

Masterstudiengang

Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I

Modulhandbuch –
Wintersemester 2022/2023

www.wiso.fau.de/wirtschaftspadaogik

**Mehr
wissen**



Modulhandbuch
für den
Masterstudiengang
Wirtschaftspädagogik
Studienrichtung I

Abkürzungsverzeichnis

ECTS	European Credit Transfer and Accumulation System
h	Stunden
HS	Hauptseminar
K	Kolloquium
P	Praktikum
S	Seminar
SoSe	Sommersemester
SWS	Semesterwochenstunden
T	Tutorium
Ü	Übung
V	Vorlesung
WiWi	Wirtschaftswissenschaften
WiSe	Wintersemester

I. Studienpläne und Übersichten

Studienplan für Studienrichtung I mit Studienbeginn ab WS 2018/19	V
Studien- und Prüfungsverwaltung im neuen campo-Portal	VI
Hinweis zu Art und Umfang von Prüfungsleistungen	VII
Übersicht Studienrichtung I: Fachwissenschaftlicher Pflichtbereich	VIII
Übersicht Studienrichtung I: Fachwissenschaftlicher Wahlbereich	IX
Modulangebot.....	1

Der Masterstudiengang im Überblick

Studienplan für Studienrichtung I mit Studienbeginn ab WS 2018/19

Master in Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I (Studienverlauf Vollzeit)		Semester			
		1	2	3	4
	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS
Berufs- und wirtschaftspädagogischer Pflichtbereich	40				
Berufs- und wirtschaftspädagogische Didaktik	20	10	10		
Diversität, Sprache und Inklusion als Herausforderung der beruflichen Aus- und Weiterbildung (Ersatzmodul für Grund- und Erstausbildung)	5	5			
Empirische Forschung in der Berufs- und Wirtschaftspädagogik	5		5		
Wirtschaftspädagogisches Wahlmodul	5			5	
Schulpraktische Studien II	5			5	
Fachwissenschaftlicher Pflichtbereich, es sind 6 Module zu wählen *	30	15	5	10	
Change management	5				
Technology and innovation management	5				
Konzernrechnungslegung	5				
Controlling of business systems	5				
Business strategy	5				
Business ethics and corporate social responsibility	5				
Fachwissenschaftlicher Wahlbereich: Vertiefung aus 6 Wahlbereichen	30		10	10	10
1 Block wählbar aus den fachwissenschaftlichen Blöcken der Wirtschaftspädagogik					
Block 1: Management im Gesundheitssektor					
Block 2: Management industrieller Unternehmen					
Block 3: Dienstleistungsmanagement					
Block 4: Marketingmanagement					
Block 5: Finance, Auditing, Controlling, Taxation					
Block 6: Arbeitsmarkt und Personal					
Masterarbeit	20				
Masterarbeit	20				20
ECTS	120	30	30	30	30

* Der Prüfungsausschuss kann weitere Pflichtwahlmodule genehmigen, die im Modulhandbuch veröffentlicht werden. Stand 31.08.2018. Ohne Gewähr. Änderungen vorbehalten. Die aktuelle Übersicht ist Teil der Prüfungsordnung, die hier zu finden ist: www.wiso.fau.de/pruefungsordnung

Studien- und Prüfungsverwaltung im neuen campo-Portal

Die beiden Systeme UnivIS und mein campus wurden im Sommersemester 2022 abgeschaltet. Die Prüfungs- und Veranstaltungsverwaltung findet nun über das neue System [campo](#) statt. Das campo-Portal umfasst die Verwaltung der Studierendendaten, der Lehrveranstaltungen, der Prüfungen und Notenverbuchung, der Module sowie der Räume bis hin zur Organisation der Bewerbungen, Zulassungen und Einschreibungen.

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.

oder

<https://www.fau.de/2022/09/news/studium/die-neue-stundenplanerstellung-auf-campo/>

Hinweis zu Art und Umfang von Prüfungsleistungen

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

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

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

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

Übersicht Studienrichtung I: Fachwissenschaftlicher Pflichtbereich

Studienrichtung I: Fachwissenschaftlicher Pflichtbereich → zu wählen sind 6 Module aus dem Angebot		
Nur die hier angegebenen Module sind wählbar!		
MIM-53422	Produktions- und Supply Chain-Management	5 ECTS
MIM-53410	Business strategy	5 ECTS
FACT-54251	Konzernrechnungslegung	5 ECTS
FACT-53430	Controlling of business systems	5 ECTS
MIM-53460	Change management	5 ECTS
A&P-53000	Arbeitsmarktökonomie	5 ECTS
Sozök-55701	Grundlagen der Organisationspsychologie	5 ECTS
MIM-53450	Technology and innovation management	5 ECTS
MIM-52553	Organizational creativity	5 ECTS
MIM-53640	Industrielles Management	5 ECTS
MIM-56780	Business ethics and corporate social responsibility	5 ECTS
Wipäd-56760	Auslandsmodul I	5 ECTS
Wipäd-56770	Auslandsmodul II	5 ECTS
MIM-52130	Sustainability management & corporate functions	5 ECTS
FACT-53770	Finanz- und Bankmanagement (für Studienrichtung I mit Wahlblock 3 nur innerhalb des Wahlblocks belegbar und nicht im fachwissenschaftlichen Pflichtbereich)	5 ECTS
MIM-57453	Branchen- und themenspezifisches Nachhaltigkeitsmanagement	5 ECTS
Wipäd-54580	Anerkennungsmodul VWL	5 ECTS
MIM-55231	Design Thinking und Produktdesign (falls nicht schon im Wahlbereich der Studienrichtung I gewählt)	5 ECTS
MIM-54730	Strategic intellectual property management	5 ECTS
MIM-57175	Blockchain applications for business	5 ECTS
FACT-54290	Kapitalmarktorientierte Unternehmenssteuerung (für Studienrichtung I mit Wahlblock 5 nur innerhalb des Wahlblocks belegbar und nicht im fachwissenschaftlichen Pflichtbereich)	5 ECTS
FACT-56270	Financial engineering and structured finance	5 ECTS

MSE-52290	International finance	5 ECTS
MARK-57471	Digital Marketing	5 ECTS

Übersicht Studienrichtung I: Fachwissenschaftlicher Wahlbereich

>> Ein Block wählbar aus den fachwissenschaftlichen Blöcken

1	Block 1: Management im Gesundheitssektor (Wahl von 6 Modulen aus folgendem Angebot)		30 ECTS
2	Modul MiGG-53521	Kostenträger I	5 ECTS
	Modul MiGG-52770	Kostenträger II	5 ECTS
	Modul MiGG-53531	Pharmamanagement I	5 ECTS
	Modul MiGG-52780	Pharmamanagement II	5 ECTS
	Modul MiGG-53541	Krankenhausmanagement I	5 ECTS
	Modul MiGG-53551	Ambulantes Management I	5 ECTS
	Modul MiGG-52810	Ambulantes Management II	5 ECTS
	Modul MiGG-56231	Versorgungsmanagement I	5 ECTS
	Modul MiGG-53561	Medizin	5 ECTS
	Modul MiGG-56790	Gesundheitsökonomie I	5 ECTS
	Modul MiGG-52153	The supply of medical services	5 ECTS

1	Block 2: Management industrieller Unternehmen (30 ECTS wählbar aus Folgenden Modulen; Achtung: Der „praxisorientierte Wahlbereich“ kann nur einmal gewählt werden)		30 ECTS
2	Modul MIM-53640	Industrielles Management	5 ECTS
	Modul MARK-54171	Advanced marketing management V	5 ECTS
	Modul MIM-53650	Global operations strategy	5 ECTS
	Modul MIM-52553	Organizational creativity	5 ECTS
	Modul MIM-52500	Das Industrieseminar	5 ECTS
	Modul MIM-57490	Das Innovationsseminar	5 ECTS
	Modul (Wahl eines Moduls)	Praxisorientierter Wahlbereich: Management industrieller Unternehmen	5 ECTS
	MIM-55511 MIM-55521	Seminar zum Genossenschaftswesen Praxisseminar mit Prof. Dr. Heinrich v. Pierer	
	Modul MIM-56220	Strategic Supply Management	5 ECTS
	Modul MIM-52761	Strategische Vorschau in Theorie und Praxis	5 ECTS
	Modul MIM-52610	Strategisches Innovationsmanagement	5 ECTS
	Modul MIM-55231	Design Thinking und Produktdesign	5 ECTS
	Modul MIM-57420	Profiting from Ideas and Inventions – An Introduction to Intellectual Property Rights	5 ECTS
	Modul MIM-57174	Technology-based service innovation	5 ECTS
	Modul MIM-57387	AI & Data in Business and Management	5 ECTS

