



Modulhandbuch  
des berufsbegleitenden Studiengangs

# „MBA Management & Business Strategy“

an der



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.....	4
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.....	6
2.2	Generelle Studienziele.....	6
2.3	Fachliche, methodische und personale-soziale Kompetenzziele .....	7
2.3.1	Wissensverbreiterung und -vertiefung (Wissen und Verstehen) .....	7
2.3.2	Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Können).....	7
2.4	Forschungs- und Anwendungsbezug .....	8
2.4.1	Forschungsbezug.....	9
2.4.2	Anwendungsbezug .....	9
3.	Studieninhalte .....	10
3.1	Lehrangebote .....	10
3.2	Masterarbeit.....	11
3.3	Modulbeschreibungen .....	12
3.3.1	<b>M1 Grundlagen des Managements .....</b>	<b>13</b>
3.3.2	<b>M2 Externes Rechnungswesen &amp; betriebliches Steuerwesen .....</b>	<b>14</b>
3.3.3	<b>M3 Kundenwert und Marketing .....</b>	<b>16</b>
3.3.4	<b>M4 Strategisches Management.....</b>	<b>17</b>
3.3.5	<b>M5 Investition, Finanzierung und Risikomanagement .....</b>	<b>19</b>
3.3.6	<b>M6 Kosten- und Leistungsrechnung .....</b>	<b>22</b>
3.3.7	<b>M7 Business Model Design .....</b>	<b>23</b>
3.3.8	<b>M8 Wahlpflichtmodulgruppe I .....</b>	<b>25</b>
3.3.9	<b>M9.1 Forschungsprojekt I .....</b>	<b>27</b>
	<b>M9.2 Forschungsprojekt II .....</b>	<b>28</b>
3.3.10	<b>M10 Wirtschaftsrecht und Wirtschaftspolitik .....</b>	<b>30</b>
3.3.11	<b>M11 Wahlpflichtmodulgruppe II .....</b>	<b>30</b>
3.3.12	<b>M12 Wahlpflichtmodulgruppe III .....</b>	<b>36</b>
3.3.13	<b>M13 Wahlpflichtmodulgruppe IV .....</b>	<b>40</b>

## 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. Ingrid Huber-Jahn / Prof. Dr. Steffen Steinicke
E-MAIL	<a href="mailto:ingrid.huber-jahn@hm.edu">ingrid.huber-jahn@hm.edu</a> / <a href="mailto:steffen.steinicke@hm.edu">steffen.steinicke@hm.edu</a>
TELEFON	089 - 1265 – 2733
FAX	089 - 1265 – 2714
WEB-ADRESSE	<a href="http://hmb.s.hm.edu">http://hmb.s.hm.edu</a>

### 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 Masterstudiengang MBA Management & Business Strategy.

### 1.3 Aufbau des Studiums

Die Regelstudienzeit des MBA Management & Business Strategy Studiengangs umfasst 5 Studiensemester 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
- Informationsmanagement

Die einzelnen Module der Schwerpunkte Innovationsmanagement und Informationsmanagement sind in den Modulbeschreibungen aufgeführt.

Bestimmte, im Studienplan enthaltene Kombinationen von Wahlpflichtmodulen werden Vertiefungsrichtungen zugeordnet. <sup>2</sup>Die Auswahl einer Vertiefungsrichtung ist jedoch für das Studium nicht obligatorisch. <sup>3</sup>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 Masterprüfung 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, Projekt-

management 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-Studienganges ist es, die Studierenden zur qualifizierten Anwendung wirtschaftswissenschaftlicher 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)

#### Wissensverbreiterung

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.

#### Wissensvertiefung

Das Wissen und Verstehen der wirtschaftswissenschaftlichen Grundlagen bilden die Basis für die Entwicklung / Anwendung eigenständiger Ideen und Konzepte. Diese Kompetenzen werden 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
<b>Erstes Studiensemester</b>						
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
<b>Zweites Studiensemester</b>						
M 5	Externes Rechnungswesen 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
<b>Drittes Studiensemester</b>						
M 9.1	Forschungsprojekt (Grundlagen)	Research Study, Research Methods and Design	4	5	SU	ModA
M 10	Wirtschaftsrecht und Wirtschaftspolitik	Business Law and 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 studiengangorganisatorischen 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 Prüfungskommissionsbeschluss 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: Modulararbeit
- 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

