Hochschule München University of Applied Sciences

Modulhandbuch

des berufsbegleitenden Studiengangs

„MBA Management & Business Strategy“

an der

HM Business School

gemäß der Studien- und Prüfungsordnung vom 20. August 2024

Inhalt

1. Allgemeine Hinweise 3
1.1 Zweck des Studienplans 3
1.2 Rechtliche Bestimmungen 3
1.3 Aufbau des Studiums 3
1.4 Formale Aspekte 4
1.4.1 Zugangsvoraussetzungen 4
1.4.2 Dauer des Studiums 5
1.4.3 Anschlussmöglichkeiten 5
2. Studienziele und Kompetenzziele 5
2.1 Studienziel nach SPO 5
2.2 Generelle Studienziele 6
2.3 Fachliche, methodische und personale-soziale Kompetenzziele 6
2.3.1 Wissensverbreiterung und -vertiefung (Wissen und Verstehen) 6
2.3.2 Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Können) 7
2.4 Forschungs- und Anwendungsbezug 8
2.4.1 Forschungsbezug 8
2.4.2 Anwendungsbezug 8
3. Studieninhalte 8
3.1 Lehrangebote 8
3.2 Masterarbeit 10
3.3 Modulbeschreibungen 11
3.3.1 M1 Grundlagen des Managements 12
3.3.2 M2 Investition, Finanzierung und Risikomanagement 13
3.3.3 M3 Kundenwert und Marketing 15
3.3.4 M4 Strategisches Management 16
3.3.5 M5 Externes Rechnungswesen & betriebliches Steuerwesen 18
3.3.6 M6 Kosten- und Leistungsrechnung 20
3.3.7 M7 Business Model Design 21
3.3.8 M8 Wahlpflichtmodulgruppe I 23
3.3.9 M9.1 Forschungsprojekt I 24
M9.2 Forschungsprojekt II 25
3.3.10 M11 Wahlpflichtmodulgruppe II 28
3.3.11 M12 Wahlpflichtmodulgruppe III 33
3.3.12 M13 Wahlpflichtmodulgruppe IV 38

1. Allgemeine Hinweise

Seit dem Wintersemester 2019/2020 wird der Studiengang MBA Management & Business Strategy an der Fakultät für Betriebswirtschaftslehre als berufsbegleitender Studiengang angeboten. Gemäß der Allgemeinen Studien- und Prüfungsordnung der Hochschule München (ASPO) muss zur Sicherstellung des Lehrangebotes und zur Information der Studierenden ein Studienplan/Modulhandbuch erstellt werden, welcher/s nicht Teil der jeweiligen SPO ist und aus dem sich der Ablauf des Studiums im Einzelnen ergibt.

STUDIENGANGSBEZEICHNUNG	Management & Business Strategy
ENGL. STUDIENGANGSBEZEICHNUNG	Management & Business Strategy
MASTERABSCHLUSS	MBA
UNTERRICHTSSPRACHE	Deutsch/Englisch
KONTAKTPERSONEN	Prof. Dr. Steffen Steinicke / Prof. Dr. Dominik Hammer
E-MAIL	steffen.steinicke@hm.edu / dominik.hammer@hm.edu
TELEFON	089 – 1265 - 2777 / 089 - 1265 – 2755
WEB-ADRESSE	http://hmbs.hm.edu

1.1 Zweck des Studienplans

Der Studienplan/das Modulhandbuch basiert auf der Studien- und Prüfungsordnung für den berufsbegleitenden Masterstudiengang MBA Management & Business Strategy (SPO) vom 20. August 2024. Er präzisiert und ergänzt das dort festgelegte Studienangebot für das jeweilige Halbjahr, legt die konkreten Prüfungsarten und –bedingungen fest, nennt die Dozenten und Dozentinnen und Prüfer und Prüferinnen und gibt wichtige Hinweise zur effektiven Gestaltung des Studiums.

Der Studienplan/das Modulhandbuch enthält insbesondere Regelungen und Angaben über die Aufteilung der Semesterwochenstunden und der Leistungspunkte je Modul und Studiensemester, die Art der Lehrveranstaltung in den einzelnen Modulen, sowie die Unterrichts- und Prüfungssprache, soweit diese nicht Deutsch ist, die Form der jeweils geforderten Prüfung und die Bearbeitungszeit für das Anfertigen schriftlicher Prüfungen, die Studienziele und Studieninhalte der einzelnen Module, nähere Bestimmungen zu Form und Verfahren der einzelnen Prüfungen und nähere Bestimmungen zum praktischen Studiensemester.

1.2 Rechtliche Bestimmungen

Es gelten die Bestimmungen der Rahmenprüfungsordnung (RaPO), der allgemeinen Studien- und Prüfungsordnung der Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ASPO) und der aktuellen Studien- und Prüfungsordnung für den berufsbegleitenden Master-studiengang MBA Management & Business Strategy.

1.3 Aufbau des Studiums

Die Regelstudienzeit des MBA Management & Business Strategy Studiengangs umfasst 5 Studien-semester einschließlich Masterarbeit. Nähere Einzelheiten sind im Folgenden geregelt. Der von den

Studierenden in den jeweiligen Modulen zu erbringende Workload unterteilt sich grundsätzlich in Zeiten, bei der Kontakt zu den Dozierenden besteht, sowie Zeit für das Selbststudium.

Der Beginn des MBA Management & Business Strategy ist sowohl zum Wintersemester als auch zum Sommersemester eines Studienjahres möglich. Im zweiten, dritten und vierten Studiensemester werden wirtschaftswissenschaftliche Vertiefungsrichtungen angeboten. Vertiefungsrichtungen können sein:

- Innovationsmanagement
- AI-Leadership & Digital Transformation

Die einzelnen Module der Schwerpunkte Innovationsmanagement und AI-Leadership & Digital Transformation sind in den Modulbeschreibungen aufgeführt.

Bestimmte, im Studienplan enthaltene Kombinationen von Wahlpflichtmodulen werden Vertiefungsrichtungen zugeordnet. [2]Die Auswahl einer Vertiefungsrichtung ist jedoch für das Studium nicht obligatorisch. [3]Werden jedoch alle Module einer Vertiefungsrichtung mit Erfolg abgelegt, kann auf Antrag der Eintrag in das Abschlusszeugnis mit dem Hinweis: „Masterstudiengang MBA Management & Business Strategy, gewählte Vertiefungsrichtung“ erfolgen. Es kann nur eine Vertiefungsrichtung im Abschlusszeugnis eingetragen werden.

1.4 Formale Aspekte

1.4.1 Zugangsvoraussetzungen

Qualifikationsvoraussetzungen für den Zugang zum Masterstudiengang MBA Management & Business Strategy sind:

- Der Nachweis eines mindestens 180 Leistungspunkte und mindestens sechs theoretische Studiensemester umfassenden Studiums an einer deutschen Hochschule oder ein gleichwertiger Abschluss.
- Der Nachweis einer mindestens einjährigen qualifizierten Berufstätigkeit.
- Der Nachweis einer guten Beherrschung der deutschen Sprache in Wort und Schrift (entsprechend der Niveaustufe C1 des gemeinsamen europäischen Referenzrahmens für Sprachen). Der Nachweis wird durch die Vorlage eines anerkannten Sprachzeugnisses erbracht. Er gilt ebenfalls als erbracht, wenn ein erfolgreicher Abschluss einer deutschsprachigen Ausbildung an einer höheren Schule oder einer Hochschule nachgewiesen wird.
- Soweit die Studienbewerberinnen und Studienbewerber ein abgeschlossenes Hochschulstudium nachweisen, für das weniger als 210 Leistungspunkte (jedoch mindestens 180 Leistungspunkte) vergeben wurden, ist Voraussetzung für das Bestehen der Master-prüfung der Nachweis der fehlenden Leistungspunkte aus dem fachlich einschlägigen Studienangebot der Hochschule für angewandte Wissenschaften München. Die Prüfungskommission stellt dazu fest, welche Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen (Lernergebnisse) die/der Studierende in ihrem/seinen abgeschlossenen Erststudium im Vergleich zu einem 210 Leistungspunkte umfassenden Hochschulstudium nicht erworben hat und legt daraus die Module und Prüfungsleistungen fest, die

von der/dem Studierenden noch nachzuholen und abzulegen sind. Diese Studien- und Prüfungsleistungen sind bei jeweils einer Wiederholungsmöglichkeit innerhalb von 12 Monaten nach Aufnahme des Masterstudiums erfolgreich abzuleisten. Die von der Prüfungskommission festgelegten Module und Prüfungsleistungen werden der/dem Studierenden mit der Immatrikulation bekannt gegeben. Die Studierenden sind für die Erbringung der noch fehlenden Leistungspunkte im Masterstudiengang MBA Management & Business Strategy immatrikuliert.

1.4.2 Dauer des Studiums

Die Regelstudienzeit beträgt fünf Fachsemester inklusive Erstellung der Masterarbeit. Mit Abschluss des Studiums werden mindestens 90 Leistungspunkte erworben.

1.4.3 Anschlussmöglichkeiten

Der erfolgreiche Abschluss des Masterstudiums kann auch die Basis für eine wissenschaftliche Weiterqualifizierung sein, beispielsweise im Rahmen einer Promotion.

2. Studienziele und Kompetenzziele

Aufbauend auf einem Studium aller Studienrichtungen vermittelt der gebührenpflichtige Masterstudiengang MBA Management & Business Strategy die Kompetenzen, Kenntnisse und Fähigkeiten, die erforderlich sind, um sich in einem zunehmend globalisierten Umfeld für anspruchsvolle Fach- und Führungsaufgaben in allen Branchen und Unternehmensrichtungen zu qualifizieren.
Ziel des Studiums ist es, die Studierenden zur selbständigen und vertieften Anwendung wie auch zur selbständigen Entwicklung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Verfahren im betriebswirtschaftlichen Zusammenhang zu befähigen.
Neben einer vertieften Aneignung von grundlegenden betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen werden im Masterstudiengang die für die berufliche Praxis wichtigen Fähigkeiten wie Beratungs-, Interventions- und Sozialkompetenz, Kommunikationsfähigkeit, Projektmanagement und kooperative Teamarbeit gefördert. Darüber hinaus sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, eigenständig für die Praxis nützliche, wirtschaftswissenschaftlich fundierte Methoden zu entwickeln. Besonderer Nachdruck wird daher auf die Integration von Fall- und Projektstudien bzw. das Lernen anhand konkreter Fallbeispiele in projektbezogener Teamarbeit gelegt.
Das Masterstudium und die dadurch vermittelten Kompetenzen bereiten die Absolventinnen und Absolventen auf anspruchsvolle Tätigkeiten und den Einstieg in Fach- und Führungspositionen in allen Fachbereichen und Branchen vor. Der erfolgreiche Abschluss des Masterstudiums kann auch die Basis für eine wissenschaftliche Weiterqualifizierung, z.B. Promotion, sein.

2.1 Studienziel nach SPO

Der Masterstudiengang Management & Business Strategy stellt gemäß dem BayHSchG einen weiterbildenden/berufsbegleitenden Studiengang dar. Ziel des MBA Management & Business Strategy-Studiengangs ist es, die Studierenden zur qualifizierten Anwendung wirtschaftswissen-

schaftlicher Erkenntnisse und Verfahren im jeweiligen beruflichen Umfeld auf mittleren und höheren Managementebenen zu befähigen. Die Studierenden erarbeiten sich ein fundiertes Wissen von General Management-Inhalten inklusive verschiedener wählbarer fachlicher Vertiefungsrichtungen, je nach Branchen und Interessenslagen der Studierenden.