1	Block 3: Dienstleistungsmanagement		30 ECTS
2	Modul FACT 56270	Financial engineering and structured finance	5 ECTS
	Modul MIM- 57420	Profiting from Ideas and Inventions – An Introduction to Intellectual Property Rights	5 ECTS
	Modul FACT-53770	Finanz- und Bankmanagement	5 ECTS
	Modul MARK-58072	Advanced marketing management I: Service Marketing	5 ECTS
	Modul IIS-57241	Service innovation	5 ECTS
	Modul MIM-53763	Supply chain management research seminar	5 ECTS

1	Block 4: Marketingmanagement (Wahl von 30 ECTS aus Folgendem Angebot)		30 ECTS
2	Modul MARK-54011	Principles of marketing I	5 ECTS
	Modul MARK-54262	Principles of marketing II	5 ECTS
	Modul MARK-54270	Vertriebs- und Kommunikationsmanagement	5 ECTS
	Modul MARK-58072	Advanced marketing management I: Service Marketing	5 ECTS
	Modul MARK-58081	Advanced marketing management VII: Kundenmanagement	5 ECTS
	Modul MARK-54162	Advanced marketing management IV	5 ECTS
	Modul Sozök-54850	Media systems: Structures and processes (Achtung: Teilnehmerzahl begrenzt, Studierende, die das Modul als Pflichtmodul haben, haben Vorrang)	5 ECTS
	Modul Sozök-54100	Strategic communication (Achtung: Teilnehmerzahl begrenzt, Studierende, die das Modul als Pflichtmodul haben, haben Vorrang)	5 ECTS
	Modul MARK-54120	Interdisziplinäres Seminar	5 ECTS
	Modul MARK-56080	Praxisseminar	5 ECTS
	Modul MARK-53162	Personal selling	5 ECTS
	Modul MARK-53165	Consumer relationship marketing	5 ECTS
	Modul MARK-57471	Digital Marketing	5 ECTS

1	Block 5: Finance, Auditing, Controlling, Taxation (Wahl von 30 ECTS aus Folgendem Angebot)		30 ECTS
2	Modul FACT-54300	Steuerliche Gewinnermittlung	5 ECTS
	Modul FACT-53800	Sonderbilanzen und Sonderprüfungen	5 ECTS
	Modul FACT-54321	Controlling and reporting	5 ECTS
	Modul FACT-54290	Kapitalmarktorientierte Unternehmenssteuerung	5 ECTS
	Modul FACT-55540	Hauptseminar Auditing	5 ECTS
	Modul FACT-56460	Unternehmenssteuerrecht	5 ECTS
	Modul FACT-56470	Versicherungs- und Risikotheorie	5 ECTS
	Modul FACT-53700	Corporate investment controlling	5 ECTS
	Modul FACT-55605	Hauptseminar Betriebswirtschaftliche Steuerlehre	5 ECTS

	Modul FACT-55615	Steuerwirkung und Steuerplanung	5 ECTS
	Modul FACT-53965	Steuerbilanzen	5 ECTS

1	Block 6: Arbeitsmarkt und Personal (Wahl von 6 Modulen aus Folgendem Angebot)		30 ECTS
2	Modul A&P-53010	Arbeitsmarktsoziologie	5 ECTS
	Modul MIM-53030	Personalmanagement	5 ECTS
	Modul A&P-53000	Arbeitsmarktökonomie (falls noch nicht im Pflichtbereich gewählt!)	5 ECTS
	Modul MSE-53071	Personnel economics	5 ECTS
	Modul A&P-55890	Einführung in das Arbeitsrecht für Masterstudierende	5 ECTS
	Modul A&P-53082	Ökonomie der Sozialpolitik	5 ECTS
	Modul Sozök-55922	Arbeitsmarkt und Haushalt	5 ECTS
	Modul Sozök-53021	Personalpsychologie	5 ECTS
	Modul Sozök-56900	Die psychologische Bedeutung von Arbeit	5 ECTS
	Modul Sozök-55701	Grundlagen der Organisationspsychologie (falls noch nicht im Pflichtbereich gewählt!)	5 ECTS
	Modul A&P-52520	Ringvorlesung Personalmanagement	5 ECTS
	Modul A&P-56512	Bedürfnisse von Arbeitnehmer*innen - das Beispiel Diversity	5 ECTS
	Modul Sozök-54650	Performance Management in Teams	5 ECTS
	Modul IIS-57086	Electronic human resources management	5 ECTS



Friedrich-Alexander-Universität
Erlangen-Nürnberg

Modulhandbuch

für den Studiengang

Master of Science

Wirtschaftspädagogik

(Prüfungsordnungsversion: 2009)

Inhaltsverzeichnis

Berufs- und wirtschaftspädagogischer Pflichtbereich.....	
Berufs- und wirtschaftspädagogische Didaktik (BWD) I.....	5
Berufs- und wirtschaftspädagogische Didaktik (BWD) II.....	7
Berufs- und wirtschaftspädagogischer Wahlbereich.....	9
Diversität, Sprache und Inklusion als Herausforderung der beruflichen Aus- und Weiterbildung.....	12
Empirische Forschung in der Berufs- und Wirtschaftspädagogik.....	14
Schulpraktische Studien II.....	16
Fachwissenschaftlicher Pflichtbereich.....	
Anerkennungsmodul VWL.....	19
Auslandsmodul I.....	20
Auslandsmodul II.....	21
Blockchain applications for business.....	22
Branchen- und themenspezifisches Nachhaltigkeitsmanagement.....	24
Business ethics and corporate social responsibility.....	26
Business strategy.....	27
Change management.....	28
Controlling of business systems.....	30
International finance.....	31
Konzernrechnungslegung.....	32
Produktions- und Supply Chain Management.....	34
Sustainability management and corporate functions.....	36
Technology and innovation management.....	38
Block 1: Management im Gesundheitssektor.....	
Ambulantes Management I.....	41
Ambulantes Management II.....	43
Gesundheitsökonomie I.....	45
Kostenträger I.....	46
Kostenträger II.....	47
Krankenhausmanagement I.....	48
Medizin.....	49
Pharmamanagement I.....	50
Pharmamanagement II.....	51
Planspiel: Krankenhausmanagement.....	52
The supply of medical services.....	53
Versorgungsmanagement I.....	54
Block 2: Management industrieller Unternehmen.....	
Advanced marketing management V.....	56
AI and Data in Business and Management.....	57
Das Industrieseminar.....	58
Das Innovationsseminar.....	59
Design thinking und Produktdesign.....	60
Global operations strategy.....	62
Industrielles Management.....	64
Organizational creativity.....	65
Praxisseminar mit Prof. Dr. Heinrich v. Pierer.....	67
Seminar zum Genossenschaftswesen.....	68
Strategic supply management.....	70
Strategisches Innovationsmanagement.....	71
Strategische Vorausschau in Theorie und Praxis.....	72

Technology-based service innovation.....	74
Block 3: Dienstleistungsmanagement.....	
Financial engineering and structured finance.....	77
Finanz- und Bankmanagement.....	79
Profiting from ideas and inventions - an introduction to intellectual property rights.....	81
Service innovation.....	83
Supply chain management research seminar.....	85
Block 4: Marketingmanagement.....	
Advanced marketing management I: Service Marketing.....	87
Advanced marketing management IV.....	89
Advanced marketing management VII.....	90
Consumer relationship marketing.....	91
Digital Marketing.....	92
Interdisziplinäres Seminar.....	94
Media systems: Structures and processes.....	95
Personal selling.....	96
Praxisseminar.....	98
Principles of marketing I.....	99
Principles of marketing II.....	100
Social media marketing.....	102
Strategic communication.....	103
Vertriebs- und Kommunikationsmanagement.....	104
Block 5: Finance, Auditing, Controlling, Taxation.....	
Controlling and reporting.....	107
Corporate Investment Controlling.....	108
Hauptseminar Auditing.....	109
Hauptseminar Betriebswirtschaftliche Steuerlehre.....	110
Kapitalmarktorientierte Unternehmenssteuerung.....	111
Sonderbilanzen und Sonderprüfungen.....	113
Steuerbilanzen.....	115
Steuerliche Gewinnermittlung.....	116
Steuerwirkung und Steuerplanung.....	117
Unternehmenssteuerrecht.....	118
Versicherungs- und Risikotheorie.....	119
Block 6: Arbeitsmarkt und Personal.....	
Arbeitsmarktökonomie.....	122
Arbeitsmarktsoziologie.....	124
Arbeitsmarkt und Haushalt.....	125
Bedürfnisse von Arbeitnehmer*innen - das Beispiel Diversity.....	126
Die psychologische Bedeutung von Arbeit.....	127
Einführung in das Arbeitsrecht für Masterstudierende.....	129
Electronic human resources management.....	130
Grundlagen der Organisationspsychologie.....	132
Ökonomie der Sozialpolitik.....	134
Performance management in teams.....	135
Personalmanagement.....	137
Personalpsychologie.....	139
Personnel economics.....	140
Ringvorlesung Personalmanagement.....	141
Masterarbeit (M.Sc. Wirtschaftspädagogik SR1 2009).....	142