<b>Modulnr.</b>	<b>M1</b>		
<b>Titel</b>	<b>Grundlagen des Managements</b>		
<b>Verwendbarkeit</b>	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
<b>Modultyp</b>	Pflichtfach		
<b>Lehrform</b>	Seminaristischer Unterricht, Exkursion	<b>Angebotsfrequenz</b>	je nach Stundenplan
<b>Lehrsprache</b>	deutsch		
<b>SWS</b>	4 h		
<b>LP</b>	5	<b>Workload</b>	150 h
<b>korrespondierende Lehrveranstaltung</b>		<b>empfohlene Vorkenntnisse</b>	
<b>Prüfungsform</b>	Modularbeit oder schriftliche Prüfung	<b>zugelassene Hilfsmittel</b>	In Absprache mit dem Dozierenden
<b>Fachverantwortung</b>	Prof. Dr. Steinicke		
<b>DozentInnen</b>	Prof. Dr. Steinicke, LB Frank		
<b>Lernziele / Kompetenzen</b>	<p>Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage...</p> <p>... die Notwendigkeit nachhaltiger Unternehmensführung (= Management) und den systemtheoretischen Management-Begriff zu verstehen.</p> <p>Darüber hinaus verstehen die Studierenden die wesentlichen Aspekte des normativen, strategischen und operativen Managements und speziell den Kundenwert als Zweck einer wertschöpfenden Organisation.</p> <p>Sie verstehen, warum Geschäftsmodelle und Prozesse den Übergang vom strategischen zum operativen Management bilden.</p> <p>Sie verstehen und können die Methoden des Prozessmanagements anwenden und deren Effizienz in Bezug zum Kundenwert analysieren und bewerten.</p>		

<b>Lehrinhalte</b>	<p>Grundlagen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Geschichte und Grundlagen des Managements verstehen</li> <li>• Nachhaltiges Management (Notwendigkeit und Paradigmenwechsel)</li> <li>• Kundenwert als Ziel der nachhaltigen Wertschöpfung, Kundenzufriedenheit und –begeisterung</li> <li>• Prozessmanagement als wertschöpfungsorientierte Perspektive auf Organisationen</li> </ul> <p>Anwendungen des Prozessmanagement in Organisationen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prozessidentifikation mit Prozesslandkarten</li> <li>• Prozessanalyse</li> <li>• Prozessdokumentation</li> <li>• Prozessverbesserung</li> </ul>
<b>Literatur / Links</b>	Wird von den zuständigen Lehrenden bekannt gegeben.
<b>Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)</b>	5/90
<b>sonst. Informationen</b>	

### 3.3.2 M2 Externes Rechnungswesen & betriebliches Steuerwesen

<b>Modulnr.</b>	M2		
<b>Titel</b>	Externes Rechnungswesen & betriebliches Steuerwesen		
<b>Verwendbarkeit</b>	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
<b>Modultyp</b>	Pflichtfach		
<b>Lehrform</b>	Seminaristischer Unterricht, Fallbearbeitung und Fallstudien; Praxisbeispiele, Exkursion; Gruppenarbeiten; Diskussion und Moderation; Übungsaufgaben; Multimedialer Einsatz; ggf. Onlinelehre	<b>Angebotsfrequenz</b>	je nach Stundenplan
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch		
<b>SWS</b>	4 h		
<b>LP</b>	5	<b>Workload</b>	150 h
<b>korrespondierende Lehrveranstaltung</b>		<b>empfohlene Vorkenntnisse</b>	
<b>Prüfungsform</b>	Modularbeit oder schriftliche Prüfung	<b>zugelassene Hilfsmittel</b>	In Absprache mit dem Dozierenden
<b>Fachverantwortung</b>	Prof. Dr. Steinicke		
<b>DozentInnen</b>	Prof. Dr. Huber-Jahn, LB Maier		

<b>Lernziele / Kompetenzen</b>	<p>Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fachbegriffe des Rechnungswesens treffsicher und reflektiert zu beherrschen und in den entsprechenden Fachkontext zu transferieren.</li> <li>• Die Grundlagen des internen wie externen Rechnungswesens zu reflektieren und in anwendungsbezogenen Sachverhalten wiederzugeben.</li> <li>• 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.</li> <li>• Bilanzen und Geschäfts- und Verlustrechnungen unterschiedlicher Unternehmenstypen und Branchen gegenüberzustellen und Handlungsempfehlungen für die Unternehmensführung herzuleiten.</li> <li>• Grundlegende Kenntnisse des betrieblichen Steuerwesens in betrieblicher Praxis zu beurteilen und Handlungsempfehlungen für Entscheidungsträger zusammensetzen.</li> <li>• Zusammenhänge zu ihrer berufspraktischen Tätigkeit mit den Bilanzierungspflichten und -grundsätzen eines Unternehmens herzustellen und zu interpretieren.</li> <li>• Die erworbenen Fachinhalte auf Spezialfragen, Fallstudien und Klausurfälle anzuwenden.</li> <li>• Sich eigenverantwortlich vertiefende Inhalte anzueignen und erlernte Inhalt zielgruppengerecht vermitteln zu können und die Fähigkeit zur intensiven, z.T. auch autodidaktischen Auseinandersetzung mit einschlägigen Rechtsgrundlagen.</li> </ul>
<b>Lehrinhalte</b>	<p><u>Externes Rechnungswesen:</u> Unterschied externes und internes Rechnungswesen (Unterschiede/Aufgaben/gesetzliche Grundlagen):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Buchführung, Inventur, Inventar und Bilanz, Verbuchung auf Konten, Formen der Gewinn- und Verlustrechnung, Kapitalflussrechnung</li> </ul> <p>Finanzberichterstattung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Jahresabschlusses (Funktion/Rechtsgrundlagen/Bestandteile/Aufstellung-, Prüfung-, Publizität- und Verknüpfung des Jahresabschlusses mit der steuerlichen Gewinnermittlung/Jahresabschlusspolitik)</li> <li>• Bilanz (Gliederung / Bilanzierung von Anlagevermögen / Bilanzierung von Umlaufvermögen / Bilanzierung von Eigenkapital / Bilanzierung von Fremdkapital / Bilanzierung von Rechnungsabgrenzungsposten / Bilanzierung latenter Steuern)</li> <li>• Gewinn- und Verlustrechnung</li> </ul> <p>Konzernabschlüsse:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufgaben und Bestandteile des Konzernrechnungswesens, Konzernbilanz und Gewinn- und Verlustrechnung, weitere Infor-</li> </ul>