2.2 Generelle Studienziele

Der Masterstudiengang MBA Management & Business Strategy ist ein weiterbildender, anwendungsorientierter Teilzeitstudiengang in enger Verzahnung mit General Management Inhalten. Der Studiengang fördert und forciert das eigenständige und durch Fachexperten gestützte wissenschaftliche Arbeiten und Forschen in fokussierten betriebswirtschaftlichen sowie fachübergreifenden, multidisziplinären Themenfeldern. Es werden für diesen Zweck, insbesondere zur Intensivierung der Selbststudiumseinheiten, weitgehend Projekt- und Studienarbeiten mit dem Anspruch der Erarbeitung neuer Erkenntnisse, Methoden und Konzepte erstellt. Zur Vertiefung und Schärfung eines umfassenden Verständnisses sowie ausgeprägter Kommunikationskompetenzen werden selbsterstellte Projektarbeiten bzw. schriftliche Ausarbeitungen präsentiert und zur fachlichen Diskussion gestellt. Besonderer Wert wird auf die Integration von projektbezogenen Aufgabenstellungen, Entwicklungen im gesellschaftspolitischen Kontext sowie vergleichende Studien zu betriebswirtschaftlichen Fragestellungen in jedem einzelnen Modul gelegt.
Die Studierenden sind nach Abschluss des Studienganges in der Lage, als Führungskräfte in der Praxis fundiert in komplexen wirtschaftswissenschaftlichen Problemstellungen zu entscheiden, ihre jeweiligen Vorgesetzten, Mitarbeitenden und Kunden kompetent zu beraten sowie wissenschaftlich-theoretische Fragestellungen qualifiziert zu analysieren und weiterzuentwickeln. Als verantwortungsbewusste Persönlichkeiten zeichnen sie sich durch wertschätzenden und sozialkompetenten Umgang mit Geschäftspartnern, Mitarbeitenden sowie Kundinnen und Kunden aus.

2.3 Fachliche, methodische und personale-soziale Kompetenzziele

Der Studiengang MBA Management & Business Strategy orientiert sich in der Entwicklung der Kompetenzziele an den Ausführungen zum Masterniveau des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR).

2.3.1 Wissensverbreiterung und -vertiefung (Wissen und Verstehen)

<u>Wissensverbreiterung</u>
In Anlehnung an den HQR weisen Masterabsolventinnen und -absolventen wirtschaftswissenschaftlich relevantes Wissen und Verstehen nach und vertiefen dieses insbesondere im Unternehmenskontext. Sie sind in der Lage, Besonderheiten, Grenzen, Terminologien und Lehrmeinungen des General Managements zu definieren und zu interpretieren. Hierfür integrieren die Studierenden auch das Vorwissen aus ihren vorausgehenden Studienabschlüssen.

<u>Wissensvertiefung</u>
Das Wissen und Verstehen der wirtschaftswissenschaftlichen Grundlagen bilden die Basis für die Entwicklung / Anwendung eigenständiger Ideen und Konzepte. Diese Kompetenzen werden sowohl

anwendungsorientiert, z.B. über die Analyse, Bearbeitung und Lösung konkreter praxisorientierter Fallbeispiele, als auch forschungsorientiert, z.B. über die wissenschaftlich fundierte, kritische Reflexion aktueller sowie geplanter mikro- und makroökonomischer Entwicklungen – auch mit kleineren, selbst erhobenen empirischen Studien – erworben. Die Masterabsolventinnen und -absolventen verfügen über ein breites, detailliertes und kritisches Verständnis auf dem neuesten Stand der Unternehmensführung, insbesondere in Bezug auf alle relevanten betriebswirtschaftlichen Teilbereiche, Führungsmodalitäten, rechtliche Rahmenbedingungen sowie betriebswirtschaftliche Beratungsmethoden. Ihr Wissen und Verstehen wird im Rahmen von Forschungsarbeiten sowie durch tiefe Einblicke im aktuellen Stand der wissenschaftlichen Fachliteratur erweitert. Die Absolventinnen und Absolventen des Studienganges zeichnen sich einerseits durch ein besonders tiefes und detailreiches Beurteilungs- und Transferwissen in betriebswirtschaftlichen Fachgebieten und andererseits durch weitreichende Kenntnis und tiefes Verständnis von wirtschaftswissenschaftlichen Zusammenhängen im nationalen wie internationalen Raum aus.

2.3.2 Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Können)

Die Absolventinnen und Absolventen des Masterstudienganges MBA Management & Business Strategy haben folgende Kompetenzen erworben:

Nutzung und Transfer

Besonderes Augenmerk wird im Studiengang auf die Integration von vorhandenem und neuem Wissen in komplexen betrieblichen Zusammenhängen, auch auf der Grundlage begrenzter Informationen, gelegt. Die Studierenden werden befähigt, wissenschaftlich fundierte Entscheidungen zu treffen und kritisch mögliche Folgen zu reflektieren. Durch weitgehend selbstgesteuerte anwendungsorientierte Projekte eignen sich die Studierenden selbstständig neues Wissen und Können an.

Wissenschaftliche Innovation

Um niveaugerecht wissenschaftliche Innovationen zu befördern, entwerfen die Absolventinnen und Absolventen Forschungsfragen, sie wählen konkrete Wege der Operationalisierung, insbesondere passende Forschungsmethoden, aus und begründen diese Auswahl. Nach Abschluss des Projektes erläutern sie Forschungsergebnisse und interpretieren diese kritisch.

Kommunikation und Kooperation

Die Studierenden tauschen sich sach- und fachbezogen mit Vertreterinnen und Vertretern unterschiedlicher akademischer und nicht-akademischer Handlungsfelder über alternative, theoretisch begründbare Problemlösungen aus. Sie binden Beteiligte unter der Berücksichtigung der jeweiligen Gruppensituation zielorientiert in Aufgabenstellungen ein. Sie erkennen Konfliktpotentiale in der Zusammenarbeit mit Anderen und reflektieren diese vor dem Hintergrund situationsübergreifender Bedingungen. Sie gewährleisten durch konstruktives, konzeptionelles Handeln die Durchführung von situationsadäquaten Lösungsprozessen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Die Studierenden entwickeln ein berufliches Selbstbild, das sich an Zielen und Standards professionellen Handelns sowohl in der Wissenschaft als auch den Berufsfeldern außerhalb der

Wissenschaft orientiert. Sie begründen das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen und reflektieren es hinsichtlich alternativer Entwürfe. Sie können die eigenen Fähigkeiten einschätzen und nutzen sachbezogene Gestaltungs- und Entscheidungsfreiheiten autonom bzw. entwickeln diese unter Anleitung weiter. Durch die vielfältigen Projektarbeiten erkennen die Studierenden situationsadäquat und situationsübergreifend Rahmenbedingungen beruflichen Handelns und reflektieren ihr berufliches Handeln sowie ihre Entscheidungen in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen verantwortungsethisch.

2.4 Forschungs- und Anwendungsbezug

Der Masterstudiengang MBA Management & Business Strategy ist forschungs- und anwendungsorientiert.

2.4.1 Forschungsbezug

Im MBA Management & Business Strategy wird neben der Wissensvermittlung insbesondere Wert daraufgelegt, die Weiterentwicklung von Methoden und Inhalten zu fokussieren, welche im Rahmen von forschungsorientierten Projektarbeiten angegliedert an einzelne Module stattfindet. Neben der Vertiefung zum wissenschaftlichen Arbeiten ist ein eigenständiges Forschungsprojekt integriert. Über dieses Projekt sollen die Studierenden bereits im ersten Semester in größeren Gruppen eigenständig aktuelle Forschungsfragen entwickeln, diese über verschiedene wissenschaftliche Forschungsmethoden bearbeiten und im Idealfall eine gemeinsame Studie in Veröffentlichungsreife erstellen.

2.4.2 Anwendungsbezug

Die Anwendungsorientierung des Studiengangs wird insbesondere gewährleistet durch:

- Einschlägige Berufserfahrung der lehrenden Professorinnen und Professoren.
- Einsatz von Dozentinnen und Dozenten sowie Gastreferentinnen und Gastreferenten aus Wissenschaft und Wirtschaftspraxis.
- Bearbeitung von aktuellen Fallkonstruktionen aus der Praxis.
- Vergabe von Projektarbeiten in Kooperation mit Unternehmen.
- Gastvorträge von Führungsvertreterinnen und -vertretern von Unternehmen.
- Vergabe von Masterarbeiten / externen Abschlussarbeiten in Kooperation mit Praxisunternehmen unterschiedlicher Branchen.
- Integration von Praxiserfahrungen der Studierenden.

3. Studieninhalte

3.1 Lehrangebote

Der Studiengang wird in engem Kontakt zu der/dem jeweiligen Dozentin oder Dozenten in einer modernen Kombination (Blended Learning) von Präsenz- und E-Learning-Veranstaltungen, z.B.

Webinaren oder virtuellen Hörsälen, angeboten. Im Einzelnen richten sich die spezifischen Angebotsformen nach dem Modulinhalt und dem betreuenden Lehrenden.

1) Modul-nummer	2) Modulbezeichnung	3) Modules	4) SWS	5) Leistungs-punkte	6) Art der Lehrver-anstaltung	7) Prüfungsform und ggf. Gewichtung
Erstes Studiensemester						
M 1	Grundlagen des Management	Introduction into Management	4	5	SU	ModA oder schrP
M 2	Investition, Finanzierung und Risikomanagement	Investment, Financing and Risk Management	4	5	SU	ModA oder schrP
M 3	Kundenwert und Marketing	Customer Value and Marketing	4	5	SU	ModA oder schrP
M 4	Strategisches Management	Strategic Management	4	5	SU	ModA oder schrP
Zweites Studiensemester						
M 5	Externes Rechnungs-wesen und Betriebliches Steuerwesen	Financial Accounting and Taxation	4	5	SU	ModA oder schrP
M 6	Kosten- und Leistungsrechnung	Managerial Accounting	4	5	SU	schrP, 60 min
M 7	Business Model Design	Business Model Design	4	5	SU	ModA
M 8	Wahlpflichtmodul I	Elective I	4	5	SU	ModA oder schrP
Drittes Studiensemester						
M 9.1	Forschungsprojekt (Grundlagen)	Research Study, Research Methods and Design	4	5	SU	ModA
M 10	Wirtschaftsrecht und Wirtschaftspolitik	Business Law ans Economic Policy	4	5	SU	ModA
M 11	Wahlpflichtmodul II	Elective II	4	5	SU	ModA oder schrP
Viertes Studiensemester mit 8 SWS						
M 9.2	Forschungsprojekt (Empirie)	Research Study, Research Methods and Design	4	5	SU	ModA
M 12	Wahlpflichtmodul III	Elective III	4	5	SU	ModA oder schrP

M 13	Wahlpflichtmodul IV	Elective IV	4	5	SU	ModA oder schrP
Fünftes Studiensemester						
M 14	Masterarbeit und Masterseminar	Master Thesis and Master Seminar	2	20	---	MA (0,8), Präse (0,2)
Summe der SWS und Leistungspunkte (1. bis 5. Studiensemester):			58	90		

Das im Curriculum angegebene Studiensemester stellt eine Empfehlung für die Studierenden dar und richtet sich neben den spezifischen Wahlmöglichkeiten für die Studierenden nach studiengang-organisatorischen Gesichtspunkten.

3.2 Masterarbeit

Die Masterarbeit wird begleitet von einem Kolloquium. Das Thema der Masterarbeit kann frühestens zu Beginn des dritten Studiensemesters ausgegeben werden. Die Bearbeitungsfrist für die Masterarbeit beträgt sechs Monate.

Rechtliche Bestimmungen zur Masterarbeit
Es gelten die Bestimmungen der Rahmenprüfungsordnung (RaPO), die aktuelle Studien- und Prüfungsordnung (SPO), die Allgemeine Studien- und Prüfungsordnung (ASPO), sowie ergänzend der jeweils aktuelle Studienplan (SP). Siehe hierzu auch die Modulbeschreibungen.
Die Masterarbeit ist eine Prüfungsarbeit.

Thema und Prüferin oder Prüfer der Masterarbeit
Die Masterarbeit muss zu einer vom Studiengang passenden fachlichen Aufgabenstellung angefertigt werden und wird mindestens von einer Professorin oder einem Professor der HM Business School, mit Ausnahme von Professorinnen und Professoren im Ruhestand, bewertet. Die Studierenden können ihrerseits Themen vorschlagen.

Anmeldeverfahren
Die/der Studierende füllt das Anmeldeformular in Absprache mit der Erstprüferin oder dem Erstprüfer digital aus und lässt dieses Thema durch Unterschrift der Erstprüferin oder des Erstprüfers bestätigen.

Verlängerung der Bearbeitungszeit
Eine Verlängerung ist nur in begründeten Ausnahmefällen auf Antrag der/-s Studierenden möglich. Der schriftliche formlose Antrag ist vom Studierenden spätestens zwei Wochen vor dem festgelegten Abgabetermin mit der Stellungnahme der Erstprüferin oder des Erstprüfers an die Prüfungskommission zu stellen. Diese entscheidet über den Antrag.