Berufs- und wirtschaftspädagogischer Pflichtbereich

1	Modulbezeichnung 54203	Berufs- und wirtschaftspädagogische Didaktik (BWD) I (Teaching methodology of vocational and economic education (BWD) I)	10 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Berufs- und wirtschaftspädagogische Didaktik I Präsenz Uni (1 SWS) Praxisseminar: Universitätsschule WD I (4 SWS)	5 ECTS 5 ECTS
3	Lehrende	Johannes Seitle	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Karl Wilbers
5	Inhalt	<p>Universitätsschule/Blended-Learning-Design:</p> <p>Mentorierte Veranstaltungen an vier Universitätsschulen werden kombiniert mit Selbststudium und Präsenzblockveranstaltungen an der Universität sowie weiteren curricularen Elementen.</p> <p>a) Entwicklung und Bewertung einer didaktischen Grundidee für berufs- und wirtschaftspädagogische Settings</p> <p>b) Didaktische Grobplanung von berufs- und wirtschaftspädagogischen Settings</p> <p>c) Didaktische Feinplanung von berufs- und wirtschaftspädagogischen Settings</p> <p>d) Evaluation und Revision von berufs- und wirtschaftspädagogischen Settings</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <p>a) entwickeln und bewerten didaktische Grundideen für berufs- und wirtschaftspädagogische Settings in der Mentoringgruppe der Universitätsschule</p> <p>b) planen berufs- und wirtschaftspädagogische Settings in der Mentoringgruppe der Universitätsschule</p> <p>c) evaluieren und revidieren berufs- und wirtschaftspädagogische Settings in der Mentoringgruppe der Universitätsschule</p> <p>d) präsentieren Problemlösungen vor Mitstudierenden im Seminar</p> <p>e) bewerten von Mitstudierenden vorgebrachte Problemlösungen und geben ein angemessenes Feedback im Seminar</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Bachelor</p> <p>a) Grundlagen der Wirtschafts- und Betriebspädagogik (GWB)</p> <p>b) Schulpraktische Studien (SPS)</p>

8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Berufs- und wirtschaftspädagogischer Pflichtbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009 Berufs- und wirtschaftspädagogischer Pflichtbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten) Hausarbeit
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (50%) Hausarbeit (50%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 75 h Eigenstudium: 225 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 54204	Berufs- und wirtschaftspädagogische Didaktik (BWD) II (Teaching methodology of vocational and economic education (BWD) II)	10 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Berufs- und Wirtschaftspädagogische Didaktik II - Präsenztermine (1 SWS) Praxisseminar: Universitätsschule WD II (4 SWS)	5 ECTS 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Karl Wilbers Johannes Seitle	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Karl Wilbers
5	Inhalt	<p>Universitätsschule/Blended-Learning-Design:</p> <p>Mentorierte Veranstaltungen an vier Universitätsschulen werden kombiniert mit Selbststudium und Präsenzblockveranstaltungen an der Universität sowie weiteren curricularen Elementen.</p> <p>a) Entwicklung und Bewertung einer didaktischen Grundidee für berufs- und wirtschaftspädagogische Settings</p> <p>b) Didaktische Grobplanung von berufs- und wirtschaftspädagogischen Settings</p> <p>c) Didaktische Feinplanung von berufs- und wirtschaftspädagogischen Settings</p> <p>d) Evaluation und Revision von berufs- und wirtschaftspädagogischen Settings</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <p>a) entwickeln und bewerten didaktische Grundideen für berufs- und wirtschaftspädagogische Settings in der Mentoringgruppe der Universitätsschule</p> <p>b) planen berufs- und wirtschaftspädagogische Settings in der Mentoringgruppe der Universitätsschule</p> <p>c) evaluieren und revidieren berufs- und wirtschaftspädagogische Settings in der Mentoringgruppe der Universitätsschule</p> <p>d) präsentieren Problemlösungen vor Mitstudierenden im Seminar</p> <p>e) bewerten von Mitstudierenden vorgebrachte Problemlösungen und geben ein angemessenes Feedback im Seminar</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Bachelor</p> <p>a) Grundlagen der Wirtschafts- und Betriebspädagogik (GWB)</p> <p>b) Schulpraktische Studien (SPS)</p>

8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Berufs- und wirtschaftspädagogischer Pflichtbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009 Berufs- und wirtschaftspädagogischer Pflichtbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten) Hausarbeit
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (50%) Hausarbeit (50%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 75 h Eigenstudium: 225 h
14	Dauer des Moduls	2 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

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) Seminar: Wahlseminar A2 Do Lernsituationen gestalten (2 SWS) Seminar: Wahlseminar C - Personalentwicklung (2 SWS)	5 ECTS 5 ECTS - 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Nicole Kimmelman Prof. Dr. Karl Wilbers	

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

		<p>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: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	<p>Berufs- und wirtschaftspädagogischer Pflichtbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009</p> <p>Berufs- und wirtschaftspädagogischer Pflichtbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009</p>
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	<p>Präsenzzeit: 30 h</p> <p>Eigenstudium: 120 h</p>
14	Dauer des Moduls	1 Semester

15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	siehe Ankündigungen und Downloads zu den Seminaren

1	Modulbezeichnung 54212	Diversität, Sprache und Inklusion als Herausforderung der beruflichen Aus- und Weiterbildung (keine englischsprachige Modulbezeichnung hinterlegt!)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Diversität, Sprache und Inklusion als Herausforderung für die berufliche Aus- und Weiterbildung (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Nicole Kimmelman	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Nicole Kimmelman
5	Inhalt	keine Inhaltsbeschreibung hinterlegt!
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erkennen die Relevanz von Diversität, Sprache und Inklusion für die Planung und Gestaltung von Bildungskonzepten bzw. -prozessen • Können anhand von Problemstellungen relevante Planungsaspekte mit Blick auf Diversität, Sprache und Inklusion herausfiltern und definieren relevante theoretische Bezugspunkte für die Problemstellung • Können Schulen/Betriebe/Bildungseinrichtungen bzw. ihre Strukturen und Prozesse hinsichtlich der Berücksichtigung von Diversität, Sprache und Inklusion bewerten • Können Konzepte für die berufliche Aus- und Weiterbildung planen, welche auf die Faktoren Diversität, Sprache und Inklusion im Besonderen eingehen • Entwickeln bildungsdidaktische und -strategische Positionen zum Umgang mit Diversität, Sprache und Inklusion in der beruflichen Aus- und Weiterbildung • Setzen sich mit ihrer eigenen Haltung mit Blick auf Diversität, Mehrsprachigkeit und Inklusion selbstkritisch auseinander • Können die bildungspolitische Relevanz von Diversität, Sprache und Inklusion einschätzen
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Berufs- und wirtschaftspädagogischer Pflichtbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009 Berufs- und wirtschaftspädagogischer Pflichtbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur 60 Minuten Präsentation Die Prüfungsleistung setzt sich jeweils zu 50 % aus Klausur und Präsentation zusammen.
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (50%) Präsentation (50%) Die Modulnote wird zu jeweils 50% aus der Klausur und der Präsentation ermittelt.
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	keine Literaturhinweise hinterlegt!

1	Modulbezeichnung 54221	Empirische Forschung in der Berufs- und Wirtschaftspädagogik (Empirical research in vocational and economic education)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Seminar Empirische Forschung qualitativ (1 SWS) Seminar: EF-Werkstatt (1 SWS) Übung: Seminar Empirische Forschung quantitativ (1 SWS)	- - -
3	Lehrende	Dr. Angela Hahn Prof. Dr. Karl Wilbers	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Karl Wilbers
5	Inhalt	<p>Im Rahmen der beiden Seminare werden die Prozessschritte qualitativer und quantitativer Forschung theoretisch grundgelegt und exemplarisch angewendet.</p> <p>Die Seminare bereiten auf die Umsetzung eines eigenen Forschungsprojekts vor (Werkstattbereich). Das Forschungsprojekt soll insbesondere in Anbindung an die Mentorengruppen der Universitätsschule (BWD) durchgeführt werden. Für Studierende, die das Modul BWD nicht zeitgleich belegen, wird eine alternative Möglichkeit zur Umsetzung des Forschungsprojekts angeboten. Im geblockten Werkstattseminar erfolgt eine Zwischenpräsentation des Forschungsprojekts.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <p>a) entwickeln eine Idee für die empirische Forschung in der Berufs- und Wirtschaftspädagogik</p> <p>b) entwickeln und entfalten Forschungsfrage und Forschungsstand in der Berufs- und Wirtschaftspädagogik</p> <p>c) bereiten empirische Forschung in der Berufs- und Wirtschaftspädagogik vor und designen diese</p> <p>d) erheben Daten und werten diese aus</p> <p>e) reflektieren ihr Vorgehen bei der Datenerhebung und Datenauswertung in der berufs- und wirtschaftspädagogischen Forschung und ihr Reporting gegenüber Stakeholdern.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Bachelor:</p> <p>Grundlagen der Wirtschafts- und Betriebspädagogik (GWB)</p>
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Berufs- und wirtschaftspädagogischer Pflichtbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009

		Berufs- und wirtschaftspädagogischer Pflichtbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Hausarbeit
11	Berechnung der Modulnote	Hausarbeit (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 35 h Eigenstudium: 115 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	keine Literaturhinweise hinterlegt!