	<p>mationsinstrumente (Kapitalflussrechnung / Segmentbericht / Eigenkapitalpiegel)</p> <p>Analyse von Jahres- und Konzernabschlüssen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung, Analyse aus Sicht der Fremdkapitalgeber, Analyse aus Sicht der Eigenkapitalgeber, Weitergehende Kennzahlenanalyse</li> </ul> <p><u>Betriebliches Steuerwesen und Steuerpolitik:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Besteuerung</li> <li>• System der öffentlichen Abgaben</li> <li>• Steuerliche Grundbegriffe</li> <li>• Deutsches Steuersystem im internationalen Vergleich</li> <li>• Ertragsteuern (Einkommens-, Körperschafts-, Gewerbesteuer)</li> <li>• Umsatzsteuer, Steuerplanungsrechnungen und Rechtsformwahl</li> </ul>
<b>Literatur / Links</b>	Wird von den zuständigen Lehrenden bekannt gegeben.
<b>Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)</b>	5/90
<b>sonst. Informationen</b>	

### 3.3.3 M3 Kundenwert und Marketing

<b>Modulnr.</b>	<b>M3</b>		
<b>Titel</b>	<b>Kundenwert &amp; Marketing</b>		
<b>Verwendbarkeit</b>	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
<b>Modultyp</b>	Pflichtfach		
<b>Lehrform</b>	Seminaristischer Unterricht, Exkursion	<b>Angebotsfrequenz</b>	je nach Stundenplan
<b>Lehrsprache</b>	deutsch		
<b>SWS</b>	4 h		
<b>LP</b>	5	<b>Workload</b>	150 h
<b>korrespondierende Lehrveranstaltung</b>		<b>empfohlene Vorkenntnisse</b>	
<b>Prüfungsform</b>	Modularbeit oder schriftliche Prüfung	<b>zugelassene Hilfsmittel</b>	In Absprache mit dem Dozierenden
<b>Fachverantwortung</b>	Prof. Dr. Steinicke		
<b>DozentInnen</b>	Prof. Dr. Steinicke, LB Kreuzpointner		
<b>Lernziele / Kompetenzen</b>	<p>Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage...</p> <p>... die systematische Analyse von Kundenzufriedenheit in ausgewählten Service Branchen (z.B. Handwerk, Hochschule) anzuwenden und die Ergebnisse im Sachkontext zu interpretieren.</p> <p>Sie bearbeiten die Problemstellungen im Rahmen der Kundenzufriedenheitsanalyse als Projekt eigenständig mit Hilfe</p>		

	<p>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.</p> <p>Durch den Besuch dieses Moduls erkennen die Studierenden die zentrale Bedeutung der Kundenzufriedenheitsanalyse für die Gestaltung impliziter und expliziter Service-Elemente und können dieses Erkenntnis im Rahmen ausgewählter Problemstellung des Marketing-Mix anwenden.</p>
<b>Lehrinhalte</b>	<p>Die Studierenden lernen dafür beispielsweise:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kundenzufriedenheit und Kundenbegeisterung: Grundlagen, Messung, Interpretation</li> <li>• Ausgewählte Methoden der graphische und explorativen Datenanalyse</li> <li>• Elemente und Methoden des strategischen und operativen Marketings</li> <li>• Erstellung eines Marketingplans, z.B. für vertriebliche Vorgaben</li> <li>• Erstellung eines Service-Katalogs im Rahmen der Produktpolitik und andere praktische Anwendungen</li> </ul>
<b>Literatur / Links</b>	Wird von den zuständigen Lehrenden bekannt gegeben.
<b>Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)</b>	5/90
<b>sonst. Informationen</b>	