Die Arbeit ist in elektronischer Form einzureichen. Die Arbeit kann in Deutsch und Englisch eingereicht werden. Mögliche Änderungen zur Einreichung der Arbeit wird den Studierenden nach Prüfungs-

kommissionsbeschluss rechtzeitig mitgeteilt (beispielsweise bei Naturkatastrophen, Epidemien, o. Ä.)

3.3 Modulbeschreibungen

Erläuterungen

- Angebotsfrequenz: Lehrveranstaltungen werden berufsbegleitend jeweils pro Semester geplant.
- Leistungspunkte: 1 LP entspricht einem zeitlichen Arbeitsaufwand von ca. 30 Stunden.
- Empfohlene Vorkenntnisse: Lehrveranstaltungen, die zweckmäßigerweise vorher erfolgreich abgeschlossen sein sollten.
- Fachverantwortung / Dozentinnen bzw. Dozenten: Werden Lehrveranstaltungen von Lehrkräften für besondere Aufgaben oder Lehrbeauftragten durchgeführt, so liegt die grundsätzliche Fachverantwortung bei einer hauptamtlichen Professorin oder einem hauptamtlichen Professor.
- Inhalte: grobe Übersicht der Lehrinhalte / Gliederung des Lehrstoffes.
- Korrespondierende Veranstaltungen: Diese Veranstaltungen sollten nach Möglichkeit parallel besucht werden.
- LB: Lehrbeauftragte/r
- LBA: Lehrkraft für besondere Aufgaben
- Lehr- und Lernmethoden: Lehr- und Lernmethoden, die zum Erreichen der angestrebten Lernergebnisse (Kompetenzen) führen.
- Lehrform: charakterisiert die didaktische Form des Unterrichts und bestimmt damit auch die Zahl der durchschnittlichen Teilnehmenden. Möglich sind seminaristischer Unterricht, Seminar, Übung, Projektstudium, Praktikum. Der seminaristische Unterricht beinhaltet neben der in der Regel interaktiven Wissensvermittlung auch einen Übungsanteil von durchschnittlich 20-30%.
- Lehrsprache: Sprache, in der die Lehrveranstaltung abgehalten wird
- Leistungsnachweise: Art des Leistungsnachweises / der Prüfung zur Ermittlung einer Note bzw. des Prädikats bestanden / nicht bestanden.
- Lernziele / Kompetenzen: beschreiben, was die Studierenden nach dem erfolgreichen Besuch der Lehrveranstaltung gelernt haben sollen.
- Literatur: Liste der empfohlenen Basisliteratur.
- ModA: Modularbeit
- Modulnr.: identifizierende Nummer der Lehrveranstaltung
- Modultyp: kennzeichnet, ob es sich um ein Pflicht-, Wahlpflicht- oder Wahlfach handelt.
- Präs: Präsentation
- schrP: Schriftliche Prüfung
- Semester: Studiensemester, dem die Lehrveranstaltung zugeordnet ist und in dem sie zweckmäßigerweise besucht werden sollte.
- S: Seminar
- SU: seminaristischer Unterricht
- SWS: Anzahl der Präsenzstunden je Woche
- Titel: Bezeichnung der Lehrveranstaltung nach SPO, erscheint auf dem Zeugnis
- Verwendbarkeit: beschreibt den Zusammenhang zu anderen Modulen und ggf. die Verwendung in anderen Studiengängen
- Workload: Arbeitsbelastung der Studierenden in Stunden, aufgeteilt in: Präsenz / Vor- und Nachbereitung / angeleitetes Selbststudium
- Zugelassene Hilfsmittel: Ohne weitere Angaben ist nur ein nicht programmierbarer Taschenrechner zugelassen. Weitere zugelassene Hilfsmittel werden hier aufgelistet.

3.3.1 M1 Grundlagen des Managements

Modulnr.	M1		
Titel	Grundlagen des Managements		
Verwendbarkeit	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht, Exkursion	Angebots-frequenz	je nach Stundenplan
Lehrsprache	deutsch		
SWS	4 h		
LP	5	Workload	150 h
korrespondierende Lehrveranstaltung		empfohlene Vorkenntnisse	
Prüfungsform	Modularbeit oder schriftliche Prüfung	zugelassene Hilfsmittel	In Absprache mit dem Dozierenden
Fachverantwortung	Prof. Dr. Steinicke		
DozentInnen	Prof. Dr. Steinicke, LB Frank		
Lernziele / Kompetenzen	Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage… … die Notwendigkeit nachhaltiger Unternehmensführung (= Management) und den systemtheoretischen Management-Begriff zu verstehen. Darüber hinaus verstehen die Studierenden die wesentlichen Aspekte des normativen, strategischen und operativen Managements und speziell den Kundenwert als Zweck einer wertschöpfenden Organisation. Sie verstehen, warum Geschäftsmodelle und Prozesse den Übergang vom strategischen zum operativen Management bilden. Sie verstehen und können die Methoden des Prozessmanagements anwenden und deren Effizienz in Bezug zum Kundenwert analysieren und bewerten.		
Lehrinhalte	Grundlagen: • Geschichte und Grundlagen des Managements verstehen. • Nachhaltiges Management (Notwendigkeit und Paradigmenwechsel) • Kundenwert als Ziel der nachhaltigen Wertschöpfung, Kundenzu-friedenheit und –begeisterung. • Prozessmanagement als wertschöpfungsorientierte Perspektive auf Organisationen. Anwendungen des Prozessmanagement in Organisationen: • Prozessidentifikation mit Prozesslandkarten • Prozessanalyse • Prozessdokumentation • Prozessverbesserung		

Literatur / Links	Wird von den zuständigen Lehrenden bekannt gegeben.
Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)	5/90
sonst. Informationen	

3.3.2 M2 Investition, Finanzierung und Risikomanagement

Modulnr.	M2		
Titel	Investition, Finanzierung & Risikomanagement		
Verwendbarkeit	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht: Fallbearbeitung, Fallstudien; Exkursion; Gruppenarbeiten; Praxisbeispiele; Diskussion und Moderation; Übungsaufgaben; Multimedialer Einsatz; ggf. Onlinelehre	Angebots-frequenz	je nach Stundenplan
Lehrsprache	deutsch		
SWS	4 h		
LP	5	Workload	150 h
korrespondierende Lehrveranstaltung		empfohlene Vorkenntnisse	
Prüfungsform	Modularbeit oder schriftliche Prüfung	zugelassene Hilfsmittel	In Absprache mit dem Dozierenden
Fachverantwortung	Prof. Dr. Steinicke		
DozentInnen	Prof. Dr. Huber-Jahn, LB Marcel Maier		
Lernziele / Kompetenzen	Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage: • Entscheidungen der Unternehmen über Finanzierungen und Investitionen zu analysieren und zu beurteilen. • Finanzielle Ziele von Unternehmen zu entwickeln und zu verstehen. • Getätigte betriebliche Investitionen zu kontrollieren, sowie Investitionsentscheidungen zu verstehen, zu verteidigen und zu evaluieren. • Finanzierungsformen und Investitionskalküle, sowie deren Umsetzung in der Praxis anzuwenden. • Diverse Finanzierungs- und Investitionsformen sowie Finanz- und Bilanzkennzahlen zu berechnen, zu analysieren und Entscheidungen zu fällen.		

	• Anhand der eigenen betrieblichen Praxis konkrete Investitionsfälle zu beurteilen, sowie Vermutungen über die weitere Entwicklung herzuleiten. • Finanzierungsentscheidungen und deren Grundlagen mithilfe von Medien zu visualisieren und zu kommunizieren. • Allgemeine Prinzipien und Zusammenhänge aus einzelnen Informationen abzuleiten. • Eigenverantwortlich relevante Zahlen und Daten für die Investitionsrechnung, Risikoanalyse und Unternehmens-/ Beteiligungsbewertung im persönlichen betrieblichen Anwendungsbereich zu bestimmen und zuzuordnen.
Lehrinhalte	Finanzmanagement: • Finanzierungsarten im Überblick, Interne Finanzierung, externe Finanzierung (u.a. langfristige und kurzfristige Kreditfinanzierung / Beteiligungsfinanzierung / Mezzaninformen / Verbriefung), Einsatz von Sicherungsinstrumenten im finanziellen Risikomanagement, Strategisches Finanzmanagement Investition und Unternehmensbewertung: • Einführung, Quantitative und qualitative Investitionsrechnung • Investitionsrechnung unter Unsicherheit und Risikoanalyse, Unternehmensbewertung Kennzahlen, wertorientierte Performancemessung, Risikomanagement • Kennzahlen zur wertorientierten Performancemessung, Risikomanagement
Literatur / Links	Busse, F.-J.: Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft, aktuelle Auflage, Oldenbourg. Däumler K.: Betriebliche Finanzwirtschaft, aktuelle Auflage, Herne. Häcker, J. et al.: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung, aktuelle Auflage, München. Kajüter, P. (Hrsg.): Risikomanagement in der Konzernpraxis, aktuelle Auflage, München. Baum, H.-G. et al.: Strategisches Controlling, aktuelle Auflage, Stuttgart. Thommen, Achleitner, Gilbert e.a.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, aktuelle Auflage, Wiesbaden. Thommen, Achleitner, Gilbert e.a.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre Arbeitsbuch, aktuelle Auflage, Wiesbaden. Brealey, Meyers, Allen: Principles of Corporate Finance, akt. Auflage, New York. Ernst, Schneider, Thielen: Unternehmensbewertungen erstellen und verstehen, aktuelle Auflage, München. Hommel, Dehmel: Unternehmensbewertung, aktuelle Auflage, Frankfurt/Main. Ballwieser / Hachmeister, “Unternehmensbewertung – Prozess, Methoden und Probleme”, 6. Auflage, 2021 Pape, "Grundlagen der Finanzierung und Investition", 5. Auflage, 2023 Kruschwitz, "Investitionsrechnung", 15. Auflage, 2019 Weitere Literatur wird von den zuständigen Lehrenden bekannt gegeben.

Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)	5/90
sonstige Informationen	

3.3.3 M3 Kundenwert und Marketing

Modulnr.	M3		
Titel	Kundenwert & Marketing		
Verwendbarkeit	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht, Exkursion	Angebots-frequenz	je nach Stundenplan
Lehrsprache	deutsch		
SWS	4 h		
LP	5	Workload	150 h
korrespondierende Lehrveranstaltung		empfohlene Vorkenntnisse	
Prüfungsform	Modularbeit oder schriftliche Prüfung	zugelassene Hilfsmittel	In Absprache mit dem Dozierenden
Fachverantwortung	Prof. Dr. Steinicke		
DozentInnen	Prof. Dr. Steinicke		
Lernziele / Kompetenzen	Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage… … die systematische Analyse von Kundenzufriedenheit in ausgewählten Servicebranchen (z.B. Handwerk, Hochschule) anzuwenden und die Ergebnisse im Sachkontext zu interpretieren. Sie bearbeiten die Problemstellungen im Rahmen der Kundenzufriedenheitsanalyse als Projekt eigenständig mit Hilfe entsprechender qualitativ-empirischer Methoden. Die Studierenden führen die Kundenzufriedenheitsanalyse in kleinen Projektteams durch und tauschen sich so über die zu behandelnden Problemstellungen und deren Lösungsansätze aus. Durch den Besuch dieses Moduls erkennen die Studierenden die zentrale Bedeutung der Kundenzufriedenheitsanalyse für die Gestaltung impliziter und expliziter Service-Elemente und können diese Erkenntnis im Rahmen ausgewählter Problemstellung des Marketing-Mix anwenden.		
Lehrinhalte	Die Studierenden lernen dafür beispielsweise: • Kundenzufriedenheit und Kundenbegeisterung: Grundlagen, Messung, Interpretation. • Ausgewählte Methoden der graphische und explorativen Datenanalyse. • Elemente und Methoden des strategischen und operativen Marketings. • Erstellung eines Marketingplans, z.B. für vertriebliche Vorgaben.		