1	Modulbezeichnung 54241	Schulpraktische Studien II (School practice studies II)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Einführung in das Schulpraktikum (1 SWS) Praktikum: Schulpraktikum II (2 SWS)	- -
3	Lehrende	Dr. Angela Hahn	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Karl Wilbers
5	Inhalt	<p>Variante a)</p> <p>Ü:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ein allgemeiner Termin für alle Teilnehmer zur Klärung der Organisation (Hahn) • zusätzliche Termine aufgeteilt auf 5 Lehrbeauftragte: Einführung in die speziellen Anforderungen des Praktikums aus der Sicht schulischer Experten <p>Praktikum:</p> <p>25 Stunden Hospitation und 3 eigene Unterrichtsversuche oder</p> <p>20 Stunden Hospitation und 4 eigene Unterrichtsversuche oder</p> <p>15 Stunden Hospitation und 5 eigene Unterrichtsversuche</p> <p>Variante b)</p> <p>Ü:</p> <p>Im Begleitseminar werden spezifische Probleme und eigene Erfahrungen der Beschulung in Flüchtlingsklassen ausgetauscht und gemeinsam Lösungsmöglichkeiten auf der Basis theoretischer Reflexion entwickelt.</p> <p>Praxis: Es wird ein Aushilfsvertrag mit einer Schule zur Beschulung von Flüchtlingsklassen geschlossen. Die Stunden werden vergütet. Zur Anrechnung als Schulpraktikum müssen mind. 15 Unterrichtsstunden unterrichtet werden.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden sollen</p> <ul style="list-style-type: none"> • fremden Unterricht analysieren und reflektieren • Unterricht selbständig planen, durchführen und reflektieren <p>zusätzlich zu b)</p> <ul style="list-style-type: none"> • die speziellen Bedingungen des Unterrichtens in Flüchtlingsklassen erfassen und in der didaktischen Reflexion des eigenen Unterrichts berücksichtigen

7	Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>a) Anmeldung erforderlich siehe www.wirtschaftspaedagogik.de</p> <p>Einhaltung der terminlichen Vorgaben erforderlich siehe Merkblatt Schulpraktikum/Master</p> <p>b) Es muss ein Aushilfsvertrag mit einer Schule zur Beschulung von Flüchtlingsklassen vorliegen oder in Aussicht stehen, damit das Begleitseminar besucht werden kann.</p>
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	<p>Berufs- und wirtschaftspädagogischer Pflichtbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009</p> <p>Berufs- und wirtschaftspädagogischer Pflichtbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009</p>
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Hausarbeit
11	Berechnung der Modulnote	Hausarbeit (100%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	<p>Präsenzzeit: 15 h</p> <p>Eigenstudium: 135 h</p>
14	Dauer des Moduls	2 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	keine Literaturhinweise hinterlegt!

Fachwissenschaftlicher Pflichtbereich

1	Modulbezeichnung 54580	Anerkennungsmodul VWL (Economics accreditation module)	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. Karl Wilbers
5	Inhalt	Volkswirtschaftliches Modul auf Masterniveau, das an anderen deutschen Hochschulen erworben wurde.
6	Lernziele und Kompetenzen	Lernziele gemäß der Modulbeschreibung der anderen deutschen Hochschule aus dem Bereich Volkswirtschaftslehre. Die Passung des Moduls wird durch die Studiengangskoordination Frau Dr. A. Hahn festgestellt.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Fachwissenschaftlicher Pflichtbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009 Fachwissenschaftlicher Wahlbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Variabel
11	Berechnung der Modulnote	Variabel (100%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
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	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	keine Literaturhinweise hinterlegt!

1	Modulbezeichnung 56760	Auslandsmodul I (Study abroad module I)	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. Karl Wilbers
5	Inhalt	Betriebswirtschaftliche Module auf Masterniveau (Vor dem Auslandsaufenthalt müssen die vom Studierenden ausgewählten ausländischen Module mit Dr. Schalek abgestimmt und ein Learning-Agreement abgeschlossen werden.)
6	Lernziele und Kompetenzen	Lernziele gemäß der Modulbeschreibung der ausländischen Universität
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Fachwissenschaftlicher Pflichtbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009 Fachwissenschaftlicher Wahlbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Hausarbeit
11	Berechnung der Modulnote	Hausarbeit (100%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
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	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	keine Literaturhinweise hinterlegt!

1	Modulbezeichnung 56770	Auslandsmodul II (Study abroad module II)	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. Karl Wilbers	
5	Inhalt	Betriebswirtschaftliche Module auf Masterniveau (Vor dem Auslandsaufenthalt müssen die vom Studierenden ausgewählten ausländischen Module mit Dr. Schalek abgestimmt und ein Learning-Agreement abgeschlossen werden.)	
6	Lernziele und Kompetenzen	Lernziele gemäß der Modulbeschreibung der ausländischen Universität	
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	keine	
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3	
9	Verwendbarkeit des Moduls	Fachwissenschaftlicher Pflichtbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009 Fachwissenschaftlicher Wahlbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009	
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Hausarbeit	
11	Berechnung der Modulnote	Hausarbeit (100%)	
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester	
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	1 Semester	
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch	
16	Literaturhinweise	keine Literaturhinweise hinterlegt!	

1	Modulbezeichnung 57175	Blockchain applications for business (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	Evi Hartmann	
5	Inhalt	<p>Der Kurs Blockchain applications for business ist ein Online-Kurs, der im Curriculum der virtuellen Hochschule Bayern (vhb) angeboten werden. Daher wird dieser Kurs ausschließlich online betreut. Lediglich für die Absolvierung der Prüfungen ist Anwesenheit notwendig.</p> <p>Zusätzliche Informationen und alles Weitere zur Anmeldung finden sich auf der Homepage der vhb: https://www.vhb.org/startseite/</p> <p>Das Hauptaugenmerk des Kurses liegt darauf, Blockchain-Technologie und deren Anwendung aus einer weniger technischen und mehr an der betriebswirtschaftlichen/ökonomischen Praxis ausgerichteten Perspektive zu beleuchten. Dabei werden die folgenden Themenblöcke inhaltlich behandelt:</p> <p>A. Foundations of blockchain technology and applications</p> <p>B. The value proposition of blockchain technology</p> <p>C. Blockchain applications in different areas of business</p> <p>D. Blockchain from a legal, ethical, societal and ecological perspective</p>	
6	Lernziele und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> Studierende werden ein grundsätzliches Verständnis der theoretischen Funktionsweise von Blockchain-Technologie und deren Anwendung in unterschiedlichen betriebswirtschaftlichen Szenarien entwickeln Studierende werden analysieren und identifizieren 	
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Englischkenntnisse	
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1	
9	Verwendbarkeit des Moduls	Fachwissenschaftlicher Pflichtbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009 Fachwissenschaftlicher Wahlbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009	
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur	
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	Englisch
16	Literaturhinweise	Wird angekündigt. Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-marketing/

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;1;5
9	Verwendbarkeit des Moduls	Fachwissenschaftlicher Pflichtbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009 Fachwissenschaftlicher Wahlbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009
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 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	Fachwissenschaftlicher Pflichtbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009 Fachwissenschaftlicher Wahlbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009
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 53410	Business strategy (Business strategy)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Cases zu Business Strategy (1 SWS) Vorlesung mit Übung: Business Strategy (2 SWS)	- 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Sebastian Junge	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harald Hungenberg Prof. Dr. Sebastian Junge
5	Inhalt	<p>This course focuses on selected theories, concepts, and tools of strategic management. It is concerned with formulation and implementation of strategies, focusing on the business level of strategy. At business level, customer value and competitive advantage are the central issues. In this context, the digital transformation triggers digital business models, such as platform strategies or other related disruptive innovations. Therefore, the digital transformation is a central focus of this course.</p> <p>The course uses a combination of lectures, discussions and case studies in order to provide the analytic and conceptual foundations for making strategic decisions at business level.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	By the end of the course, students can appreciate the need for a comprehensive approach to strategy making and they are aware of top management's role in setting the direction of a company. Students develop knowledge of theories, concepts and tools of business strategy and they develop an understanding of the application of concepts and tools to real life cases.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	None
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Fachwissenschaftlicher Pflichtbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009 Fachwissenschaftlicher Wahlbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen, 8th Ed., Wiesbaden 2014 Dess, G., McNamara, G., Eisner, A.: Strategic management, 10th Ed., Maidenhead 2020