### 3.3.4 M4 Strategisches Management

<b>Modulnr.</b>	<b>M4</b>		
<b>Titel</b>	<b>Strategisches Management</b>		
<b>Verwendbarkeit</b>	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
<b>Modultyp</b>	Pflichtfach		
<b>Lehrform</b>	Seminaristischer Unterricht: Fallbearbeitung und Fallstudien; Praxisbeispiele; Exkursion; Gruppenarbeiten; Übungsaufgaben; Diskussion und Moderation; Multi-medialer Einsatz; ggf. Online-Lehre	<b>Angebotsfrequenz</b>	je nach Stundenplan
<b>Lehrsprache</b>	deutsch		
<b>SWS</b>	4 h		
<b>LP</b>	5	<b>Workload</b>	150 h

<b>korrespondierende Lehrveranstaltung</b>		<b>empfohlene Vorkenntnisse</b>	
<b>Prüfungsform</b>	Modulararbeit oder schriftliche Prüfung	<b>zugelassene Hilfsmittel</b>	In Absprache mit dem Dozierenden
<b>Fachverantwortung</b>	Prof. Dr. Hammer		
<b>DozentInnen</b>	Prof. Dr. Hammer		
<b>Lernziele / Kompetenzen</b>	<p>Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage...</p> <p><b>Fachkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategisches Management in den betriebswirtschaftlichen Kontext einzuordnen und im Wissenschaftskontext zu analysieren und zu bewerten.</li> <li>• Unternehmerische Problemstellungen kritisch zu analysieren.</li> <li>• Über fundierte Kenntnisse zu Inhalten, Zusammenhängen und Bedeutung betrieblicher Wertschöpfungsprozesse sowie Grundlagenkenntnisse zu betrieblichen Funktionen zu verfügen.</li> <li>• Management- und Leadership-Instrumente zu differenzieren und um deren Einsatzfelder und Wirkungsweisen zu wissen.</li> <li>• Später als verantwortliche Manager einen Strategieprozess systematisch im Unternehmen zu entwickeln und einzuführen.</li> <li>• Unterschiedliche Arten von Strategien eines Unternehmens zu analysieren und auf Eignung zu bewerten.</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die gelernten Methoden theoretisch anzuwenden und systematisch einen Strategieprozess im Unternehmen zu adaptieren und einzuführen.</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Durch Fallstudien und Gruppenarbeiten Kommunikations- und Kontaktfähigkeit zu beweisen und zu trainieren.</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Bedeutung unternehmerischer Entscheidungen im gesellschaftlichen Wirkungszusammenhang einzuschätzen, um für das eigene Handeln verantwortungsbewusste Rückschlüsse zu treffen.</li> </ul>		
<b>Lehrinhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theoretische Perspektiven des Strategischen Managements</li> <li>• Zentrale Elemente der Strategieentwicklung und der Strategieimplementierung in Unternehmen.</li> <li>• Analyse und Einsatz von Instrumenten des Strategischen Managements</li> <li>• Strategisches Risikomanagement – Beurteilung von Umwelt- Risiken und Entwicklung von Handlungsstrategien zum Umgang mit diesen Risiken.</li> <li>• Führung als wesentlicher Teiber der Implementierung von Strategie</li> </ul>		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterschiedliche Arten von Strategien in Unternehmen, um Kunden zu gewinnen und Wettbewerber zu verdrängen.</li> <li>• Aufsetzen eines Prozesses der Strategieentwicklung in Unternehmen und Einleiten des dazugehörigen Veränderungsprozesses im Unternehmen.</li> <li>• Messung des Fortschrittsprozesses.</li> <li>• Ableiten eines Steuerungskonzepts für den jeweiligen Manager.</li> <li>• Implementierung Integrierter Modelle</li> <li>• Strategisches Performance Management</li> </ul>
<b>Literatur / Links</b>	<p>Achleitner, A., Thommen, J.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, aktuelle Auflage, Wiesbaden.</p> <p>Vassolo, R.S., Weisz, N., Laker, B.: Advanced Strategic Management - A Dynamic Approach to Competition, Spring 2024</p> <p>Arnold, M. G.: Systemisch Denken und Handeln in Richtung Nachhaltigkeit - Wertewandel, Strategien, Innovationen, Konsum, Springer 2024</p> <p>Kamis, A., Tribler, H.: Workbook Strategisches Management 2022 -Die besten Werkzeuge für jede Phase des Strategieprozesses</p> <p>Bodenstein, R., Herget J.: Strategisches Management der Nachhaltigkeit 2024</p> <p>Zornek, W: Strategisches Management Reloaded - Denken, Handeln und Führen in unsicheren Zeiten, SpringerGabler 2014</p> <p>Welge, M., Al-Laham, A., Eulerich, M.: Strategisches Management: Grundlagen – Prozess – Implementierung, 8., überarbeitete und erweiterte Auflage, SpringerGabler 2024</p> <p>Weitere relevante Literatur wird aufgrund ihrer Aktualität in der Vorlesung bekannt gegeben.</p>
<b>Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)</b>	5/90
<b>sonst. Informationen</b>	