	• Erstellung eines Service-Katalogs im Rahmen der Produktpolitik und andere praktische Anwendungen
Literatur / Links	Wird von den zuständigen Lehrenden bekannt gegeben.
Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)	5/90
sonst. Informationen	

3.3.4 M4 Strategisches Management

Modulnr.	M4		
Titel	Strategisches Management		
Verwendbarkeit	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht: Fallbearbeitung und Fallstudien; Praxisbeispiele; Exkursion; Gruppen-arbeiten; Übungsaufgaben; Diskussion und Moderation; Multi-medialer Einsatz; ggf. Online-Lehre	Angebots-frequenz	je nach Stundenplan
Lehrsprache	deutsch		
SWS	4 h		
LP	5	Workload	150 h
korrespondierende Lehrveranstaltung		empfohlene Vorkenntnisse	
Prüfungsform	Modularbeit oder schriftliche Prüfung	zugelassene Hilfsmittel	In Absprache mit dem Dozierenden
Fachverantwortung	Prof. Dr. Hammer		
DozentInnen	Prof. Dr. Hammer, Prof. Dr. Wilhelm Maier		
Lernziele / Kompetenzen	Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage… Fachkompetenz: • Strategisches Management in den betriebswirtschaftlichen Kontext einzuordnen und im Wissenschaftskontext zu analysieren und zu bewerten. • Unternehmerische Problemstellungen kritisch zu analysieren. • Über fundierte Kenntnisse zu Inhalten, Zusammenhängen und Bedeutung betrieblicher Wertschöpfungsprozesse sowie Grundlagen-kenntnisse zu betrieblichen Funktionen zu verfügen. • Management- und Leadership-Instrumente zu differenzieren und um deren Einsatzfelder und Wirkungsweisen zu wissen. • Später als verantwortliche Manager einen Strategieprozess systematisch im Unternehmen zu entwickeln und einzuführen.		

	• Unterschiedliche Arten von Strategien eines Unternehmens zu analysieren und auf Eignung zu bewerten. Methodenkompetenz: • Gelernte Methoden theoretisch anwenden und systematisch einen Strategieprozess im Unternehmen zu adaptieren und einzuführen. Sozialkompetenz: • Durch Fallstudien und Gruppenarbeiten Kommunikations- und Kontaktfähigkeit zu beweisen und zu trainieren. Selbstkompetenz: • Die Bedeutung unternehmerischer Entscheidungen im gesellschaftlichen Wirkungszusammenhang einzuschätzen, um für das eigene Handeln verantwortungsbewusste Rückschlüsse zu treffen.
Lehrinhalte	• Theoretische Perspektiven des Strategischen Managements. • Zentrale Elemente der Strategieentwicklung und der Strategieimplementierung in Unternehmen. • Analyse und Einsatz von Instrumenten des Strategischen Managements. • Strategisches Risikomanagement – Beurteilung von Umweltrisiken und Entwicklung von Handlungsstrategien zum Umgang mit diesen Risiken. • Führung als wesentlicher Teiber der Implementierung von Strategie. • Unterschiedliche Arten von Strategien in Unternehmen, um Kunden zu gewinnen und Wettbewerber zu verdrängen. • Aufsetzen eines Prozesses der Strategieentwicklung in Unternehmen und Einleiten des dazugehörigen Veränderungsprozesses im Unternehmen. • Messung des Fortschrittsprozesses. • Ableiten eines Steuerungskonzepts für den jeweiligen Manager. • Implementierung Integrierter Modelle. • Strategisches Performance Management.
Literatur / Links	Achleitner, A., Thommen, J.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, aktuelle Auflage, Wiesbaden. Vassolo, R.S., Weisz, N., Laker, B.: Advanced Strategic Management - A Dynamic Approach to Competition, Spring 2024 Arnold, M. G.: Systemisch Denken und Handeln in Richtung Nachhaltigkeit - Wertewandel, Strategien, Innovationen, Konsum, Springer 2024 Kamis, A., Tribler, H.: Workbook Strategisches Management 2022 -Die besten Werkzeuge für jede Phase des Strategieprozesses Bodenstein, R., Herget J.: Strategisches Management der Nachhaltigkeit 2024 Zornek, W: Strategisches Management Reloaded - Denken, Handeln und Führen in unsicheren Zeiten, SpringerGabler 2014 Welge, M., Al-Laham, A., Eulerich, M.: Strategisches Management: Grundlagen – Prozess – Implementierung, 8., überarbeitete und erweiterte Auflage, SpringerGabler 2024 Weitere relevante Literatur wird aufgrund ihrer Aktualität in der Vorlesung bekannt gegeben

Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)	5/90
sonst. Informationen	

3.3.5 M5 Externes Rechnungswesen & betriebliches Steuerwesen

Modulnr.	M5		
Titel	Externes Rechnungswesen & betriebliches Steuerwesen		
Verwendbarkeit	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht, Fallbearbeitung und Fallstudien; Praxisbeispiele, Exkursion; Gruppenarbeiten; Diskussion und Moderation; Übungsaufgaben; Multimedialer Einsatz; ggf. Onlinelehre	Angebots-frequenz	je nach Stundenplan
Lehrsprache	Deutsch		
SWS	4 h		
LP	5	Workload	150 h
korrespondierende Lehrveranstaltung		empfohlene Vorkenntnisse	
Prüfungsform	Modularbeit oder schriftliche Prüfung	zugelassene Hilfsmittel	In Absprache mit dem Dozierenden
Fachverantwortung	Prof. Dr. Steinicke		
DozentInnen	Prof. Dr. Huber-Jahn, LB Marcel Maier		
Lernziele / Kompetenzen	Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage… • Fachbegriffe des Rechnungswesens treffsicher und reflektiert zu beherrschen und in den entsprechenden Fachkontext zu transferieren. • Die Grundlagen des internen wie externen Rechnungswesens zu reflektieren und in anwendungsbezogenen Sachverhalten wiederzugeben. • Die sachgerechte Buchung und Bilanzierung von Geschäftsvorfällen zu erstellen und zu analysieren, sowie eine Aufstellung und Analyse von Jahresabschlüssen zu erarbeiten und daraus zu schlussfolgern. • Bilanzen und Geschäfts- und Verlustrechnungen unterschiedlicher Unternehmenstypen und Branchen gegenüberzustellen und Handlungsempfehlungen für die Unternehmensführung herzuleiten. Grundlegende Kenntnisse des betrieblichen Steuerwesens in der Praxis zu beurteilen und Handlungsempfehlungen für Entscheidungsträger zusammenzusetzen. • Zusammenhänge zu ihrer berufspraktischen Tätigkeit mit den Bilanzierungspflichten und -grundsätzen eines Unternehmens herzustellen und zu interpretieren. • Die erworbenen Fachinhalte auf Spezialfragen, Fallstudien und Klausurfälle anzuwenden.		

	• Sich eigenverantwortlich vertiefende Inhalte anzueignen und erlernte Inhalte zielgruppengerecht vermitteln zu können und die Fähigkeit zur intensiven, z.T. auch autodidaktischen Auseinandersetzung mit einschlägigen Rechtsgrundlagen.
Lehrinhalte	<u>Externes Rechnungswesen</u>: Unterschied externes und internes Rechnungswesen (Unterschiede/Aufgaben/gesetzliche Grundlagen): • Grundlagen der Buchführung, Inventur, Inventar und Bilanz, Verbuchung auf Konten, Formen der Gewinn- und Verlustrechnung, Kapitalflussrechnung Finanzberichterstattung: • Grundlagen des Jahresabschlusses (Funktion / Rechtsgrundlagen / Bestandteile / Aufstellung-, Prüfung-, Publizität- und Verknüpfung des Jahresabschlusses mit der steuerlichen Gewinnermittlung / Jahresabschlusspolitik) • Bilanz (Gliederung / Bilanzierung von Anlagevermögen / Bilanzierung von Umlaufvermögen / Bilanzierung von Eigenkapital / Bilanzierung von Fremdkapital / Bilanzierung von Rechnungsabgrenzungsposten / Bilanzierung latenter Steuern) • Gewinn- und Verlustrechnung Konzernabschlüsse: • Aufgaben und Bestandteile des Konzernrechnungswesens, Konzernbilanz und Gewinn- und Verlustrechnung, weitere Informationsinstrumente (Kapitalflussrechnung / Segmentbericht / Eigenkapitalspiegel) Analyse von Jahres- und Konzernabschlüssen: • Einführung, Analyse aus Sicht der Fremdkapitalgeber, Analyse aus Sicht der Eigenkapitalgeber, Weitergehende Kennzahlenanalyse <u>Betriebliches Steuerwesen und Steuerpolitik</u>: • Grundlagen der Besteuerung • System der öffentlichen Abgaben • Steuerliche Grundbegriffe • Deutsches Steuersystem im internationalen Vergleich • Ertragsteuern (Einkommens-, Körperschafts-, Gewerbesteuer) • Umsatzsteuer, Steuerplanungsrechnungen und Rechtsformwahl
Literatur / Links	Wird von den zuständigen Lehrenden bekannt gegeben.
Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)	5/90
sonst. Informationen	

3.3.6 M6 Kosten- und Leistungsrechnung

Modulnr.	M6		
Titel	Kosten- und Leistungsrechnung		
Verwendbarkeit	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht, Exkursion	Angebotsfrequenz	je nach Stundenplan
Lehrsprache	deutsch		
SWS	4 h		
LP	5	Workload	150 h
korrespondierende Lehrveranstaltung		empfohlene Vorkenntnisse	
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung	zugelassene Hilfsmittel	In Absprache mit dem Dozierenden
Fachverantwortung	Prof. Dr. Steinicke		
DozentInnen	Prof. Dr. Langmann		
Lernziele / Kompetenzen	Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage: • Rechenzwecke, Rechenziele und Rechengrößen der Finanzbuchhaltung und der Kosten- und Erlösrechnung zu unterscheiden und zuzuordnen. • Den allgemeinen Aufbau und die konstitutiven Kostenkategorien von Voll- und Teilkostenrechnungssystemen gegenüberzustellen und sie entsprechend der zugrundeliegenden Kostenzurechnungsprinzipien zu überprüfen. • Wesentliche Kostenarten im Rahmen einer Istkostenrechnung zu ermitteln und deren Ansatz aus den spezifischen Rechnungszwecken der Kosten- und Erlösrechnung zu begründen und zu verbinden. • Betriebsabrechnungen und kurzfristige Erfolgsrechnungen auf Basis einer Vollkostenrechnung und einer Grenzplankostenrechnung durchzuführen. • Unterschiede in den Vorgehensweisen der beiden Kostenrechnungssysteme zu beurteilen und die Eignung der Systeme für das operative Erfolgscontrolling zu bewerten. • Die Standardverfahren der Kostenplanung und -kontrolle herzuleiten und auf Basis des erlernten Wissens Handlungsempfehlungen zu konzipieren. • Zahlen und Daten in Ergebnisse und Erfolg zu transferieren. • Informationen zielgerichtet und effektiv zu beschaffen, zu strukturieren und in der Praxis anzuwenden. • Problemlösungsprozesse gestalten. • Anhand von Fallbeispielen, die in Gruppenarbeiten bearbeitet werden, Wissen erklären zu können und Ergebnisse zu debattieren. • Unternehmensentscheidungen eigenverantwortlich auf Basis von aufbereiteten Unternehmenszahlen zu treffen.		