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	Fachwissenschaftlicher Pflichtbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009 Fachwissenschaftlicher Wahlbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009
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 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: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Fachwissenschaftlicher Pflichtbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009 Fachwissenschaftlicher Wahlbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009
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 52290	International finance (International finance)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: International Finance (2 SWS) Übung: Übung zu International Finance (2 SWS)	5 ECTS -
3	Lehrende	Prof. Dr. Christian Merkl Dr. Benjamin Lochner Kristina Saveska	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christian Merkl
5	Inhalt	This course covers a wide range of topics (e.g., exchange rates and exchange rate regimes, national accounts and capital flows, international financial system, international banking and central banking). Basic economic concepts will be provided as a background. Statistics and empirical results will be shown to understand the validity of these concepts. Recent real life examples/case studies will be used to analyze the implications for policy makers, international organisations and business.
6	Lernziele und Kompetenzen	Students <ul style="list-style-type: none"> understand and apply basic concepts of exchange rate determination and their validity. learn about driving forces of capital flows. analyze how international (central) banking and the international financial system work. apply their knowledge in a presentation (either in case study style or in a small quantitative project).
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Macroeconomics (Bachelor)
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Fachwissenschaftlicher Pflichtbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009 Fachwissenschaftlicher Wahlbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009
10	Studien- und Prüfungsleistungen	schriftlich/mündlich (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	schriftlich/mündlich (100%) The grade can be improved up to 0.7 units with a voluntary presentation during the winter term. This requires the written exam to be graded no worse than 4.0.
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	Englisch
16	Literaturhinweise	Presentation slides and relevant literature will be provided

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: 1

9	Verwendbarkeit des Moduls	Fachwissenschaftlicher Pflichtbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009 Fachwissenschaftlicher Wahlbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009
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 53422	Produktions- und Supply Chain Management (Production and supply chain management)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Übung Produktions- & Supply Chain Management (2 SWS) Tutorium: Stud. Tutorium: Produktions- und Supply Chain Management (1 SWS) Vorlesung: Produktions- & Supply Chain Management (2 SWS)	- - 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann Christopher Münch Christoph Küffner	

4	Modulverantwortliche/r	Evi Hartmann Christopher Münch
5	Inhalt	Unternehmerisches Handeln mit dem Ziel der Wertschöpfung vollzieht sich in Prozessen. Dieser Kurs macht mit den Grundlagen, Konzepten und Methoden des Produktions- und Supply Chain Managements vertraut. Der Kurs ist eine Kombination aus Vorlesungen und Diskussion von aktuellen Forschungsarbeiten im Rahmen von Übungen. Zusätzlich werden in den Übungen Berechnungen unterschiedlicher Vorlesungsschwerpunkte durchgeführt.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden beurteilen die Bedeutung von Prozessen im Unternehmen. Sie haben die Fähigkeit, Prozesse im Sinne der Wertschöpfung zielgerichtet zu gestalten. Die Studierenden verfügen über die Kernkompetenzen des Prozessmanagements entlang der kompletten Wertschöpfungskette und wenden diese Kompetenzen in praxisrelevanten Übungen an.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Fachwissenschaftlicher Pflichtbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009 Fachwissenschaftlicher Wahlbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur mit MultipleChoice (90 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur mit MultipleChoice (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester

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

1	Modulbezeichnung 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;1;5
9	Verwendbarkeit des Moduls	<p>Fachwissenschaftlicher Pflichtbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009</p> <p>Fachwissenschaftlicher Wahlbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009</p>
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 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	Fachwissenschaftlicher Pflichtbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009

		Fachwissenschaftlicher Wahlbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009
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.

Block 1: Management im Gesundheitssektor

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

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	Inhalt	Die Veranstaltung beschäftigt sich mit der ambulanten Versorgung in Deutschland, wobei der Schwerpunkt auf der vertragsärztlichen Versorgung liegt. Konkret geht es hierbei beispielsweise um die beteiligten Akteure und deren Aufgaben, die verschiedenen Organisationsformen sowie um Fragen der Finanzierung und Vergütung. Die Beschäftigung mit den aktuellen Herausforderungen sowie den neuen Versorgungsformen (z. B. Besondere Versorgung, hausarztzentrierte Versorgung, usw.) bildet einen weiteren Themenkomplex.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erhalten einen detaillierten Einblick in die verschiedenen Facetten der ambulanten und integrierten Versorgung und können diese diskutieren und gegenüberstellen • können insbesondere die bestehenden Organisationsformen erläutern sowie die Entstehung neuer Versorgungsformen erklären und bewerten • verstehen die Finanzflüsse und die bestehenden Strukturen bzw. Institutionen im ambulanten Bereich und können diese hinterfragen
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 1: Management im Gesundheitssektor Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	<ul style="list-style-type: none"> • Busse, R., Schreyögg, J., Stargadt, T. (Hrsg.) Management im Gesundheitswesen, 4. Aufl. Berlin Heidelberg, 2017. • Weatherly, J.N., Seiler, R., Meyer-Lutterloh K., Schmid, E., Lägell, R., Amelung, V.E.: Leuchtturmprojekte Integrierter Versorgung und Medizinischer Versorgungszentren, Berlin, 2007. • Sozialgesetzbuch, insbesondere SGB V.

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• Amelung, V.E., Eble, S., Hildebrandt, H.: Innovatives Versorgungsmanagement, Berlin, 2011. |
|--|--|

1	Modulbezeichnung 52810	Ambulantes Management II (Outpatient management II)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Ambulantes Management II (3 SWS) Es besteht Anwesenheitspflicht.	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Oliver Schöffski Kristina Kast	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	Inhalt	Im Mittelpunkt der Veranstaltung Ambulantes Management II stehen aktuelle Themenfelder der ambulanten und integrierten Versorgung (z. B. neue Versorgungsformen, usw.), wobei der Schwerpunkt auf Problemfeldern bzw. aktuellen Versorgungsherausforderungen (z. B. Sicherstellung der Versorgung im ländlichen Bereich, usw.) liegt. Ein weiterer Schwerpunkt der Veranstaltung behandelt die Vermittlung relevanter methodischer Kenntnisse (Systematische Literaturrecherche/ Review, Metaanalyse, usw.). Die Veranstaltung ist als Mischung aus herkömmlichen (Frontalvortrag) und neueren Lehrformen (z. B. Gruppenarbeit) konzipiert. Die Veranstaltung weist einen interaktiven Charakter auf, Themenstellungen müssen selbstständig erarbeitet und die erzielten Ergebnisse präsentiert werden. Die vorgestellten Ergebnisse werden schließlich mit den Mitstudierenden diskutiert und die Studierenden geben ihren Kommiliton(inn)en wertschätzendes Feedback.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • verstehen und reflektieren die vermittelten Inhalte • können mit den erlernten Methoden umgehen und diese selbstständig auf Fragestellungen anwenden bzw. übertragen • können Literatur zu einem vorgegebenen Thema selbstständig erarbeiten und kritisch hinterfragen • können eine vorgegebene Themenstellung eigenständig bearbeiten und die Ergebnisse angemessen präsentieren • können von Studierenden vorgebrachte Ergebnisse angemessen bewerten und Feedback formulieren
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Pflichtveranstaltung Ambulantes Management I sollte vor diesem Modul belegt worden sein. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Die Anmeldung erfolgt per Mail an Lena.Jaegers@fau.de , der Anmeldezeitraum wird rechtzeitig bekannt gegeben.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 1: Management im Gesundheitssektor Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation Seminararbeit
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (30%) Seminararbeit (70%)
12	Turnus des Angebots	nur im Sommersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester

15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Keine

1	Modulbezeichnung 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: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 1: Management im Gesundheitssektor Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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 53521	Kostenträger I (Health insurance I: Statutory health insurance)	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. Oliver Schöffski	
5	Inhalt	Diese Veranstaltung ist als Einstiegsveranstaltung in das MiGG-Studium konzipiert. Neben einem Überblick über das gesamte Studienprogramm wird hier in erster Linie das Gesundheitssystem als Ganzes sowie die Gesetzliche Krankenversicherung (GKV) mit den Krankenkassen als Träger behandelt. Thematisiert werden beispielsweise der Versichertenkreis der GKV, der Leistungsumfang und die Finanzierung (Gesundheitsfonds, Morbi-RSA).	
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erwerben ein vertieftes Verständnis über das Zusammenspiel der für das Gesundheitswesen zentralen Akteure auf der Kostenträger- und der Leistungserbringerseite, • werden in die Lage versetzt, dieses Zusammenspiel eingehend zu analysieren, • antizipieren künftige Entwicklungen im Bereich der gesetzlichen Krankenversicherungen. 	
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine	
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2	
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 1: Management im Gesundheitssektor Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009	
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur mit MultipleChoice (60 Minuten)	
11	Berechnung der Modulnote	Klausur mit MultipleChoice (100%)	
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester	
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h	
14	Dauer des Moduls	1 Semester	
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch	
16	Literaturhinweise	<ul style="list-style-type: none"> • Lampert, H. / Althammer, J./ Sommer, M.: Lehrbuch der Sozialpolitik, 10. Aufl., Heidelberg, 2021. • Busse, R., Schreyögg, J., Stargadt, T. (Hrsg.): Management im Gesundheitswesen, 5. Aufl., Berlin 2022. • Sozialgesetzbuch, insbesondere SGB V 	

1	Modulbezeichnung 52770	Kostenträger II (Health insurance II: Private health insurance)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Kostenträger II (3 SWS) Es besteht Anwesenheitspflicht.	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Annett Bork	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	Inhalt	Neben der gesetzlichen Krankenversicherung (GKV) ist die private Krankenversicherung (PKV) ein relevanter Spieler im Bereich des Gesundheitswesens. Unterschiede beispielsweise in der Prämienkalkulation aber auch bei der Vergütung der Leistungserbringer assoziieren schnell mit dem Begriff Zwei-Klassen-Medizin. In diesem Modul wird sowohl institutionell die Struktur des PKV-Systems dargestellt als auch wichtige Prinzipien der PKV (z.B. zur Beitragskalkulation und zum vertraglichen Verhältnis zu den Versicherten) analysiert.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erwerben ein vertieftes Verständnis über das Verhältnis zwischen Versicherungsunternehmen (VU) und Versicherungsnehmer (VN) • werden in die Lage versetzt, Probleme und Lösungen im Bereich der PKV eingehend zu analysieren und mit Fachvertretern und Mitstudierenden zu diskutieren • erlernen die Grundlagen der Prämienkalkulation • antizipieren künftige Entwicklungen im Bereich der PKV
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Pflichtveranstaltung Kostenträger I sollte vor diesem Modul belegt worden sein. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Die Anmeldung erfolgt per Mail an Lena.Jaegers@fau.de , der Anmeldezeitraum wird rechtzeitig bekannt gegeben.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 1: Management im Gesundheitssektor Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur mit MultipleChoice (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur mit MultipleChoice (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Busse, R., Schreyögg, J., Stargadt, T. (Hrsg.) Management im Gesundheitswesen, 4. Aufl. Berlin Heidelberg, 2017 Koch, P., Privatversicherungsrecht, Beck-Texte im dtv, 24. Auflage, Münster, 2017

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

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	Inhalt	Gegenstand dieser Veranstaltung ist der stationäre Sektor im Gesundheitswesen. Krankenhäuser zu managen, ist angesichts ihrer hohen Komplexität eine besondere Herausforderung. Es werden Verfahren vermittelt, mit denen dies erfolgreich gelingen kann. Neben geeigneten Managementtechniken werden maßgeschneiderte Verfahren des mathematisch gestützten Operations Research behandelt.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • stellen den Krankenhaussektor als zentrales Element des Gesundheitswesens dar, • ordnen die beteiligten Interessens- und Betroffenengruppen, welche häufig gegenläufige Ziele haben, ein, • würdigen die Komplexität des Systems Krankenhaus auf der Grundlage von Fallstudien und Beispielen aus der realen Krankenhauswelt, • arbeiten eigene Lösungsvorschläge aus, stellen diese im Plenum vor und erhalten ein konstruktives Feedback dazu.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 1: Management im Gesundheitssektor Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur mit MultipleChoice (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur mit MultipleChoice (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Werden zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 53561	Medizin (Medicine)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Medizin (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	PD Dr. Matthias Brem	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	Inhalt	Medizinische Grundlagen für Wirtschaftsstudierende, insb. medizinische Terminologie, fachübergreifende interdisziplinäre Strukturen im Gesundheitswesen, Diagnostik (incl. Anamnese, Untersuchungstechniken, ärztliche Arbeitstechniken, Arthroskopie, Medizintechnik), Therapien in der Medizin (insb. operative und konservative Therapien, im speziellen in der Orthopädie und Sportmedizin, Notfallmedizin), ärztliche Berufskunde. Außerdem Überblick über volkswirtschaftlich und epidemiologisch wichtige Erkrankungen, Krankheitsbilder und Symptome, diagnostische und therapeutische Möglichkeiten mit praktischen Beispielen.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erlangen Kenntnisse über medizinische Grundlagen • erlangen ein interdisziplinäres Verständnis über die Bedarfe der verschiedenen Berufsgruppen • erlangen Wissen zu Methoden medizinischer Forschung, ethischen und rechtlichen Aspekten sowie zur Berufskunde
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 1: Management im Gesundheitssektor Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur mit MultipleChoice (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur mit MultipleChoice (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Modulbezeichnung 53531	Pharmamanagement I (Pharmamanagement I)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Pharmamanagement I: Pharmazeutische Industrie (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Dominik Blunck	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	Inhalt	In dieser Veranstaltung werden insbesondere die Akteure in der Arzneimittelversorgung sowie die verschiedenen Wertschöpfungsstufen der pharmazeutischen Industrie von den Arzneimittelherstellern, über den Großhandel hin zu den Apotheken thematisiert. Vertieft werden die Themenbereiche regulatorische Rahmenbedingungen, Geschäftsmodelle, strategische Fragestellungen sowie Forschung- und Entwicklung, Zulassung und Preisfindung (AMNOG-Prozess) von Arzneimitteln.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> erschließen die Komplexität der pharmazeutischen Branche und die Wechselwirkungen zwischen den Branchenakteuren analysieren klinische Studien und deren Bedeutung für die Vermarktung von Arzneimitteln vertiefen ihre Kenntnisse anhand aktueller Fallbeispiele, für die sie eigenständig Lösungen entwickeln
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 1: Management im Gesundheitssektor Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur mit MultipleChoice (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur mit MultipleChoice (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Schöffski, O. / Fricke, F. U. / Guminski, W. (Hrsg.): Pharmabetriebslehre, 2. Aufl., Berlin u. a., 2008. Fischer, D., Breitenbach, J. (Hrsg.): Die Pharmaindustrie, 4. Aufl., Berlin u.a., 2013 Busse, R., Schreyögg, J., Stargardt, T. (Hrsg.): Management im Gesundheitswesen, 4. Aufl., Berlin u.a., 2017

1	Modulbezeichnung 52780	Pharmamanagement II (Pharmamanagement II)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Pharmamanagement II (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Oliver Schöffski	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	Inhalt	Nachdem in Pharmamanagement I insbesondere die Akteure der Branche betrachtet wurden, erfolgt in diesem Modul die Fokussierung auf die Produkte in diesem Bereich, die Arzneimittel. Es erfolgt eine Klassifizierung von Arzneimitteln anhand verschiedener Kriterien und der Arzneimittelmarkt wird analysiert. Darüber hinaus wird die Preisbildung auf dem Arzneimittelmarkt thematisiert und es erfolgt eine ausführliche Analyse der Steuerungsinstrumente in diesem Bereich.
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erfahren den Arzneimittelbereich in seiner Komplexität • analysieren die Wirkungen von vorhandenen Steuerungsinstrumenten • antizipieren die Wirkungen von weiteren potenziellen Steuerungsinstrumenten • vertiefen ihre Kenntnisse anhand aktueller Fallbeispiele, für die sie eigenständig Lösungen entwickeln.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Pflichtveranstaltung Pharmamanagement I sollte vor diesem Modul belegt worden sein.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 1: Management im Gesundheitssektor Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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, O. / Fricke, F. U. / Guminski, W. (Hrsg.): Pharmabetriebslehre, 2. Aufl., Berlin u. a., 2008. Busse, R., Schreyögg, J., Stargadt, T. (Hrsg.) Management im Gesundheitswesen, 4. Aufl. Berlin Heidelberg, 2017