### 3.3.5 M5 Investition, Finanzierung und Risikomanagement

<b>Modulnr.</b>	M5		
<b>Titel</b>	Investition, Finanzierung & Risikomanagement		
<b>Verwendbarkeit</b>	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
<b>Modultyp</b>	Pflichtfach		
<b>Lehrform</b>	Seminaristischer Unterricht: Fallbearbeitung, Fallstudien; Exkursion; Gruppenarbeiten; Praxisbeispiele; Diskussion und	<b>Angebotsfrequenz</b>	je nach Stundenplan

	Moderation; Übungsaufgaben; Multimedialer Einsatz; ggf. Onlinelehre		
<b>Lehrsprache</b>	deutsch		
<b>SWS</b>	4 h		
<b>LP</b>	5	<b>Workload</b>	150 h
<b>korrespondierende Lehrveranstaltung</b>		<b>empfohlene Vorkenntnisse</b>	
<b>Prüfungsform</b>	Modularbeit oder schriftliche Prüfung	<b>zugelassene Hilfsmittel</b>	In Absprache mit dem Dozierenden
<b>Fachverantwortung</b>	Prof. Dr. Steinicke		
<b>DozentInnen</b>	Prof. Dr. Huber-Jahn		
<b>Lernziele / Kompetenzen</b>	<p>Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entscheidungen der Unternehmen über Finanzierungen und Investitionen zu analysieren und zu beurteilen.</li> <li>• Finanzielle Ziele von Unternehmen zu entwickeln und zu verstehen.</li> <li>• Getätigte betriebliche Investitionen zu kontrollieren, sowie Investitionsentscheidungen zu verstehen, zu verteidigen und zu evaluieren.</li> <li>• Finanzierungsformen und Investitionskalküle, sowie deren Umsetzung in der Praxis anzuwenden.</li> <li>• Diverse Finanzierungs- und Investitionsformen sowie Finanz- und Bilanzkennzahlen zu berechnen, zu analysieren und Entscheidungen zu fällen.</li> <li>• Anhand der eigenen betrieblichen Praxis konkrete Investitionsfälle zu beurteilen, sowie Vermutungen über die weitere Entwicklung herzuleiten.</li> <li>• Finanzierungsentscheidungen und deren Grundlagen mithilfe von Medien zu visualisieren und zu kommunizieren.</li> <li>• Allgemeine Prinzipien und Zusammenhänge aus einzelnen Informationen abzuleiten.</li> <li>• Eigenverantwortlich relevante Zahlen und Daten für die Investitionsrechnung, Risikoanalyse und Unternehmens-/Beteiligungsbewertung im persönlichen betrieblichen Anwendungsbereich zu bestimmen und zuzuordnen.</li> </ul>		

<p><b>Lehrinhalte</b></p>	<p>Finanzmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Finanzierungsarten im Überblick, Interne Finanzierung, externe Finanzierung (u.a. langfristige und kurzfristige Kreditfinanzierung / Beteiligungsfinanzierung / Mezzaninformen / Verbriefung), Einsatz von Sicherungsinstrumenten im finanziellen Risikomanagement, Strategisches Finanzmanagement</li> </ul> <p>Investition und Unternehmensbewertung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung, Quantitative und qualitative Investitionsrechnung</li> <li>• Investitionsrechnung unter Unsicherheit und Risikoanalyse, Unternehmensbewertung</li> </ul> <p>Kennzahlen, wertorientierte Performancemessung, Risikomanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kennzahlen zur wertorientierten Performancemessung, Risikomanagement</li> </ul>
<p><b>Literatur / Links</b></p>	<p>Busse, F.-J.: Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft, aktuelle Auflage, Oldenbourg.</p> <p>Däumler K.: Betriebliche Finanzwirtschaft, aktuelle Auflage, Herne.</p> <p>Häcker, J. et al.: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung, aktuelle Auflage, München.</p> <p>Kajüter, P. (Hrsg.): Risikomanagement in der Konzernpraxis, aktuelle Auflage, München.</p> <p>Baum, H.-G. et al.: Strategisches Controlling, aktuelle Auflage, Stuttgart.</p> <p>Thommen, Achleitner, Gilbert e.a.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, aktuelle Auflage, Wiesbaden.</p> <p>Thommen, Achleitner, Gilbert e.a.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre Arbeitsbuch, aktuelle Auflage, Wiesbaden.</p> <p>Brealey, Meyers, Allen: Principles of Corporate Finance, aktuelle Auflage, New York.</p> <p>Ernst, Schneider, Thielen: Unternehmensbewertungen erstellen und verstehen, aktuelle Auflage, München.</p> <p>Hommel, Dehmel: Unternehmensbewertung, aktuelle Auflage, Frankfurt/Main.</p> <p>Ballwieser / Hachmeister, "Unternehmensbewertung – Prozess, Methoden und Probleme", 6. Auflage, 2021</p> <p>Pape, "Grundlagen der Finanzierung und Investition", 5. Auflage, 2023</p> <p>Kruschwitz, "Investitionsrechnung", 15. Auflage, 2019</p> <p>Weitere Literatur wird von den zuständigen Lehrenden bekannt gegeben.</p>
<p><b>Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)</b></p>	<p>5/90</p>
<p><b>sonstige Informationen</b></p>	