Lehrinhalte	Kostenrechnung: • Überblick. • Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung (Aufwand vs. Kosten/ Kostenkategorien). • Aufbau der Kostenrechnung (Problemstellung / Teilgebiete / Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträgerrechnung). • Kostenrechnung zur Entscheidungsunterstützung und Wirtschaftlichkeitskontrolle (Kostenrechnungssysteme im Überblick / Voll- und Teilkostenrechnung / Ist- und Plankostenrechnung). • Übungsaufgaben. Kostenmanagement: • Grundlegende Zusammenhänge. • Instrumente des Kostenmanagements (operatives und strategisches Kostenmanagement). • Übungsaufgaben zum Kostenmanagement.
Literatur / Links	Wird von den zuständigen Lehrenden bekannt gegeben.
Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)	5/90
sonst. Informationen	

3.3.7 M7 Business Model Design

Modulnr.	M7		
Titel	Business Model Design		
Verwendbarkeit	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht, Exkursion	Angebotsfrequenz	je nach Stundenplan
Lehrsprache	deutsch		
SWS	4 h		
LP	5	Workload	150 h
korrespondierende Lehrveranstaltung		empfohlene Vorkenntnisse	
Prüfungsform	Modularbeit	zugelassene Hilfsmittel	In Absprache mit dem Dozierenden
Fachverantwortung	Prof. Dr. Steinicke		
DozentInnen	Prof. Dr. Thimmel		
Lernziele / Kompetenzen	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage: Fachkompetenz: • die Grundlagen von Geschäftsmodellen und deren Bedeutung für Unternehmen zu verstehen. • innovative Geschäftsmodelle zu entwerfen sowie bestehende Modelle		

	zu analysieren und den KI-Einsatz zu verstehen und einzubauen. • die Möglichkeiten und Herausforderungen von KI in der Entwicklung und Implementierung von Geschäftsmodellen zu bewerten. Methodenkompetenz: • analytisches Denken: Entwicklung der Fähigkeit, komplexe Probleme zu analysieren und Lösungen unter Einsatz von KI-Methoden zu erarbeiten • praktische Umsetzung: Durchführung von Projekten, in denen die Studierenden KI-Tools anwenden, um reale Szenarien zu simulieren und Lösungen zu entwickeln. • systematisches / wissenschaftliches Handeln: Entwicklung von Vorgehensweisen zur Identifikation der Einsatzmöglichkeiten von KI in Geschäftsmodellen. Selbstkompetenz, wie z.B.: • Kommunikationsfähigkeit: Entwicklung der Fähigkeit, komplexe KI-basierte Konzepte klar und verständlich zu kommunizieren, sowohl in schriftlicher als auch in mündlicher Form. • Teamarbeit: Förderung der Zusammenarbeit in Gruppenprojekten und -aufgabenstellungen.
Lehrinhalte	Die Lerninhalte werden den aktuellen Entwicklungen angepasst und sind z.B.: Einführung in Geschäftsmodelle: • Definition und Komponenten von Geschäftsmodellen • Geschäftsmodellinnovationen • Transformation von Geschäftsmodellen Methoden des Business Model Designs und der Geschäftsmodellevaluation: • Business Model Canvas • Value Proposition Design • Minimum Viable Products Digitalisierung als Grundlage von Geschäftsmodellen: • Grundlagen der Digitalisierung • Digitalisierung im Bereich des Wertversprechens von Geschäftsmodellen Künstliche Intelligenz als Enabler: • Identifikation von Geschäftsmöglichkeiten durch KI • Überblick über KI-Technologien und deren Anwendung Praktische Anwendung: • Gruppenprojekte zur Entwicklung eines innovativen Geschäftsmodells unter Einbeziehung von KI • Präsentation und Diskussion der Ergebnisse
Literatur / Links	Wird von den zuständigen Lehrenden bekannt gegeben.
Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)	5/90
sonstige Informationen	

3.3.8 M8 Wahlpflichtmodulgruppe I

Eines der nachfolgenden Wahlpflichtmodule muss je nach Schwerpunktwahl der Studierenden belegt werden. Änderungen vorbehalten.

M8 Zukunftsfähige Organisationsentwicklung

Modulnr.	M8		
Titel	Zukunftsfähige Organisationsentwicklung		
Verwendbarkeit	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Vorlesungen und interaktive Seminare – Fallstudienanalyse - Gruppenarbeiten und Workshops – Projektarbeit und Präsentationen	Angebotsfrequenz	je nach Stundenplan
Lehrsprache	deutsch		
SWS	4 h		
LP	5	Workload	150 h
korrespondierende Lehrveranstaltung		empfohlene Vorkenntnisse	
Prüfungsform	Modularbeit oder schriftliche Prüfung	zugelassene Hilfsmittel	In Absprache mit dem Dozierenden
Fachverantwortung	Prof. Dr. Steinicke		
DozentInnen	Prof. Dr. Hammer, Dr. Osmetz		
Lernziele / Kompetenzen	Das Modul vermittelt den Studierenden fundierte Kenntnisse über Theorien, Strategien und Instrumente zur Förderung von Veränderungsprozessen in Organisationen. Ziel ist es, die Fähigkeit zu entwickeln, Veränderungen in unterschiedlichen Typen von Organisationen erfolgreich zu initiieren und zu leiten. Darüber hinaus werden die Studierenden in der Anwendung von Konzepten zur Diagnose und Lösung organisatorischer Herausforderungen geschult.		
Lehrinhalte	1. Grundlagen der Organisationsentwicklung: - Definition und Prinzipien der Organisationsentwicklung - Historische Entwicklung und aktuelle Trends 2. Theorien und Modelle: - Veränderungsmodelle und Rahmenwerke – Systemtheorie und ihre Anwendung in der Organisationsentwicklung 3. Diagnose und Analyse: - Techniken zur Organisationsdiagnose – Identifizierung von Handlungsfeldern und Entwicklungspotentialen 4. Gestaltung von Veränderungsprozessen: - Entwicklung und Implementierung von Veränderungsstrategien - Widerstände gegen Veränderungen managen 5. Evaluation und Nachhaltigkeit: - Erfolgskontrolle und Nachhaltigkeit von Veränderungsmaßnahmen - Methoden der Evaluation und Feedbackmechanismen 6. Praxisbeispiele, Fallstudien: Analyse von erfolgreichen und gescheiterten Veränderungsprojekte		

Literatur / Links	Kaduk, S., Osmetz, D. (2024). Richtig Widerstehen. Der Weg zur strapazierfähigen Organisation. Oestreich, B., Schröder, C. (2019). Agile Organisationsentwicklung: Handbuch zum Aufbau anpassungsfähiger Organisationen. Laloux, F. (2015). Reinventing Organizations. Mintzberg, H. (2011): Managen. Senge, P. (2006). The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization. Aktuelle Fachartikel und Fallstudien (werden im Kurs zur Verfügung gestellt).
Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)	5/90
sonstige Informationen	

3.3.9 M9.1 Forschungsprojekt I

Modulnr.	M9.1		
Titel	Forschungsprojekt 1 (Grundlagen)		
Verwendbarkeit	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht, Exkursion	Angebotsfrequenz	je nach Stundenplan
Lehrsprache	deutsch		
SWS	4 h		
LP	5	Workload	150 h
korrespondierende Lehrveranstaltung		empfohlene Vorkenntnisse	
Prüfungsform	Modularbeit	Zugelassene Hilfsmittel	In Absprache mit dem Dozierenden
Fachverantwortung	Prof. Dr. Steinicke		
DozentInnen	Prof. Dr. Steinicke		
Lernziele / Kompetenzen	Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage: • Forschungsergebnisse verschiedener Institutionen analytisch-kritisch zu beurteilen sowie eigene Forschungskonzepte zu erstellen und umzusetzen. • Ein Forschungsvorhaben in Form eines Problems oder einer Fragestellung auszudrücken, das gelöst bzw. beantwortet werden muss und somit eine eigene Forschungsfrage herzuleiten und zu formulieren. • Nach relevanter akademischer Literatur suchen und diese kritisch bewerten. • Die Rolle von KI im Rahmen wissenschaftlichen Arbeitens einzuschätzen. • Das Forschungsdesigns zu entwerfen. • Verfahren der Statistik im Rahmen empirischer Forschungsmethoden zu kennen und anzuwenden und damit identifizierte Problemstellungen zu lösen.		

	• Die Informationsflut zu verdichten, das Wesentliche vom Unwesentlichen zu unterscheiden, Tendenzen und Zusammenhänge zu erkennen und daraus richtige Strategien und Schlüsse abzuleiten.

Lehrinhalte	Die Studierenden lernen dafür beispielsweise:
	• Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens
	• Grundlagen empirischer Forschung
	  ○ Definition und Inhalte empirischer Sozialforschung
	  ○ Grundlagen der Wissenschaftstheorie
	  ○ Überblick über Untersuchungsformen & -prozesse
	  ○ Primär- und Sekundärforschung
	  ○ Grundlagen qualitativer und quantitativer Forschungsmethoden
	• Explorative und Grafische Datenanalyse
	• Korrelationsanalyse
	• Regressionsanalyse:
	  ○ Multivariate lineare Regression
	  ○ Logistische Regression

Literatur / Links	Wird von den zuständigen Lehrenden bekannt gegeben.
Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)	5/90
sonst. Informationen	

M9.2 Forschungsprojekt II

Modulnr.	M9.2		
Titel	Forschungsprojekt 2 (Empirie)		
Verwendbarkeit	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht, Exkursion	Angebotsfrequenz	je nach Stundenplan
Lehrsprache	deutsch		
SWS	4 h		
LP	5	Workload	150 h
korrespondierende Lehrveranstaltung		empfohlene Vorkenntnisse	
Prüfungsform	Modularbeit	zugelassene Hilfsmittel	In Absprache mit dem Dozierenden
Fachverantwortung	Prof. Dr. Steinicke		
DozentInnen	Prof. Dr. Steinicke		
Lernziele / Kompetenzen	Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage: • Das Forschungsdesigns zu verfeinern und ggf. die Datenerhebung, -analyse und -interpretation durchzuführen.		

	• Die Studierenden erarbeiten beispielsweise gemeinsam theoretische Grundlagen der empirischen Sozialforschung sowie die dahinterliegenden theoretischen Konzepte von Primär- und Sekundärforschung. • Sie sind in der Lage, sich intensiv und objektiv-kritisch mit wissenschaftlichen Problemstellungen auseinandersetzen und eigenständig neue Forschungsansätze entwickeln. • Sachverhalte strukturiert und umfassend zu bearbeiten, sodass ein planmäßiges und zielorientiertes Vorgehen ermöglicht wird.
Lehrinhalte	• Gliederung und Struktur einer wissenschaftlichen Arbeit erstellen • Kurzes wissenschaftliches Papier schreiben • Angemessene Zitationsweisen anwenden • Ordentliche Literaturverzeichnisse erstellen • Die wissenschaftliche Arbeit im Rahmen einer Poster-Präsentation zur Diskussion stellen • Quantitative und qualitative Datenerhebung • Transkriptionsverfahren • Gütekriterien • Auswahl- und Auswertungsverfahren
Literatur / Links	Wird von den zuständigen Lehrenden bekannt gegeben.
Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)	5/90
sonst. Informationen	

M10 Wirtschaftsrecht und Wirtschaftspolitik

Modulnr.	M10		
Titel	Wirtschaftsrecht und Wirtschaftspolitik		
Verwendbarkeit	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht, Praxisbeispiele, Diskussion und Moderation, Fallsudien	Angebotsfrequenz	je nach Stundenplan
Lehrsprache	deutsch		
SWS	4 h		
LP	5	Workload	150 h
korrespondierende Lehrveranstaltung		empfohlene Vorkenntnisse	
Prüfungsform	Modularbeit	zugelassene Hilfsmittel	In Absprache mit dem Dozierenden
Fachverantwortung	Prof. Dr. Steinicke		
DozentInnen	LB Prof. Benedikt		

Lernziele / Kompetenzen	Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage… • die wichtigsten wirtschaftsrechtlichen Bestimmungen für die gesamtwirtschaftlichen Prozesse und das unternehmerische Handeln innerhalb der deutschen Volkswirtschaft zu kennen. • die Maßgeblichkeit des öffentlichen und privaten Wirtschaftsrechts für die Rechtsbeziehungen zwischen staatlichen Instanzen und privaten Wirtschaftsakteuren einerseits sowie andererseits zwischen privaten Wirtschaftsakteuren untereinander zu kennen und zu bewerten. • die Kernelemente der "Sozialen Marktwirtschaft" sowie die wirtschaftspolitischen Eingriffs- und Steuerungsmöglichkeiten der Träger der Wirtschaftspolitik hierzulande zu kennen und einzuordnen. • die aktuelle Wirtschaftslage und die zentralen außen- und binnenwirtschaftlichen Herausforderungen sowie die wirtschafts-, finanz-, steuer- und sozialpolitischen Handlungsoptionen zu bewerten. • den Aufbau, die Organisation und die Aufgaben der Europäischen Währungsunion sowie die Ziele der europäischen Geldpolitik zu überblicken. • die aktuelle monetäre und geldpolitische Situation im Euroraum und die Lage an den internationalen Finanzmärkten einzuordnen. • die Vor- und Nachteile der zunehmenden Digitalisierung im internationalen Zahlungsverkehr, insbesondere in Form von Krypto-Token und Digitalem Zentralbankgeld zu bewerten.
Lehrinhalte	<u>Wirtschaftsrecht</u>: • Überblick über Rechtsgebiete, die zentral für wirtschaftliche Prozesse und unternehmerisches Handeln der deutschen Wirtschaftsordnung ("Soziale Marktwirtschaft") sind. • Kernelemente des Wirtschaftsverfassungsrechts (insbes. einschlägige Artikel des Grundgesetzes), des Öffentlichen Wirtschaftsrecht und des Privaten Wirtschaftsrechts. • Grundlagen wichtiger konkreter wirtschaftlicher Gebiete, wie Wettbewerbs- und Kartellrecht, Gesellschafts- und Handelsrecht. • Einführung in das Europäische Wirtschaftsrecht und dessen Bedeutung für die europäische und deutsche Wirtschaft. <u>Wirtschaftspolitik</u>: • Wirtschaftstheoretische Grundlagen und Kernelemente der "Sozialen Marktwirtschaft". • Ziele, auf deren Erreichen die Träger der staatlichen Wirtschaftspolitik laut Stabilitäts- und Wachstumsgesetz verpflichtet sind. • Erläuterung der konkreten wirtschaftspolitischen Eingriffs- und Steuerungsmöglichkeiten der staatlichen Träger der Wirtschaftspolitik. • Überblick über die aktuelle Wirtschaftslage in Deutschland. • Skizzierung der internationalen Rahmenbedingungen (u.a. Zollpolitik, Deglobalisierung, usw.) und der strukturellen Probleme der deutschen Volkswirtschaft. • Darstellung und Bewertung der bereits erfolgten sowie der geplanten Maßnahmen der aktuellen Bundesregierung in der Wirtschafts-,

