizational and private consumer contexts increasingly makes large data streams available in various domains. As part of the digital transformation, knowing how to handle these data sets, how to analyze and to interpret them, becomes a more and more important skillset in companies, policymaking and in academic research.</p> <p>The course builds on real-world data sets from information systems in the realm of consumer behavior, in particular in the resource consumption context. Based on hands-on examples and practical challenges, we cover fundamental data analytics methods using the software environment R.</p> <p>The course starts with basic concepts from descriptive and inferential statistics that will be needed in the following course units, followed by an introduction to the statistics software R and R Studio. Students will be introduced to experimental design to distinguish between correlation and causation and to critically evaluate the validity and reliability of results. In the following, a large share of the course is dedicated to regression analysis, clustering, and different classification techniques. Students will apply these methods to data sets from concrete real-world challenges. The course closes with a discussion of relevant privacy regulations and also highlights social concerns and ethical aspects.</p> <p>In the second half of the semester, students have the possibility to earn bonus points in a course project (self-study), by applying the skills and methods covered in the lecture and exercise sessions in the analysis a large real-world dataset.</p>	
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>course, students will acquire</p> <ul style="list-style-type: none"> • an introduction (or refresher) to fundamental concepts in statistics needed for various quantitative methods in data analytics • skills to design and use information systems to collect behavioral data • skills to formulate hypotheses and to perform and explain the corresponding statistical tests 	

		<ul style="list-style-type: none"> • skills to formulate, solve, and interpret linear and logistic regression analyses • skills to conduct clustering analyses • skills to set up, train, and evaluate machine learning algorithms, including K-means, regression, and support vector machines • programming skills in the statistics software R that allow you to efficiently perform the related tasks <p>a solid understanding of the ethical issues when dealing with personal data and of the privacy regulations to follow</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	An introductory part that covers essential concepts from statistics and an introduction to R is part of the course. However, a basic level of familiarity with some programming languages prior to the course is strongly recommended.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nicht in diesem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 50 h Eigenstudium: 100 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Will be announced in class

1	Modulbezeichnung 57150	Data science (Data science)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Data Science (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Benedikt Mangold	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	Inhalt	<p>Das Modul thematisiert essenzielle Methodiken, die der klassischen statistischen und ökonometrischen Datenanalysen üblicherweise vorgeschaltet sind. Diese Methodiken umfassen</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Akquise von Daten, • das Überprüfen der Daten auf Sinnhaftigkeit bzw. der Umgang mit fehlenden Datenpunkten, • eine deskriptive und graphische Voranalyse der Daten <p>Weiterhin werden die grundlegenden Konzepte des Maschinellen Lernens erläutert und anhand einfacher Beispiele illustriert. Alle o.g. Methodiken werden in der Programmiersprache Python umgesetzt.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden bekommen einen Einblick in die Prozesse die notwendig sind um einen Datensatz anzufertigen, welcher dann Startpunkt für weitere statistische und ökonometrische Datenanalysen sein kann. Dafür werden die zu den einzelnen Prozessschritten gehörigen Problemstellungen aufgezeigt, diskutiert und Lösungsansätze am Rechner nachvollzogen. Anschließend sind Studierende in der Lage, Datensätze (z. B. aus frei verfügbaren Datenquellen) zu erstellen, aufzubereiten, zu interpretieren und zu bewerten. Dieses Können ermächtigt Studierende, sich eigene Datensätze abzuleiten, mit deren Hilfe Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher und beruflicher Probleme entwickeln werden können.</p> <p>Die Studierenden verfügen über ein grundlegendes Verständnis der Programmiersprache Python</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Python Grundlagen (Python 3); Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende des Master in Marketing vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;3;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	<p>Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222</p> <p>Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222</p> <p>Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222</p>
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	<p>Präsenzzeit: 25 h</p> <p>Eigenstudium: 50 h</p>

14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	https://wiki.python.org/moin/BeginnersGuide/NonProgrammers

1	Modulbezeichnung 57125	Data Science: Foundations, tools and applications in Socio-economics and Marketing (keine englischsprachige Modulbezeichnung hinterlegt!)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Data Science: Foundations, Tools, Applications in Socio-Economics and Marketing (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Tobias Wolbring	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	Inhalt	The lecture provides an overview over foundations, tools and applications of data science in the areas of socio-economics and marketing. Different types of data sources and general tools how to analyze them will be discussed. Furthermore, exemplary studies applying those kinds of data and analysis tools for a variety of topics will be discussed in the lecture.
6	Lernziele und Kompetenzen	The students will <ul style="list-style-type: none"> • gain an overview over the foundations and tools of data science • broaden their understanding of the potentials and pitfalls of these tools • advance their critical thinking about empirical evidence • learn to connect theoretical considerations and empirical analyses • apply the tools to specific research questions
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Firm knowledge of regression analysis, in particular linear regression, is recommended.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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: 30h h Eigenstudium: 90h h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Salganik, Matthew J. (2017): Bit by Bit: Social Research in the Digital Age. Princeton University Press.