### 3.3.6 M6 Kosten- und Leistungsrechnung

<b>Modulnr.</b>	<b>M6</b>		
<b>Titel</b>	<b>Kosten- und Leistungsrechnung</b>		
<b>Verwendbarkeit</b>	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
<b>Modultyp</b>	Pflichtfach		
<b>Lehrform</b>	Seminaristischer Unterricht, Exkursion	<b>Angebotsfrequenz</b>	je nach Stundenplan
<b>Lehrsprache</b>	deutsch		
<b>SWS</b>	4 h		
<b>LP</b>	5	<b>Workload</b>	150 h
<b>korrespondierende Lehrveranstaltung</b>		<b>empfohlene Vorkenntnisse</b>	
<b>Prüfungsform</b>	Schriftliche Prüfung	<b>zugelassene Hilfsmittel</b>	In Absprache mit dem Dozierenden
<b>Fachverantwortung</b>	Prof. Dr. Steinicke		
<b>DozentInnen</b>	Prof. Dr. Langmann		
<b>Lernziele / Kompetenzen</b>	<p>Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rechenzwecke, Rechenziele und Rechengrößen der Finanzbuchhaltung und der Kosten- und Erlösrechnung zu unterscheiden und zuzuordnen.</li> <li>• Den allgemeinen Aufbau und die konstitutiven Kostenkategorien von Voll- und Teilkostenrechnungssystemen gegenüberzustellen und sie entsprechend der zugrundeliegenden Kostenzurechnungsprinzipien zu überprüfen.</li> <li>• Wesentliche Kostenarten im Rahmen einer Istkostenrechnung zu ermitteln und deren Ansatz aus den spezifischen Rechnungszwecken der Kosten- und Erlösrechnung zu begründen und zu verbinden.</li> <li>• Betriebsabrechnungen und kurzfristige Erfolgsrechnungen auf Basis einer Vollkostenrechnung und einer Grenzplankostenrechnung durchzuführen.</li> <li>• Unterschiede in den Vorgehensweisen der beiden Kostenrechnungssysteme zu beurteilen und die Eignung der Systeme für das operative Erfolgscontrolling zu bewerten.</li> <li>• Die Standardverfahren der Kostenplanung und -kontrolle herzuleiten und auf Basis des erlernten Wissens Handlungsempfehlungen zu konzipieren.</li> <li>• Zahlen und Daten in Ergebnisse und Erfolg zu transferieren.</li> <li>• Informationen zielgerichtet und effektiv zu beschaffen, zu strukturieren und in der Praxis anzuwenden.</li> <li>• Problemlösungsprozesse gestalten</li> <li>• Anhand von Fallbeispielen, die in Gruppenarbeiten bearbeitet werden, Wissen erklären zu können und Ergebnisse zu debattieren.</li> </ul>		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmensentscheidungen eigenverantwortlich auf Basis von aufbereiteten Unternehmenszahlen zu treffen.</li> </ul>
<b>Lehrinhalte</b>	<p>Kostenrechnung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Überblick</li> <li>• Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung (Aufwand vs. Kosten/ Kostenkategorien)</li> <li>• Aufbau der Kostenrechnung (Problemstellung / Teilgebiete / Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträgerrechnung)</li> <li>• Kostenrechnung zur Entscheidungsunterstützung und Wirtschaftlichkeitskontrolle (Kostenrechnungssysteme im Überblick / Voll- und Teilkostenrechnung / Ist- und Plankostenrechnung)</li> <li>• Übungsaufgaben</li> </ul> <p>Kostenmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlegende Zusammenhänge</li> <li>• Instrumente des Kostenmanagements (operatives und strategisches Kostenmanagement)</li> <li>• Übungsaufgaben zum Kostenmanagement</li> </ul>
<b>Literatur / Links</b>	Wird von den zuständigen Lehrenden bekannt gegeben.
<b>Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)</b>	5/90
<b>sonst. Informationen</b>	

### 3.3.7 M7 Business Model Design

<b>Modulnr.</b>	<b>M7</b>		
<b>Titel</b>	<b>Business Model Design</b>		
<b>Verwendbarkeit</b>	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
<b>Modultyp</b>	Pflichtfach		
<b>Lehrform</b>	Seminaristischer Unterricht, Exkursion	<b>Angebotsfrequenz</b>	je nach Stundenplan
<b>Lehrsprache</b>	deutsch		
<b>SWS</b>	4 h		
<b>LP</b>	5	<b>Workload</b>	150 h
<b>korrespondierende Lehrveranstaltung</b>		<b>empfohlene Vorkenntnisse</b>	
<b>Prüfungsform</b>	Modularbeit	<b>zugelassene Hilfsmittel</b>	In Absprache mit dem Dozierenden
<b>Fachverantwortung</b>	Prof. Dr. Steinicke		
<b>DozentInnen</b>	Prof. Dr. Steinicke		