	Finanz-, Steuer- und Sozialpolitik zur Überwindung der anhaltenden Wirtschaftsschwäche. • Aufbau, Organisation und Aufgaben der Europäischen Währungsunion. • Einführung in die theoretischen Grundlagen der europäischen Geldpolitik und die Ausgestaltung der praktischen Geldpolitik im Eurosystem. • Darstellung der aktuellen monetären und geldpolitischen Situation im Euroraum sowie der Lage an den internationalen Finanzmärkten. • Überblick über aktuelle Entwicklungen im internationalen Zahlungsverkehr, insbesondere über die Entwicklung des Krypro-Token-Marktes und über die geplante Einführung des Digitalen Euros.
Literatur / Links	Wird von den zuständigen Lehrenden bekannt gegeben.
Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)	5/90
sonst. Informationen	

3.3.10 M11 Wahlpflichtmodulgruppe II

Eines der nachfolgenden Wahlpflichtmodule muss je nach Schwerpunktwahl der Studierenden belegt werden. Änderungen vorbehalten.

M11.1 Prozesse und Digitalisierung

Modulnr.	M11.1		
Titel	Wahlpflichtmodul II – Prozesse & Digitalisierung		
Verwendbarkeit	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Präsenz- und Online-Trainings in interaktiven Lernformaten wie z.B. Blended Learning, Scenario-Based Learning und Flipped Classroom. Seminaristischer Unterricht: Grundlagen und Vertiefung ausgewählter Themen der Prozessdokumentation, Digitalisierung, Prozesssteuerung und Governance. Selbststudium: Anwendung und Vertiefung softwaregestützter Prozessmanagement- und Analysewerkzeuge. Praktische Workshops: Hands-on-Übungen zur Prozessaufnahme, Prozessdokumentation, Readiness-Bewertung, KPI-Entwicklung und Automatisierungspriorisierung.	Angebotsfrequenz	je nach Stundenplan

	Übungen: Anwendung der Inhalte auf reale oder realitätsnahe Fallstudien aus dem Management-Alltag. Projektarbeit: Entwicklung eines Digitalisierungs-dossiers in Gruppenarbeit mit laufendem Coaching. Diskussionen: Reflexion über Nutzen, Risiken, Akzeptanz, Verantwortung und organisatorische Auswirkungen digitalisierter Prozesse.		
Lehrsprache	deutsch		
SWS	4 h		
LP	5	Workload	150 h
korrespondierende Lehrveranstaltung		empfohlene Vorkenntnisse	
Prüfungsform	Modularbeit oder schriftliche Prüfung	zugelassene Hilfsmittel	In Absprache mit dem Dozierenden
Fachverantwortung	Prof. Dr. Steinicke		
DozentInnen	LB Frank		
Lernziele / Kompetenzen	Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage… Fachkompetenz: • Betriebliche Prozesse hinsichtlich des Ziels, Prozessgrenzen, Auslöser, Input, Output, Rollen, Verantwortlichkeiten und Varianten systematisch zu beschreiben. • Prozessdokumentationen mit softwaregestützten Prozessmanagement-Werkzeugen strukturiert aufzubauen und für organisatorische Zwecke nutzbar zu machen. • Prozessreife, Digitalisierungsreife und Steuerungsfähigkeit von Geschäftsprozessen fachlich einzuordnen. • Zusammenhänge zwischen Prozessgestaltung, Datenqualität, System-landschaft, Schnittstellen, Automatisierung und Governance zu erklären. Methodenkompetenz: • Prozessfälle mithilfe geeigneter Analyseinstrumente wie Prozesssteck-brief, Readiness-Check, KPI-Set, Automatisierungsbewertung und Ver-antwortungsmatrix zu bearbeiten. • Prozessdaten, Medienbrüche, Systemübergänge und Kennzahlen für die Bewertung digitaler Prozessfähigkeit zu identifizieren. • Automatisierungspotenziale differenziert nach Nutzen, Regelklarheit, Datenqualität, Risiko und Umsetzbarkeit zu priorisieren. • Verantwortlichkeiten, Freigaben und Kontrollpunkte in digitalisierten Prozessen mithilfe geeigneter Rollen- und Governance-Modelle zu strukturieren Selbstkompetenz: • Selbstständigkeit: Eigenverantwortliche Bearbeitung eines realen oder realitätsnahen Prozessfalls von der Dokumentation bis zur Digitalisierungsbewertung.		

	• Kritisches Denken: Fähigkeit, Digitalisierungs- und Automatisierungsvorschläge nicht nur technisch, sondern auch organisatorisch, wirtschaftlich und risikobezogen zu beurteilen. • Reflexionsfähigkeit: Bewusstsein für Grenzen, Voraussetzungen und Nebenwirkungen digitaler Prozessgestaltung. • Anpassungsfähigkeit: Entwicklung von Sicherheit im Umgang mit digitalen Prozesswerkzeugen und dynamischen Anforderungen an Organisationen. Soziale Kompetenz: • Kommunikationsfähigkeit: Fähigkeit, Prozesslogiken, Digitalisierungsoptionen und Risiken klar, nachvollziehbar und adressatengerecht darzustellen. • Teamarbeit: Gemeinsame Bearbeitung komplexer Prozessfälle in Projektteams mit verteilter Verantwortung. • Kooperationsfähigkeit: Abstimmung zwischen Prozessperspektive, Datenperspektive, technischer Umsetzung und Managemententscheidung. • Präsentationsfähigkeit: Strukturierte Vorstellung eines Prozess- und Digitalisierungskonzepts vor einer fachlichen Zielgruppe.
Lehrinhalte	1. Grundlagen der Prozessaufnahme und Prozessdokumentation: • Prozessziele, Prozessgrenzen, Auslöser, Input, Output, Rollen, Verantwortlichkeiten und Prozessvarianten. • Strukturierte Dokumentation betrieblicher Prozesse mit softwaregestützten Prozessmanagement-Werkzeugen. 2. Prozessreife, Digitalisierungsreife und Readiness: • Bewertung der fachlichen Klarheit, Stabilität und Standardisierbarkeit von Prozessen. • Analyse digitaler Voraussetzungen wie Datenbasis, Systemfähigkeit, Schnittstellen, Medienbrüche und Steuerungsfähigkeit. 3. Prozessdaten, Kennzahlen und Automatisierungspotenziale: • Identifikation relevanter Prozessdaten, Dokumente, Systeme und Informationsflüsse. • Entwicklung geeigneter Prozess-KPIs zur Messung von Qualität, Geschwindigkeit, Fehlern, Nacharbeit und Automatisierungsgrad. • Bewertung von Automatisierungsoptionen wie Workflow, RPA, API, Low-Code-Anwendungen, KI-gestützten Assistenzfunktionen und menschlichen Entscheidungsanteilen. 3. Governance, Verantwortung und Transfer: • Rollen- und Verantwortungsmodelle für digitalisierte Prozesse, insbesondere Freigaben, Kontrollpunkte, Eskalationen und Human-in-the-loop. • Entwicklung eines umsetzungsorientierten Digitalisierungsdossiers mit Prozessdokumentation, Reifegradbewertung, KPI-Logik, Automatisierungsbewertung, Governance-Struktur und Handlungsempfehlung.

Literatur / Links	• Dumas, M., La Rosa, M., Mendling, J. and Reijers, H. A. (2018): Fundamentals of Business Process Management. Berlin: Springer. • vom Brocke, J. and Rosemann, M. (eds.) (2015): Handbook on Business Process Management. Berlin: Springer. • Davenport, T. H. (1993): Process Innovation: Reengineering Work through Information Technology. Boston: Harvard Business School Press. • van der Aalst, W. M. P. (2016): Process Mining: Data Science in Action. Berlin: Springer. • DAMA International (2017): DAMA-DMBOK: Data Management Body of Knowledge. 2nd ed. Basking Ridge: Technics Publications. • Westerman, G., Bonnet, D. and McAfee, A. (2014): Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation. Boston: Harvard Business Review Press. • Kotter, J. P. (1996): Leading Change. Boston: Harvard Business School Press. • Ergänzend: Aktuelle Dokumentationen und Anwendungshilfen zu Q.wiki, digitalen Prozessmanagement-Werkzeugen, Workflow-Automatisierung und KI-gestützter Prozessunterstützung.
Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)	5/90
sonst. Informationen	

M11.2 Design Thinking

Modulnr.	M11.2		
Titel	Wahlpflichtmodul II – Design Thinking		
Verwendbarkeit	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht, Projekt-basiertes Lernen, Selbstgesteuertes Lernen / Erfahrungslernen, Präsenta-tionen und Peer-Feedback	Angebots-frequenz	je nach Stundenplan
Lehrsprache	deutsch		
SWS	4 h		
LP	5	Workload	150 h
korrespondierende Lehrveranstaltung		empfohlene Vorkenntnisse	
Prüfungsform	Modularbeit oder schriftliche Prüfung	zugelassene Hilfsmittel	In Absprache mit dem Dozierenden
Fachverantwortung	Prof. Dr. Steinicke		
DozentInnen	Prof. Dr. Steinicke		

Lernziele / Kompetenzen	Fachkompetenz Die Studierenden verstehen die theoretischen Grundlagen, Prinzipien und Anwendungsfelder des Design Thinking als menschenzentrierten Innovationsansatz. Sie kennen die Phasen des Design-Thinking-Prozesses und deren Bedeutung für die Entwicklung innovativer Produkte, Dienstleistungen, Geschäftsmodelle und organisatorischer Lösungen (z.B. zur Prozessgestaltung). Methodenkompetenz Die Studierenden sind in der Lage, komplexe und offene Problemstellungen systematisch mit Hilfe des Design-Thinking-Ansatzes zu bearbeiten. Sie können Nutzerbedürfnisse analysieren, geeignete Methoden der Nutzerforschung anwenden, Problemräume strukturieren, kreative Ideen generieren und bewerten sowie Prototypen entwickeln und ggf. testen. Die Studierenden beherrschen ausgewählte Kreativitäts-, Moderations- und Visualisierungstechniken und können digitale Werkzeuge zur Unterstützung kollaborativer Innovationsprozesse einsetzen. Selbstkompetenz Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit, mit Unsicherheit, Mehrdeutigkeit und iterativen Entwicklungsprozessen konstruktiv umzugehen. Sie reflektieren ihr eigenes Denken und Handeln im Innovationsprozess und lernen, Fehler als Lernchance zu nutzen. Darüber hinaus stärken sie ihre Eigeninitiative, Kreativität sowie ihre Fähigkeit zum selbstständigen und lebenslangen Lernen. Sozialkompetenz Die Studierenden arbeiten in kleinen Projektteams und tauschen sich so über die zu behandelnden Problemstellungen und deren Lösungsansätze aus. Sie sind in der Lage, das Projekt zielgruppenadäquat und mit Hilfe moderner Werkzeuge und Medien zu dokumentieren. Darüber hinaus können sie interdisziplinär zusammenarbeiten, konstruktiv Feedback geben und annehmen, unterschiedliche Perspektiven integrieren sowie Ergebnisse adressatengerecht präsentieren und vertreten.
Lehrinhalte	Die Studierenden lernen dafür beispielsweise: • Grundlagen, Prinzipien und Mindset des Design Thinking • Design Thinking als Ansatz des Innovationsmanagements • Nutzerzentrierung und Human-Centered Design • Problemidentifikation und Problemverständnis • Methoden der Nutzerforschung (z. B. Interviews, Beobachtungen, Empathy Maps) • Entwicklung von Personas und Customer Journeys • Kreativitätstechniken zur Ideenentwicklung • Divergentes und konvergentes Denken • Ideengenerierung, -bewertung und -auswahl • Testen und Validieren von Lösungsansätzen • Iterative Entwicklungs- und Lernprozesse • Kollaborative Innovationsarbeit in interdisziplinären Teams • Dokumentation und Präsentation von Innovationsprojekten

	• Bearbeitung eines praxisnahen Innovationsprojekts entlang des gesamten Design-Thinking-Prozesses
Literatur / Links	• Brown, T. (2009): *Change by Design: How Design Thinking Creates New Alternatives for Business and Society*. Harper Business. • Lewrick, M.; Link, P.; Leifer, L. (2020): *The Design Thinking Toolbox*. Wiley. • Meinel, C.; von Thienen, J. (Hrsg.) (2024): *Design Thinking*. Springer Gabler. • Plattner, H.; Meinel, C.; Leifer, L. (Hrsg.) (2018): *Design Thinking Research*. Springer. • Stickdorn, M.; Hormess, M.; Lawrence, A.; Schneider, J. (2018): *This is Service Design Doing*. O'Reilly. • Osterwalder, A.; Pigneur, Y.; Bernarda, G.; Smith, A. (2014): *Value Proposition Design*. Wiley. • Liedtka, J.; Salzman, R.; Azer, D. (2017): *Design Thinking for the Greater Good*. Columbia University Press.
Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)	5/90
sonst. Informationen	

3.3.11 M12 Wahlpflichtmodulgruppe III

Eines der nachfolgenden Wahlpflichtmodule muss je nach Schwerpunktwahl der Studierenden belegt werden. Änderungen vorbehalten.