1	Modulbezeichnung 57045	Development of deep vision systems (Development of deep vision systems)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Development of Deep Vision Systems (5 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Patrick Zschech Prof. Dr. Mathias Kraus	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Mathias Kraus Prof. Dr. Patrick Zschech
5	Inhalt	<p>Computer vision systems try to mimic human capabilities of visual perception to support time-consuming and labor-intensive tasks like the recognition, localization, and tracking of critical objects. Nowadays, such systems increasingly rely on methods and tools from the field of machine learning to automatically extract useful information from images that can be utilized for decision support and business automation purposes.</p> <p>This course provides the necessary fundamentals for the development of modern vision systems based on machine learning. The particular focus is on deep neural networks and their capabilities of automated feature learning. More specifically, we consider different types of network architectures, look at the steps of image labelling and data preparation, discuss crucial hyperparameters and evaluation criteria, and review other related aspects, such as 3D vision, hybrid intelligence, and explainable artificial intelligence.</p> <p>The course has a strong practical focus. At the beginning of the semester, all fundamentals are provided in lecture sessions and hands-on exercises. Afterwards, students are encouraged to work (in groups) on real projects to apply the methods and concepts learned during the teaching sessions. The results are presented and discussed at the end of the semester.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • understand the challenges for developing vision-based systems, • understand the basic principles of machine learning and deep neural networks in the realm of image processing, • explain the general pipeline of computer vision systems based on deep neural networks, • know about state-of-the-art techniques at the intersection of computer vision and machine learning, • apply technologies for automated image processing in a practical setting, • compare and evaluate different system configurations, • work in groups and present their results together, • develop skills in collaborative interaction with peers.

7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Basic knowledge in data analysis techniques, predictive modeling principles, statistics, and machine learning as taught, for example, in the Bachelor course Business Analytics: Technologien, Methoden und Konzepte. Basic programming skills, preferably in Python.</p> <p>The number of participants is limited. Please see website for details on the application process.</p>
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	<p>Präsentation</p> <p>Projekt-/Praktikumsbericht</p>
11	Berechnung der Modulnote	<p>Präsentation (20%)</p> <p>Projekt-/Praktikumsbericht (80%)</p>
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	<p>Präsenzzeit: 75 h</p> <p>Eigenstudium: 75 h</p>
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	All relevant material will be provided during the course.

1	Modulbezeichnung 57126	Digital behavioral data (Digital behavioral data)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Digital behavioral data (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Christoph Adrian	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Adrian Meier
5	Inhalt	<p>In this seminar, students will be introduced to working with digital behavioral data (DBD). DBD refers to digital traces of human behavior that are knowingly or unknowingly left in online environments (e.g., social media, messengers, entertainment media, or digital collaboration tools). These rich data are increasingly available to social scientific research in the public interest but can also be used to derive strategic insights for business decisions. Students will learn how to work with DBD alongside the entire research process, from data collection, preprocessing and analysis, to reporting and provision (e.g., via open science tools).</p> <p>Students will first get a comprehensive overview of the ways in which DBD can be collected (e.g., APIs, usage logging, mock-up virtual environments, or data donations), as well as the requirements for data protection, research ethics, and data quality. Afterwards, students will practice and apply their newly gained knowledge in small projects on use cases from media and communication research. In doing so, they learn about key computational methods via which large digital behavioral datasets (e.g., texts, images, usage behavior logs) can be processed and analyzed. By completing this module, participants will get an up-to-date overview and practical insights into how to harness the potential of observational data traces to better understand media users' behavior in digital environments.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Students will</p> <ul style="list-style-type: none"> • overview and understand central opportunities of DBD and accompanying challenges for data collection and preprocessing • evaluate the strengths and weaknesses of different ways of collecting DBD • get to know and understand central requirements for data protection, research ethics, and data quality • get to know and overview key computational social science methods to analyze DBD • practice and apply knowledge on DBD, statistics, and data analysis in small projects of their own
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Interest in social scientific perspectives on media, communication, and digital technologies.</p> <p>Basic knowledge of working with statistical software such as Stata, R, Python, or SPSS is required.</p> <p>Students are recommended, but not required, to also visit the lecture Data Science: Foundations, Tools, Applications in Socio-Economics and Marketing.</p>