<p><b>Lernziele / Kompetenzen</b></p>	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <p>Fachkompetenz:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Grundlagen von Geschäftsmodellen und deren Bedeutung für Unternehmen zu verstehen.</li> <li>• Innovative Geschäftsmodelle zu entwerfen sowie bestehende Modelle zu analysieren und den KI-Einsatz zu verstehen und zu einzubauen.</li> <li>• Die Möglichkeiten und Herausforderungen von KI in der Entwicklung und Implementierung von Geschäftsmodellen zu bewerten.</li> </ul> <p>Methodenkompetenz:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analytisches Denken: Entwicklung der Fähigkeit, komplexe Probleme zu analysieren und Lösungen unter Einsatz von KI-Methoden zu erarbeiten.</li> <li>• Praktische Umsetzung: Durchführung von Projekten, in denen die Studierenden KI-Tools anwenden, um reale Szenarien zu simulieren und Lösungen zu entwickeln.</li> <li>• Systematisches/ wissenschaftliches Handeln: Entwicklung von Vorgehensweise zur Identifikation der Einsatzmöglichkeiten von KI in Geschäftsmodellen</li> </ul> <p>Selbstkompetenz, wie z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selbstständigkeit: Eigenverantwortliches Lernen und Forschen zu aktuellen Entwicklungen rund um Geschäftsmodelle.</li> <li>• Kritisches Denken: Fähigkeit, die Auswirkungen von KI-basierten Geschäftsmodellen auf Gesellschaft und Unternehmen kritisch zu reflektieren.</li> <li>• Anpassungsfähigkeit: Entwicklung von Flexibilität und Seriosität im Umgang mit neuen Technologien und sich verändernden Arbeitsbedingungen.</li> </ul> <p>Sozialkompetenz, wie z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikationsfähigkeit: Entwicklung der Fähigkeit, komplexe KI-basierte Konzepte klar und verständlich zu kommunizieren, sowohl in schriftlicher als auch in mündlicher Form.</li> <li>• Teamarbeit: Förderung der Zusammenarbeit in Gruppenprojekten und -aufgabenstellungen</li> </ul>
<p><b>Lehrinhalte</b></p>	<p>Die Lerninhalte werden den aktuellen Entwicklungen angepasst und sind beispielsweise:</p> <p>Einführung in Geschäftsmodelle</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definition und Komponenten von Geschäftsmodellen</li> <li>• Geschäftsmodellinnovationen</li> </ul> <p>Methoden des Business Model Designs</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Business Model Canvas</li> <li>• Value Proposition Design</li> <li>• Der St. Galler Ansatz</li> </ul>

	<p>Künstliche Intelligenz als Enabler</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Überblick über KI-Technologien und deren Anwendung</li> <li>• Fallstudien zu erfolgreichen KI-gestützten Geschäftsmodellen</li> </ul> <p>Entwicklung von Geschäftsmodellen mit KI</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifikation von Geschäftsmöglichkeiten durch KI</li> <li>• Strategien zur Implementierung von KI in Geschäftsprozesse</li> </ul> <p>Praktische Anwendung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gruppenprojekte zur Entwicklung eines innovativen Geschäftsmodells unter Einbeziehung von KI</li> <li>• Präsentation und Diskussion der Ergebnisse</li> </ul>
<b>Literatur / Links</b>	<p>Wird von den zuständigen Lehrenden bekannt gegeben und beinhalten u.a.:</p> <p>Osterwalder, Alexander, &amp; Pigneur, Yves (2011). <i>Business Model Generation</i>.</p> <p>Osterwalder, Alexander, &amp; Pigneur, Yves (2015). <i>Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want</i>. Wiley.</p> <p>Gassmann, Oliver et al. (2020). <i>Business Model Navigator: Strategien für erfolgreiche Geschäftsmodelle</i>. Pearson.</p> <p>Harvard Business Review (Hrsg., 2019): HBR's 10 Must Reads on Business Model Innovation.</p> <p>Harvard Business Review (Hrsg., 2023): HBR's 10 Must Reads on AI. uvm.</p>
<b>Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)</b>	5/90
<b>sonstige Informationen</b>	