M12.1 Künstliche Intelligenz

Modulnr.	M12.1		
Titel	Wahlpflichtmodul III – Künstliche Intelligenz		
Verwendbarkeit	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht: Grundlagen und Vertiefung spezifischer Themen. Praktische Workshops: Hands-on-Übungen mit verschiedenen KI-Tools. Übungen: Übungen zur Anwendung von KI-Lösungen auf reale Probleme. Diskussionen: Reflexion über die gesellschaftlichen ethischen und Implikationen von KI.	Angebots-frequenz	je nach Stundenplan
Lehrsprache	deutsch		

SWS	4 h		
LP	5	Workload	150 h
korrespondierende Lehrveranstaltung		empfohlene Vorkenntnisse	
Prüfungsform	Modularbeit oder schriftliche Prüfung	zugelassene Hilfsmittel	In Absprache mit dem Dozierenden
Fachverantwortung	Prof. Dr. Steinicke		
DozentInnen	LB Frank		
Lernziele / Kompetenzen	In diesem Wahlpflichtmodul werden die Grundlagen der Künstlichen Intelligenz (KI) behandelt sowie verschiedene Tools und deren Anwendungsmöglichkeiten im beruflichen Kontext erkundet. Die Studierenden lernen, wie KI in unterschiedlichen Branchen eingesetzt wird und erwerben praktische Fähigkeiten durch Übungen. Fachkompetenz: • Grundlagen der KI: Verständnis der grundlegenden Konzepte, Techniken und Anwendungen der Künstlichen Intelligenz. • Tool-Kenntnis: Überblick über gängige KI-Tools und -Platt-formen, wie z.B. Machine Learning Frameworks, Natural Language Processing Tools und Automatisierungssoftware. • Anwendung im Beruf: Fähigkeit, spezifische KI-Tools für betriebliche Problemstellungen zu identifizieren und einzusetzen. Methodenkompetenz: • Analytisches Denken: Entwicklung der Fähigkeit, komplexe Probleme zu analysieren und Lösungen unter Einsatz von KI-Methoden zu erarbeiten. • Praktische Umsetzung: Durchführung von Projekten, in denen die Studierenden KI-Tools anwenden, um reale Szenarien zu simulieren und Lösungen zu entwickeln. Selbstkompetenz, wie z.B.: • Selbstständigkeit: Eigenverantwortliches Lernen und Forschen zu aktuellen Entwicklungen im Bereich der KI. • Kritisches Denken: Fähigkeit, die Auswirkungen von KI-Technologien auf Gesellschaft und Unternehmen kritisch zu reflektieren. • Anpassungsfähigkeit: Entwicklung von Flexibilität im Umgang mit neuen Technologien und sich verändernden Arbeitsbedingungen. Sozialkompetenz, wie z.B.: • Kommunikationsfähigkeit: Entwicklung der Fähigkeit, komplexe technische Konzepte klar und verständlich zu kommunizieren, sowohl in schriftlicher als auch in mündlicher Form. • Teamarbeit: Förderung der Zusammenarbeit in Gruppenprojekten zur Lösung von KI-gestützten Aufgaben		
Lehrinhalte	1. Einführung in die Künstliche Intelligenz, wie z.B.: • Definition und Geschichte der KI • Grundlegende Konzepte: Machine Learning, Deep Learning, Natural Language Processing		

	2. KI-Tools und -Technologien, wie z.B.: • Überblick über gängige KI-Tools (z.B. ChatGPT, Claude etc.) • Vergleich und Auswahl geeigneter Tools für verschiedene Anwendungsfälle 3. Anwendung von KI im Beruf, wie z.B.: • Fallstudien aus verschiedenen Branchen • Praktische Übungen zur Anwendung von KI-Tools an realen Projekten 4. Ethische und gesellschaftliche Aspekte der KI, wie z.B.: • Diskussion über die Auswirkungen von KI auf Arbeitsplätze und Gesellschaft • Ethische Fragestellungen im Umgang mit KI-Technologien
Literatur / Links	Russell, S. & Norvig, P. (2020): Artificial Intelligence: A Modern Approach. 4. Aufl. Pearson. *Diese umfassende Einführung in die KI behandelt sowohl theoretische als auch praktische Aspekte und ist ein Standardwerk in der KI-Aus-bildung.* Chui, M., Manyika, J. & Miremadi, M. (2016): Where machines could replace humans—and where they can't (yet). McKinsey Quarterly. *Dieser Artikel analysiert die Auswirkungen von KI auf verschiedene Branchen und bietet Einblicke in die zukünftige Entwicklung von Arbeitsplätzen.* Brynjolfsson, E. & McAfee, A. (2014): The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies. W. W. Norton & Company. *Die Autoren diskutieren die Auswirkungen von digitalen Technologien, einschließlich KI, auf die Wirtschaft und die Gesellschaft.* Marr, B. (2018): Artificial Intelligence in Practice: How 50 Successful Companies Used AI and Machine Learning to Solve Problems. Wiley. *Dieses Buch bietet praktische Beispiele, wie Unternehmen KI erfolgreich implementiert haben, und zeigt verschiedene Anwendungsfälle auf.* Davenport, T. H. & Ronanki, R. (2018): Artificial Intelligence for the Real World. Harvard Business Review. *In diesem Artikel wird erörtert, wie Unternehmen KI in der Praxis nutzen können, um ihre Geschäftsprozesse zu optimieren.* Frey, C. B. & Osborne, M. A. (2017): The future of employment: How susceptible are jobs to computerization? Technological Forecasting and Social Change, 114, 254-280. *Diese Studie untersucht, welche Berufe am stärksten von der Automatisierung durch KI betroffen sind.*
Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)	5/90
sonst. Informationen	

M12.2 Innovationsdenken

Modulnr.	M12.2		
Titel	Wahlpflichtmodul III – Innovationsdenken		
Verwendbarkeit	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch		
	verwandte MBA-Studiengänge		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht, Case-Studies, Exkursion, Teamarbeit, Praxisbeispiele, Diskussion und Moderation; Workshops; ggf. Online-Lehre	Angebotsfrequenz	je nach Stundenplan
Lehrsprache	deutsch		
SWS	4 h		
LP	5	Workload	150 h
korrespondierende Lehrveranstaltung		empfohlene Vorkenntnisse	
Prüfungsform	Modularbeit oder schriftliche Prüfung	Zugelassene Hilfsmittel	In Absprache mit dem Dozierenden
Fachverantwortung	Prof. Dr. Steinicke		
DozentInnen	LB Tobias Wetzel		
Lernziele / Kompetenzen	Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage… • theoretische Modelle und Methoden sicher in einen praktischen Kontext übertragen und zur Bearbeitung realer Innovationsfragestellungen einzusetzen. • neuen Ideen offen, neugierig und ohne vorzeitige Bewertung betrachten und deren Potenzial systematisch einschätzen. • Probleme aus mehreren Blickwinkeln analysieren, bestehende Annahmen hinterfragen und alternative Lösungsansätze entwickeln. • in einem definierten Zeitrahmen eine Fragestellung zur Entwicklung einer Innovation zu bearbeiten und vorzustellen. • ein praxisorientiertes, wissenschaftliches Projekt strukturiert planen, im Team umsetzen und in einem klar definierten Zeitrahmen präsentieren. • relevante Forschungsergebnisse präzise herausarbeiten, argumentativ stützen und im Kolloquium überzeugend darstellen. • kritische reflektieren, wie sie kommunizieren, und in ihren Kommunikationsstil bewusst an unterschiedliche Situationen und Stakeholder anpassen. • in interdisziplinären Teams effektiv zusammenarbeiten und dabei verschiedene Sichtweisen konstruktiv integrieren, um zu robusten, innovativen Lösungen zu gelangen.		
Lehrinhalte	Dieses Modul vermittelt praxisnah, wie innovative Ideen entstehen, weiterentwickelt und erfolgreich umgesetzt werden können. Dabei steht stets ein unternehmerisches Mindset im Vordergrund, das Innovationen und Offen-		

	heit bewusst fördert. Anhand realer Beispiele aus der Unternehmenspraxis werden zentrale theoretische Methoden, kreative Problemlösungstechniken sowie Ansätze zur Entwicklung einer nachhaltigen Innovationskultur beleuchtet. Durch interaktive Fallstudien, Workshops und Teamaufgaben entwickeln die Studierenden ein unternehmerisches Mind-Set und lernen, disruptiven Veränderungen mit Offenheit und Neugier zu begegnen. Ziel ist es, die Mechanismen von Innovationsprozessen zu verstehen und die Fähigkeit auszubauen, Innovationspotenziale bewusst zu erkennen und zu nutzen. Ein besonderes Highlight ist die Innovationswoche, in der die zuvor erarbeiteten Ideen gemeinsam mit Expertinnen und Experten aus der Industrie weiterentwickelt und in greifbare Konzepte überführt werden. Hier kommen Theorie, Kreativität und Realumsetzung zusammen – eine intensive und inspirierende Phase, in der Ideen tatsächlich zum Leben erweckt werden. Während des Moduls bekommen die Studierenden die Möglichkeit mit einem renommierten Luftfahrunternehmen zusammenzuarbeiten. Neben der gemeinsamen Projektarbeit erhalten sie Einblicke hinter die Kulissen – inklusive Werksführung, Austausch mit Fachleuten und der Möglichkeit, theoretische Methoden unmittelbar im Unternehmenskontext anzuwenden. Schwerpunkte werden sein: • Kreativtechniken • theoretische Ansätze zu Innovationsprozessen • reale Erfolgsgeschichten von Start-ups • Präsentationstechniken und Pitch-Training • Innovations-Workshop mit Diehl Aviation Während des Moduls arbeiten die Studierenden eng mit der Hochschule München und dem Industriepartner zusammen, entwickeln praxisnahe Ansätze und vertiefen sowohl fachliche als auch überfachliche Kompetenzen. Zum Abschluss werden die Projektergebnisse auf Management-Ebene im Unternehmen präsentiert und diskutiert.
Literatur / Links	Die Fachliteratur ist abhängig vom gewählten Thema und kann mit dem jeweiligen Betreuer individuell abgestimmt werden und wird in der Vorlesung bekannt gegeben. Zur wissenschaftlichen Ausarbeitung des Projektmodules gelten die Richtlinien der Hochschule München.
Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)	5/90
sonst. Informationen	

3.3.12 M13 Wahlpflichtmodulgruppe IV

Eines der nachfolgenden Wahlpflichtmodule muss je nach Schwerpunktwahl der Studierenden belegt werden. Änderungen vorbehalten.