1	Modulbezeichnung 55501	Planspiel: Krankenhausmanagement (Business simulation: hospital management)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Zu diesem Modul sind keine Lehrveranstaltungen oder Lehrveranstaltungsgruppen hinterlegt! Für die Veranstaltung besteht Anwesenheitspflicht.	
3	Lehrende	Zu diesem Modul sind keine Lehrveranstaltungen und somit auch keine Lehrenden hinterlegt!	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	Inhalt	Ähnlich wie Piloten, die an einer Flugsimulatorschulung teilnehmen, trainieren Studierende in diesem Seminar Entscheidungen an einem Kliniksimulator. Zudem ist eine Hausarbeit zu einem aktuellen Krankenhausthema anzufertigen.
6	Lernziele und Kompetenzen	Ziel ist es, eine virtuelle Klinik erfolgreich zu leiten. Studierende entwickeln normative Ziele für ihre Krankenhäuser und stellen diese ebenso wie die erreichten Ergebnisse im Plenum und vor Fachvertretern vor. Die besondere Komplexität des Systems Krankenhaus wird live erfahren. Jedes Führungsteam aus drei Studierenden erarbeitet eigene Strategien zur Handhabung dieser Komplexität und setzt diese im Laufe der Entscheidungsrunden um. Das Verständnis für die Systemzusammenhänge wächst dabei ebenso wie die Kompetenz im Umgang mit Ungewissheit und Konkurrenz. Studierende erwerben insbesondere Kompetenzen im Hinblick auf die Vorbereitung und Durchsetzung von Teamentscheidungen in umfangreichen, vernetzten Systemen.
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Pflichtveranstaltung Krankenhausmanagement I muss vor diesem Modul belegt worden sein. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Die Anmeldung erfolgt per E-Mail an lena.jaegers@fau.de. Der Anmeldezeitraum wird rechtzeitig bekannt gegeben.
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 1: Management im Gesundheitssektor Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	

1	Modulbezeichnung 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
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 1: Management im Gesundheitssektor Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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 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: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 1: Management im Gesundheitssektor Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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.

Block 2: Management industrieller Unternehmen

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
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 2: Management industrieller Unternehmen Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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 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: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 2: Management industrieller Unternehmen Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	None

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: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 2: Management industrieller Unternehmen Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 2: Management industrieller Unternehmen Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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 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: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 2: Management industrieller Unternehmen Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009

		Fachwissenschaftlicher Wahlbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009
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 53651	Global operations strategy (Global operations strategy)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Global Operations Strategy (2 SWS)	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: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 2: Management industrieller Unternehmen Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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 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
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 2: Management industrieller Unternehmen Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009 Fachwissenschaftlicher Wahlbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009
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 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	Block 2: Management industrieller Unternehmen Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009 Fachwissenschaftlicher Wahlbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009
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 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 Dr. 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: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 2: Management industrieller Unternehmen Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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 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 <ul style="list-style-type: none"> - die geeigneten strategischen Analyseinstrumente und -methoden zur Bewältigung des konkreten Praxisproblems zu finden, diese zielführend anzuwenden sowie • Handlungsalternativen aufzuzeigen. <p>Durch die Zusammenarbeit im Team sind die Studierenden ferner in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • zielorientiert mit anderen zusammenzuarbeiten und vernetzt zu denken, • sich rational und verantwortungsbewusst mit Interessens- und Kommunikationskonflikten im Rahmen der Gruppenarbeit auseinanderzusetzen, aber auch mit Unterschieden in Denk- und Handlungsmustern umzugehen

		<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	Block 2: Management industrieller Unternehmen Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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 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)	- 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: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 2: Management industrieller Unternehmen Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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 Prof. 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: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 2: Management industrieller Unternehmen Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 2: Management industrieller Unternehmen Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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 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	Block 2: Management industrieller Unternehmen Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009	
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.

Block 3:

Dienstleistungsmanagement

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
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 3: Dienstleistungsmanagement Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009 Fachwissenschaftlicher Wahlbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009
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 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	Block 3: Dienstleistungsmanagement Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009 Fachwissenschaftlicher Wahlbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Klausur (60 Minuten)
11	Berechnung der Modulnote	Klausur (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
16	Literaturhinweise	Hartmann-Wendels, T. / Pfingsten, A. / Weber, M.: Bankbetriebslehre, Berlin u.a.

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

1	Modulbezeichnung 57420	Profiting from ideas and inventions - an introduction to intellectual property rights (Profiting from ideas and inventions - an introduction to intellectual property rights)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Profiting from Ideas and Inventions: An Introduction to Intellectual Property Rights (vhb) (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Peter Bican Carsten Guderian	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter Bican Annette Bilgram
5	Inhalt	<p>This course is an online course, which is included in the curriculum of the Virtuelle Hochschule Bayern (VHB). Hence, this course will be conducted online only. No physical attendance is required throughout the course.</p> <p>This course targets students who want to learn how to employ their ideas, inventions, and creativity successfully in the long run, independent of the (business) context. To profit from these, intellectual assets are critical. Thereby, intellectual property (IP) such as know-how, inventions, brands, patents, and trade secrets is oftentimes the largest proportion of a firms total wealth. Not only in technology and innovation management, IP rights can guide individuals and firms alike over the life-cycle of an offering and beyond. And yet, most firms do not proactively manage these assets.</p> <p>Moreover, knowing, understanding, and applying intellectual property is not limited to firms but crucial for each individual. Entrepreneurs, artists, and other creative people can benefit immensely from dealing with this topic, especially in navigating challenges from digitalization.</p> <p>Focusing on the fundamental basics, this introductory course gives an overview of the different types of IP after portraying their historic background. Theory and central key concepts will alternate with case examples from practice. Examples span a variety of fields and types. Besides insights into application of IP rights within the business context, thematic excursions will dive into areas of entrepreneurship, emerging markets, and the digital economy and their specific application of IP.</p> <p>The key learning of this course is to deepen the understanding of intellectual property rights and their great relevance throughout daily life and in todays business world. Making use of the advantages of an online course format, this course also includes a variety of interactive and game elements as well as videos to train and deepen the course contents.</p>
6	Lernziele und Kompetenzen	Students will:

		<ul style="list-style-type: none"> • Acquire a basic understanding of the different types of IPRs, their interplay, and differentiation. • Learn to understand and evaluate their practical application before and within different organizational, regional, and contextual backgrounds. • Familiarize with the functioning of intellectual property, its historic roots, and the role of intellectual property in society. • Apply their knowledge of intellectual property rights in case studies. • Analyze IP problems and cases, and apply decisions and recommendations. <p>Become familiar with the scientific literature about IPR in various (business) contexts.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	None
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 3: Dienstleistungsmanagement Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminararbeit Präsentation
11	Berechnung der Modulnote	Seminararbeit (50%) Präsentation (50%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Englisch
16	Literaturhinweise	<p>Bican, P.M., Guderian C.C., & Ringbeck A. (2017). Managing Knowledge in Open Innovation Processes: An Intellectual Property Perspective. <i>Journal of Knowledge Management</i>, 21 (6), 1384-1405. Brem, A. & Nylund, P. (2017). Open innovation and intellectual property rights: How do SMEs benefit from patents, industrial designs, trademarks and copyrights? <i>Management Decision</i>, 55 (6), 1285-1306. Brem, A. Nylund, P. & Schuster, G. (2016). Innovation and de facto standardization: The influence of dominant design on innovative performance, radical innovation, and process innovation. <i>Technovation</i>, 5051, 79-88. Conley J.G., Bican, P.M., & Ernst H. (2013). Value Articulation A Framework for the Strategic Management of Intellectual Property. <i>California Management Review</i>, 55 (4) (Summer 2013), 102-120. Conley J.G., Bican, P.M., & Wilkof N. (2013). Study on Patents and the Public Domain (II) Impact of Certain Enterprise Practices, World Intellectual Property Organization (WIPO) Discussion Paper. http://www.wipo.int/edocs/mdocs/mdocs/en/cdip_12/cdip_12_inf_2rev.pdf.</p>

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
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 3: Dienstleistungsmanagement Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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 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
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 3: Dienstleistungsmanagement Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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.