		Registration takes place via StudOn.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Portfolio
11	Berechnung der Modulnote	Portfolio (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 oder Englisch
16	Literaturhinweise	<ul style="list-style-type: none"> • Engel, U., Quan-Haase, A., Liu, S. X., & Lyberg, L. (Eds.). (2022). Handbook of computational social science: Theory, case studies and ethics (Vol. 1). Routledge. • Engel, U., Quan-Haase, A., Liu, S. X., & Lyberg, L. (2022). Handbook of computational social science: Data science, statistical modelling, and machine learning methods (Vol. 2). Routledge. • GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften. (2022). Digitale Verhaltensdaten. https://www.gesis.org/institut/digitale-verhaltensdaten • Salganik, M. J. (2019). Bit by bit: Social research in the digital age. Princeton University Press. • van Atteveldt, W., Trilling, D., & Arcila Calderón, C. (2022). Computational analysis of communication: A practical introduction to the analysis of texts, networks, and images with code examples in Python and R. Wiley Blackwell.

1	Modulbezeichnung 57320	Foundations of linked data (Foundations of linked data)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Foundations of Linked Data (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Andreas Harth	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Andreas Harth
5	Inhalt	<p>The Linked Data principles provide a unified interface to data and software systems based on web architecture. Linked Data is increasingly popular in scenarios where data and systems from multiple providers have to be integrated, both in an enterprise setting and on open data from the web.</p> <p>The module covers foundational techniques to access, process and integrate data, both from a theoretical and a practical perspective, and provides a coherent treatment of protocols and languages specified by the World Wide Web Consortium. The module combines techniques from different areas, such as databases and artificial intelligence, adapted for use in a decentralised setting on the web.</p> <p>The overarching topic is to facilitate data integration on the basis of resource-oriented modelling, knowledge representation, hyperlinks and state transfer between user agents and servers.</p> <p>The module sets out with a history of hypertext systems, followed from an introduction to web architecture and knowledge representation, including algorithms for query evaluation and deductive reasoning. The module closes with a user agents for querying integrated data from sources attainable through the web.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>You will learn how to describe data in a way that facilitates integrated access.</p> <p>You will be able to write queries that access large amounts of data within a unified logical framework.</p> <p>You will be able to apply the technologies and techniques around Linked Data to support data integration in an enterprise setting and on the web, and therefore have the necessary skills for a broad variety of data science applications.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Students should have a basic understanding of how the internet and the web work. Some knowledge of relational databases is beneficial.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	All relevant material will be provided during the lecture. The following books give an overview of the topics of the lecture: Tim Berners-Lee. Weaving the Web. Harper, 1999 Tom Heath, Christian Bizer. Linked Data: Evolving the Web into a Global Data Space. Morgan & Claypool, 2011. Dean Allemang. Semantic Web for the Working Ontologist: Effective Modeling in RDFS and OWL. Morgan Kaufmann, 2008. For a brief motivation read tyfair.com/news/2018/07/the-man-who-created-the-world-wide-web-has-some-regrets

1	Modulbezeichnung 53231	Mathematics for economists (Mathematics for economists)	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. Alexander Martin
5	Inhalt	The main focus of this lecture is on vector spaces, eigenvalues, quadratic forms, analysis of n variables including Taylor derivatives, finite difference and differential equation as well as optimization.
6	Lernziele und Kompetenzen	The aim of this module is to practice common mathematical techniques, which are required for advanced courses in Economics.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Basic knowledge as known from school and typical math courses given within Bachelor programs on Economics, see for instance Sydsætter, Knut und Hammond, Peter (2008), Essential Mathematics for Economics Analysis, Prentice Hall, or the Bachelor chapters in Mosler, Karl, Rainer Dyckerhoff und Christoph Scheicher (2009), Mathematische Methoden für Ökonomen, Springer-Verlag (in German).
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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	Englisch
16	Literaturhinweise	Sydsætter, Knut und Hammond, Peter (2008), Further Mathematics for Economics Analysis, Prentice Hall; Mosler, Karl; Dyckerhoff, Rainer und Scheicher, Christoph (2009), Mathematische Methoden für Ökonomen, Springer Verlag (in German).