M13.1 Praxisprojekt 1

Modulnr.	M13.1		
Titel	Wahlpflichtmodul IV – KI-Agenten im Prozessmanagement		
Verwendbarkeit	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform		Angebotsfrequenz	je nach Stundenplan
Lehrsprache	deutsch		
SWS	4 h		
LP	5	Workload	150 h
korrespondierende Lehrveranstaltung	Präsenz- und Online-Training, Seminaristischer Unterricht, Selbst-studium, Workshops, Hand-on-Übungen, Diskussionen, Exkursion	empfohlene Vorkenntnisse	
Prüfungsform	Modularbeit oder schriftliche Prüfung	zugelassene Hilfsmittel	In Absprache mit dem Dozierenden
Fachverantwortung	Prof. Dr. Steinicke		
DozentInnen	LB Frank		
Lernziele / Kompetenzen	Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage… Fachkompetenz: • die Architektur von KI-Agenten (Reasoning, Planning, Tool-Usage) von einfachen Chat-Anwendungen abzugrenzen. • komplexe Prozessketten aus dem operativen Management (M1) in agentenbasierte Automatisierungslogiken zu übersetzen. Methodenkompetenz: • das Kennenlernen einer Low-Code-Plattform zur Orchestrierung von Multi-Agenten-Systemen (Basiswissen) • Schnittstelle (APIs) zwischen verschiedenen KI-Modellen und Business-Tools zu skizzieren. Selbstkompetenz, wie z.B.: • Selbständigkeit: eigenverantwortliches Lernen und Forschen zu aktuellen Entwicklungen im Bereich der KI. • Kritisches Denken: Fähigkeit, die Auswirkungen von KI-Technologien auf Gesellschaft und Unternehmen kritisch zu reflektieren. • Anpassungsfähigkeit: Entwicklung von Flexibilität im Umgang mit neuen Technologien und sich verändernden Arbeitsbedingungen. Sozialkompetenz, wie z.B.:		

	• Kommunikationsfähigkeit: Entwicklung der Fähigkeit, komplexe technische Konzepte klar und verständlich zu entwerfen. • Teamarbeit: In Projektteams komplexe Automatisierungslösungen zu entwickeln und deren strategischen Nutzen vor Entscheidern zu präsentieren.
Lehrinhalte	1. Vom statischen Prozess zum autonomen Agenten: • Identifikation von Agentic Use-Cases in bestehenden Prozesslandkarten. • Design von Feedback-Loops und Entscheidungsknoten für KI-Agenten. 2. Basiswissen über Technische Orchestrierung: • Nodes, Trigger und Workflow-Design für fortgeschrittene Automatisierung. • Einbindung von LLMs als "Gehirn" des Prozesses (Advanced Prompting & Tool-Usage) 3. Multi-Agent-Systeme & Memory.: • Einführung in die Zusammenarbeit verschiedener Agenten (z.B. Researcher-Agent & Analyst-Agent). • Konzeptuelle Implementierung von Langzeitgedächtnis und Kontextsteuerung in Workflows. 4. Praxis-Transfer & Exkursion: • Vor-Ort-Besuche bei Unternehmen, Gremien und Innovationshubs. • Für Fortgeschrittene: Skizzierung und Bau eines Agenten. <u>Lehr- und Lernmethoden</u>: • Präsenz- und Online-Trainings in interaktiven Lernformaten wie z.B. Blended oder Scenario-Based-Learning, Flipped Classroom. • Seminaristischer Unterricht: Grundlagen und Vertiefung spezifischer Themen der Agenten-Architektur und deren Management-Relevanz. • Selbststudium: Anwendung und Software / Tool-Training. • Praktische Workshops: Hand-on-Übungen mit modernen Ki-Tools zur Konfiguration und Vernetzung von Arbeitsabläufen. • Übungen: Anwendungen von KI-Lösungen auf reale Probleme und Fallstudien aus dem Management-Alltag. • Diskussionen: Reflexion über die ethischen und gesellschaftlichen Implikationen autonom agierender KI-Systeme in Unternehmen.
Literatur / Links	• n8n-Documentation: Advanced Workflows and AI-Nodes. • Westermann, G. et al. (2014): Leading Digital; Turning Technology into Business Transformation. • Aktuelle Whitepaper zu Generativ AI-Workflows (z.B. von McKinsey oder Gartner). • Ergänzend zur Literatur des Basis-Moduls (Russell & Norvig, 2020).
Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)	5/90
sonst. Informationen	

M13.2 Praxisprojekt 2

Modulnr.	M13.2		
Titel	Wahlpflichtmodul IV – Praxisprojekt 2		
Verwendbarkeit	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Lehrveranstaltung, Übungen, Fallstudie/Unternehmens-simulation	Angebotsfrequenz	je nach Stundenplan
Lehrsprache	deutsch / englisch		
SWS	4 h		
LP	5	Workload	150 h
korrespondierende Lehrveranstaltung		empfohlene Vorkenntnisse	
Prüfungsform	Modularbeit oder schriftliche Prüfung	Zugelassene Hilfsmittel	In Absprache mit dem Dozierenden
Fachverantwortung	Prof. Dr. Steinicke		
DozentInnen	Prof. Dr. Peisl, Prof. Dr. Greiner		
Lernziele / Kompetenzen	Die Globalisierung von Unternehmen, neue Handlungsfelder, kürzere Innovationszyklen und neue Wettbewerbsszenarien erfordern Denken in weiterer Zukunft. In diesem Kontext verstehen die Studierenden die komplexen Zusammenhänge internationaler Unternehmensführung und können die Methoden und Instrumente des Managements und der Führung von Organisationen anwenden. Das Seminar zeigt einerseits die Notwendigkeit einer übergreifenden Betrachtung des Themas Führung und Management im globalen Wettbewerb, verdeutlicht die Zusammenhänge in Form von Fallstudien und identifiziert Erfolgsfaktoren durch aktive Teamarbeit. Im Einzelnen ergeben sich die folgenden Kompetenzfelder: Fach- und Methodenkompetenz • Die Studierenden lernen unternehmerisch zu denken und zu handeln sowie den Blick für das Wesentliche und Ganze entwickeln. • Sie können Unternehmensziele besser durch langfristige, nachhaltige Strategien umsetzen und dabei bereichsübergreifendes Denken und Handeln üben. • Sie sind in der Lage, effizienter Entscheidungen unter Unsicherheit zu treffen und Problemstrukturierungs- und Problemlösefähigkeit erlernen. • Sie verstehen und integrieren makroökonomische und mikroökonomische Volatilitäten und Märkte und entscheiden dementsprechend. • Sie erfassen globale Wettbewerbsstrukturen und gestalten Märkte proaktiv.		

	• Sie können Chancen und Risiken auf globalen Märkten bewerten und zielführend sowohl global als auch regional planen und handeln. • Sie üben und verbessern effiziente Kommunikation durch Visualisierung. Überfachliche Kompetenz • Teamarbeit: Die Studierenden erarbeiten in Teams Entscheidungen, wenden die diskutierten Modelle und Instrumente an und reflektieren ihr individuelles Führungs- und Entscheidungsverhalten, Teamfähigkeit und ihr Kompetenzprofil. • Lehr- und Lerninnovation ‚Action Learning': Das Planspiel lässt die Teilnehmer die vernetzten Zusammenhänge im Unternehmen hautnah erleben, insbesondere die Zielkonflikte, die sich in der Führung eines Unternehmens systembedingt ergeben. Es vermittelt und vertieft nicht nur betriebswirtschaftliches Wissen, sondern fördert auch die Teamarbeit in einer Teilnehmergruppe, da diese für ihre Entscheidungen und die Ergebnisse voll verantwortlich ist. Es trainiert den Umgang mit Informationen und die Entscheidungsfindung, auch unter Zeitdruck. • Anwendungsorientierung durch Fallstudien mit der Zielsetzung wirtschaftliches vernetztes Denken und Handeln und strategische Unternehmensführung zu vermitteln. Es behandelt alle funktionalen Bereiche eines Unternehmens, sowie Themen wie Produktlebenszyklen, Personal, Umweltaspekte und Unternehmenswert.
Lehrinhalte	Die Veranstaltung umfasst folgende Lehrmodule: • Festlegung von Zielen und Strategien und ihre Umsetzung in einem komplexen, globalen Umfeld. • Betriebswirtschaftliches Zahlenmaterial in praxisbezogene Erkenntnisse und Entscheidungen umsetzen. • Bewertung der Marktattraktivität und Marktbarrieren neuer Märkte. • Auswahl geeigneter neuer Märkte zur Expansion. • Auswahl geeigneter Markteintrittsformen. • Entwicklung und Umsetzung einer Strategie zur Markterschließung. • Festlegung der Investitionsstrategie. • Global-Sourcing-Entscheidungen. • Entwicklung von Wettbewerbs-, Markt- und Konkurrenzstrategien.
Medien/ Methoden	• Moodle: Alle relevanten Unterlagen werden auf Moodle zur Verfügung gestellt. • Vorbereitung: Handbuch zur Unternehmenssimulation, Reader zum Einstieg • Lehrveranstaltung: Impulsvortrag, Video-Clips und Reader zu ausgewählten Schwerpunktthemen • Übungen: Fallstudie/Unternehmenssimulation Going Global • Studienarbeit: Reflexion der Entscheidungen, Szenario Planung, Teamentwicklung, Kompetenzaufbau (individuell und im Team)
Literatur / Links	Prüfungsrelevante Literatur:

- Macharzina/Wolf (2014) Unternehmensführung, 5. A., München
- Meckl, R. (2014) Internationales Management, 3. A., München

Ergänzende Literatur:

- Achleitner, A. und Thommen, J. (2012) Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Gabler Verlag; 7. Auflage, München.
- Kutschker, M. und Schmid, S. (2012) Internationales Management, 7. A., München.
- Perlitz, M. und Schrank, R. (2013) Internationales Management, 6. A., UTB.
- Holtbrügge, D. und Welge, M.K. (2010) Internationales Management: Theorien, Funktionen, Fallstudien, 5. A., Stuttgart.
- Robbins, S., Coulter, M. und Fischer, I. (2016) Management: Grundlagen der Unternehmensführung, 12. A., Person
- Wirtschaftsmagazine, Handelsblatt, etc.

Ergänzend wird unter Moodle interaktiv bereitgestellt:

- Reader, Studienbrief, Artikel
- Fallstudien und ergänzende Unterlagen

Weitere Literaturvorschläge:

- Ashkenas/DeMonaco/Francis; 1998, Making the Deal Real: How GE Capital Integrates Acquisitions, in: Harvard Business Review, Jan-Feb, P. 165-182
- Baumann/Jackson/Lawrence; 1997, From Promise to Performance: SmithKline Beecham, HBS Boston
- Berens, Wolfgang; Brauner, Hans U.; 1999, Due Diligence bei Unternehmensakquisitionen, Schäffer
- Copeland/Koller/Nurrin; 1998, Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies, NY
- Foster Reed, Stanley; Reed Lajoux, Alexandra; 1998, The Art of M&A: A Merger/Acquisition/Buyout Guide, McGraw-Hill Book Company
- Goold/Campbell; 1998, Desperately Seeking Synergy, in: Harvard Business Review, Sep-Oct 1998, P. 130 – 148
- Habeck, Max; Kröger, Fritz; Träm, Michael; 1999, Wi(e)der das Fusionsfieber, Gabler
- Harbison/Pekar; 1999, Smart Alliances: A Guide to Repeatable Success, Booz-Allen Hamilton
- Jansen, Stephan A.; 1999, Mergers and Acquisitions, Th. Gabler
- Marks, Mitchell Lee; Mirvis, Philip H.; 1998 Joining Forces: Making One Plus One Equal Three in Mergers, Acquisitions, and Alliances
- Porter, Michael; 1980, Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors, NY
- Porter, Michael; 1998, Clusters and the New Economics of Competition, in: Harvard Business Review, Nov-Dec 1998, P. 77 - 92
- Porter, Michael; 1998, On Competition, Harvard Business Review Book, Boston MA
- Steinöcker, Reinhardt; 1998, Mergers und Acquisitions: Strategische Planung von Firmenübernahmen. Konzeption - Transaktion – Controlling, Metropolitan

	• Slywotzky/Morrison; 1998, The Profit Zone: How Strategic Business Design will lead you to Tomorrow's Profits, NY • Handelsblatt, Unternehmensberichte, Wirtschaftswoche, The Wall Street Journal Europe, The Economist, Handouts
Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)	5/90
sonst. Informationen	