Block 4:

Marketingmanagement

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

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer
5	Inhalt	In dieser Veranstaltung werden die Charakteristika von Dienstleistungen aufgezeigt und die Instrumente sowie Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings dargestellt und diskutiert. Es wird vertiefend auf einzelne Aspekte und aktuelle Forschungsergebnisse zum Dienstleistungsmarketing eingegangen. Studierende sollen im Rahmen der Veranstaltung insbesondere die Kompetenz erwerben, eine wissenschaftliche Fragestellung eigenständig zu bearbeiten, einen Lösungsvorschlag zu unterbreiten und zu verteidigen.
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können wissenschaftliche Grundlagen des Dienstleistungsmarketings sowie spezialisiertes und vertieftes Fachwissen erläutern, anwenden und bewerten. Im Besonderen können Sie in vertiefter und kritischer Weise zudem die Theorien, Terminologien, Besonderheiten, Grenzen und Lehrmeinungen des Faches Dienstleistungsmarketing erläutern, anwenden und reflektieren.</p> <p>Die Studierenden können eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher Probleme im Dienstleistungsmarketing entwickeln.</p> <p>Studierende können komplexe fachbezogene Inhalte klar und zielgruppengerecht präsentieren, in Diskussionen argumentativ vertreten, sowie das eigene Argumentationsverhalten in kritisch-reflexiver Weise erweitern.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 4: Marketingmanagement Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Seminararbeit
11	Berechnung der Modulnote	Seminararbeit (100%)
12	Turnus des Angebots	nur im Wintersemester
13	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	Dauer des Moduls	1 Semester
15	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch

16	Literaturhinweise	<p>Wirtz, J., Lovelock, C. H. (2021): Services marketing: people, technology, strategy, 9. Aufl., Hackensack, NJ.</p> <p>Zeithaml, V.A., Bitner, M. J., Gremler, D. D. (2018): Services marketing: integrating customer focus across the firm, 7. Aufl., Dubuque.</p>
----	--------------------------	---

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
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 4: Marketingmanagement Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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 58081	Advanced marketing management VII (Advanced marketing management VII)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Kundenmanagement (Master) (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Jochen Kossmann Christian Oswald	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • theoretische Grundmodelle des Kundenmanagements • operative und strategische Prozesse der Kundenannäherung • operative und strategische Prozesse der Kundengewinnung • operative und strategische Prozesse der Kundenpflege • Management
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	Block 4: Marketingmanagement Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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 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
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 4: Marketingmanagement Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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 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: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 4: Marketingmanagement Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009 Fachwissenschaftlicher Wahlbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009
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 54120	Interdisziplinäres Seminar (Interdisciplinary seminar)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Seminar Social Media (2 SWS) Seminar: Interdisziplinäres Seminar (2 SWS)	5 ECTS 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer Prof. Dr. Martina Steul-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
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 4: Marketingmanagement Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
10	Studien- und Prüfungsleistungen	
11	Berechnung der Modulnote	
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 54850	Media systems: Structures and processes (Media systems: Structures and processes)	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. Adrian Meier Prof. Dr. Reimar Zeh	
5	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Mediensysteme • Medienpolitik • Medienökonomie • Medienrecht • Mediengeschichte • Medieninhalte • Medien und Öffentlichkeit Produktion massenmedialer Inhalte	
6	Lernziele und Kompetenzen	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erwerben fundierte Kenntnisse über Mediensysteme, Medienpolitik, Medienökonomie und Medienrecht • 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, aktuelle medienpolitische Probleme zu analysieren und zu lösen • können international vergleichende Forschungsdesigns entwerfen, anwenden und ebenso vorgebrachte Forschungsdesigns von Mitstudierenden und Fachvertretern bewerten und angemessen rückmelden. 	
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.	
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 1	
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 4: Marketingmanagement Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009	
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 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
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 4: Marketingmanagement Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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 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: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 4: Marketingmanagement Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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 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: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 4: Marketingmanagement Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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: 1

9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 4: Marketingmanagement Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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	<p>Diller, H. (2021), Pricing: Prinzipien und Prozesse der betrieblichen Preispolitik, 5. Aufl., Stuttgart.</p> <p>Homburg, Ch. (2020), Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, 7. Aufl., Wiesbaden.</p> <p>Monroe, K. B. (2003), Pricing - Making Profitable Decisions, 3rd ed., Boston.</p> <p>Simon, H., Fassnacht, M. (2016), Preismanagement - Strategie, Analyse, Entscheidung, Umsetzung, 4. Aufl., Wiesbaden.</p>

1	Modulbezeichnung 53160	Social media marketing (Social media 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	Block 4: Marketingmanagement Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
10	Studien- und Prüfungsleistungen	Präsentation mündlich
11	Berechnung der Modulnote	Präsentation (50%) mündlich (50%)
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 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	Block 4: Marketingmanagement Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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	Block 4: Marketingmanagement Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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.

Block 5: Finance, Auditing, Controlling, Taxation

1	Modulbezeichnung 54321	Controlling and reporting (Controlling and reporting)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Controlling and Reporting (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Bernd Keller	

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

1	Modulbezeichnung 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
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 5: Finance, Auditing, Controlling, Taxation Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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 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
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 5: Finance, Auditing, Controlling, Taxation Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 5: Finance, Auditing, Controlling, Taxation Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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 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: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 5: Finance, Auditing, Controlling, Taxation Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009 Fachwissenschaftlicher Wahlbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009
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	Berk, Jonathan / DeMarzo, Peter: Corporate Finance, Boston u. a.

	<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 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: 1

9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 5: Finance, Auditing, Controlling, Taxation Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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 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: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 5: Finance, Auditing, Controlling, Taxation Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 5: Finance, Auditing, Controlling, Taxation Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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	Semester: 2
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 5: Finance, Auditing, Controlling, Taxation Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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 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
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 5: Finance, Auditing, Controlling, Taxation Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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: 1;3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 5: Finance, Auditing, Controlling, Taxation Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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</i>

		<i>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 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.

Block 6: Arbeitsmarkt und Personal

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	Block 6: Arbeitsmarkt und Personal Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009 Fachwissenschaftlicher Wahlbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009
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	Block 6: Arbeitsmarkt und Personal Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009 Zweifach Sozialkunde Wahlbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009
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	Block 6: Arbeitsmarkt und Personal Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009 Zweifach Sozialkunde Wahlbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009
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: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 6: Arbeitsmarkt und Personal Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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 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	Block 6: Arbeitsmarkt und Personal Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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 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	Semester: 3
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 6: Arbeitsmarkt und Personal Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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 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: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	<p>Block 6: Arbeitsmarkt und Personal Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009 Zweifach Wirtschaftsinformatik Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009</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 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 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: 1
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 6: Arbeitsmarkt und Personal Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009 Fachwissenschaftlicher Wahlbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009
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. &

		<p>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</p>
--	--	--

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
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 6: Arbeitsmarkt und Personal Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009 Zweifach Sozialkunde Wahlbereich Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung II 2009
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 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	Block 6: Arbeitsmarkt und Personal Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009

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	Block 6: Arbeitsmarkt und Personal Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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 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	Block 6: Arbeitsmarkt und Personal Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
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 53071	Personnel economics (Personnel economics)	5 ECTS
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Personnel Economics (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Regina Therese Riphahn	

4	Modulverantwortliche/r	Prof. Regina Therese Riphahn
5	Inhalt	The module addresses key topics of modern personnel economics research, such as hiring, contract design, motivation, training, teamwork, and group incentives.
6	Lernziele und Kompetenzen	<p>Students acquire specialized knowledge of personnel economics theories and research questions. By preparing short thesis papers and a seminar paper, students learn to evaluate and critically discuss methodological choices and substantive conclusions drawn in recent empirical research papers. Students assess theoretical approaches, applied empirical methods and results of recent research papers. Students present and scrutinize complex facts and results. They discuss the theoretical background, empirical method, and empirical evidence on personnel economics research contributions, discuss presentations of fellow students and provide constructive feedback.</p> <p>Compulsory attendance is required for discussion and feedback processes.</p>
7	Voraussetzungen für die Teilnahme	Basic knowledge of microeconomics and econometrics
8	Einpassung in Studienverlaufsplan	Semester: 2;4
9	Verwendbarkeit des Moduls	Block 6: Arbeitsmarkt und Personal Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
10	Studien- und Prüfungsleistungen	schriftlich Seminararbeit Seminar paper, thesis papers
11	Berechnung der Modulnote	schriftlich (40%) Seminararbeit (60%) Seminar paper (group work) (60 %), thesis papers (40 %)
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	<p>Garibaldi, Pietro (2006), Personnel Economics in Imperfect Labour Markets, Oxford Univ. Press. Neilson, William S. (2007), Personnel Economics, Pearson Educ. Inc.</p> <p>Lazear, Edward P. (1998), Personnel Economics, MIT Press.</p> <p>Selected research papers.</p>

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	Block 6: Arbeitsmarkt und Personal Master of Science Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009	
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 1998	Masterarbeit (M.Sc. Wirtschaftspädagogik SR1 2009) (Master's thesis)	20 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. Karl Wilbers
5	Inhalt	Erforschung und Diskussion aktueller Themen aus dem Bereich Berufs- und Wirtschaftspädagogik oder der Wirtschaftswissenschaften oder des Zweifaches, Erstellung einer Masterarbeit
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 der Berufs- und Wirtschaftspädagogik oder der Wirtschaftswissenschaften oder des Zweifaches selbständig mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten sowie die Erkenntnisse prägnant aufzubereiten und kompetent zu interpretieren.
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 Wirtschaftspädagogik Studienrichtung I 2009
10	Studien- und Prüfungsleistungen	schriftlich (6 Monate)
11	Berechnung der Modulnote	schriftlich (100%)
12	Turnus des Angebots	in jedem Semester
13	Wiederholung der Prüfungen	Die Prüfungen dieses Moduls können nur einmal wiederholt werden.
14	Arbeitsaufwand in Zeitstunden	Präsenzzeit: 0 h Eigenstudium: 600 h
15	Dauer des Moduls	1 Semester
16	Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
17	Literaturhinweise	keine Literaturhinweise hinterlegt!