1	Modulbezeichnung 53313	Multivariate Time Series Analysis (Multivariate time series analysis)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Multivariate Time Series Analysis (2 SWS) Übung: Multivariate Time Series Analysis, Exercise Session (2 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Monika Doll Lena Müller	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Jonas Dovern
5	Inhalt	Brief repetition of concepts of univariate time series analysis; stationary vector autoregressive (VAR) processes: basics, estimation, lag order selection, specification testing, forecasting; structural VAR models: various methods for identifying macroeconomic shocks; non-stationary/integrated processes: spurious correlation vs. cointegration, error correction models; multivariate GARCH models.
6	Lernziele und Kompetenzen	Ability to independently analyze multivariate stationary time series using vector autoregressive processes; ability to explain the problems of identifying structural macroeconomic shocks and ability to estimate and interpret SVAR models; ability to test for spurious correlations between integrated time series and ability to specify and estimate models for cointegrated time series; ability to explain and estimate basic multivariate GARCH models; skills for using existing functions in R for time series analysis and for developing proprietary functions for analyzing multivariate time series in R.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Proficiency in univariate time series analysis and basic concepts of econometrics
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
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: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Lütkepohl, H. (2005), New Introduction to Multiple Time Series Analysis, Springer. Kilian, L. and H. Lütkepohl (2017), Structural Vector Autoregressive Analysis (Themes in Modern Econometrics), Cambridge University Press, Cambridge. Tsay, R.S. (2005), Analysis of Financial Time Series, 2nd edition, Wiley. (alternatively 3rd edition from 2010). Verbeek, M. (2008), A Guide to Modern Econometrics, 3rd edition, Wiley.

1	Modulbezeichnung 56080	Praxisseminar (Practical seminar)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Praxisseminar: Praxisseminar "Data Visualization in Tableau" (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Andrea Pescher	

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: 2;3;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminararbeit+Vortrag
11	Berechnung der Modulnote	Seminararbeit+Vortrag (100%)
12	Turnus des Angebots	Unregelmäßig
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	keine Literaturhinweise hinterlegt!

1	Modulbezeichnung 57176	Semiparametric methods in econometrics and applications (Semiparametric methods in econometrics and applications)	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. Bernd Fitzenberger	
5	Inhalt	This course presents nonparametric and semiparametric regression techniques which are part of the tool set of modern microeconomic methods and applications. The course covers saturated OLS regression, kernel density estimation, nonparametric regression, partially linear models, semiparametric selection models, inverse probability weighting, penalized regression models as well as parametric and nonparametric quantile regression as basic tools. These methods are used for cross-section data and longitudinal data. Students will familiarize themselves with applying the methods based on selected applications in economic research papers.	
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Students</p> <ul style="list-style-type: none"> • learn how to learn to think of regression as modelling conditional expectations and features of conditional distribution • learn how that there is a bias and variance trade-off between choosing a flexible regression specification and obtaining precise estimates in light of the curse-of-dimensionality • learn that flexible regression methods require the choice of tuning parameters and how to use statistical approaches to choose the tuning parameters • learn how semiparametric methods are applied in real world econometric studies 	
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Master level Einführung in die Ökonometrie (Introduction into econometrics) (mandatory) and a further course (recommended) in microeconometrics such as Panel and Evaluation Methods or Mikroökometrie und Maschinelles Lernen.	
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3	
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222	
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: 30 h Eigenstudium: 120 h	
14	Dauer des Moduls	1 Semester	

15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Pagan, A. and A. Ullah (1999): Nonparametric Econometrics, Cambridge University Press. Wooldridge, J. M. (2010): Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data. 2nd edition, Cambridge, MA: MIT Press.

1	Modulbezeichnung 55960	Spatial economics (Spatial economics)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: MA V Spatial Economics (2 SWS) Übung: MA Üb Spatial Economics (2 SWS)	5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Matthias Wrede Luisa Schneider	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Matthias Wrede
5	Inhalt	Urban Economics, Trade, Mobility, and Agglomeration, Spatial Concentration, Regional Policy
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>At the end of this course,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Students are able to describe and to internationally compare the regional patterns of major economic activities in terms of stylized facts. • Students are able to present, interpret, and discuss selected theories in regional and urban economics. • Students are able to apply and assess selected empirical methods in spatial economics. • Students are able to assess empirical tests of selected hypotheses from theories in regional and urban economics to evaluate and critically examine their informative value. • Students are able to discuss and evaluate regional political implications of selected economic theories in regional and urban economics. • Students will assess, evaluate and discuss selected recent research papers in English.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Microeconomics, Econometrics I
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (20%) Klausur (80%)
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	Brakman, S., H. Garretsen und C. van Marrewijk (2020). An Introduction to Geographical and Urban Economics. Cambridge University Press. Cambridge, UK, 3. Ed.