### 3.3.8 M8 Wahlpflichtmodulgruppe I

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

#### M8 Zukunftsfähige Organisationsentwicklung

<b>Modulnr.</b>	<b>M8</b>		
<b>Titel</b>	<b>Zukunftsfähige Organisationsentwicklung</b>		
<b>Verwendbarkeit</b>	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
<b>Modultyp</b>	Pflichtfach		
<b>Lehrform</b>	Vorlesungen und interaktive Seminare – Fallstudienanalyse - Gruppenarbeiten und Workshops – Projektarbeit und Präsentationen	<b>Angebotsfrequenz</b>	je nach Stundenplan
<b>Lehrsprache</b>	deutsch		

<b>SWS</b>	4 h		
<b>LP</b>	5	<b>Workload</b>	150 h
<b>korrespondierende Lehrveranstaltung</b>		<b>empfohlene Vorkenntnisse</b>	
<b>Prüfungsform</b>	Modularbeit oder schriftliche Prüfung	<b>zugelassene Hilfsmittel</b>	In Absprache mit dem Dozierenden
<b>Fachverantwortung</b>	Prof. Dr. Steinicke		
<b>DozentInnen</b>	Prof. Dr. Hammer		
<b>Lernziele / Kompetenzen</b>	<p>Ziele des Moduls: 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.</p>		
<b>Lehrinhalte</b>	<p>Inhalt des Moduls:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Grundlagen der Organisationsentwicklung: - Definition und Prinzipien der Organisationsentwicklung - Historische Entwicklung und aktuelle Trends</li> <li>2. Theorien und Modelle: - Veränderungsmodelle und Rahmenwerke - Systemtheorie und ihre Anwendung in der Organisationsentwicklung</li> <li>3. Diagnose und Analyse: - Techniken zur Organisationsdiagnose - Identifizierung von Handlungsfeldern und Entwicklungspotentialen</li> <li>4. Gestaltung von Veränderungsprozessen: - Entwicklung und Implementierung von Veränderungsstrategien - Widerstände gegen Veränderungen managen</li> <li>5. Evaluation und Nachhaltigkeit: - Erfolgskontrolle und Nachhaltigkeit von Veränderungsmaßnahmen - Methoden der Evaluation und Feedbackmechanismen</li> <li>6. Praxisbeispiele und Fallstudien: - Analyse von erfolgreichen und gescheiterten Veränderungsprojekten</li> </ol>		
<b>Literatur / Links</b>	<p>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).</p>		
<b>Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)</b>	5/90		
<b>sonstige Informationen</b>			

### 3.3.9 M9.1 Forschungsprojekt I

<b>Modulnr.</b>	<b>M9.1</b>		
<b>Titel</b>	<b>Forschungsprojekt 1 (Grundlagen)</b>		
<b>Verwendbarkeit</b>	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
<b>Modultyp</b>	Pflichtfach		
<b>Lehrform</b>	Seminaristischer Unterricht, Exkursion	<b>Angebotsfrequenz</b>	je nach Stundenplan
<b>Lehrsprache</b>	deutsch		
<b>SWS</b>	8 h		
<b>LP</b>	10	<b>Workload</b>	150 h
<b>korrespondierende Lehrveranstaltung</b>		<b>empfohlene Vorkenntnisse</b>	
<b>Prüfungsform</b>	Modularbeit	<b>Zugelassene Hilfsmittel</b>	In Absprache mit dem Dozierenden
<b>Fachverantwortung</b>	Prof. Dr. Steinicke		
<b>DozentInnen</b>	Prof. Dr. Steinicke, Prof. Dr. Hammer, Prof. Dr. Brieden		
<b>Lernziele / Kompetenzen</b>	<p>Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Forschungsergebnisse verschiedener Institutionen analytisch-kritisch zu beurteilen sowie eigene Forschungskonzepte zu erstellen und umzusetzen.</li> <li>• 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</li> <li>• Nach relevanter akademischer Literatur suchen und diese kritisch bewerten</li> <li>• Die Rolle von KI im Rahmen wissenschaftlichen Arbeitens einzuschätzen</li> <li>• Das Forschungsdesigns zu entwerfen</li> <li>• Verfahren der Statistik im Rahmen empirischer Forschungsmethoden zu kennen und anzuwenden und damit identifizierte Problemstellungen zu lösen.</li> <li>• Die Informationsflut zu verdichten, das Wesentliche vom Unwesentlichen zu unterscheiden, Tendenzen und Zusammenhänge zu erkennen und daraus richtige Strategien und Schlüsse abzuleiten.</li> </ul>		
<b>Lehrinhalte</b>	<p>Die Studierenden lernen dafür beispielsweise:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens</li> <li>• Grundlagen empirischer Forschung <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Definition und Inhalte empirischer Sozialforschung</li> <li>○ Grundlagen der Wissenschaftstheorie</li> <li>○ Überblick über Untersuchungsformen &amp; -prozesse</li> <li>○ Primär- und Sekundärforschung</li> </ul> </li> </ul>		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Grundlagen qualitativer und quantitativer Forschungsmethoden</li> <li>• Explorative und Grafische Datenanalyse</li> <li>• Korrelationsanalyse</li> <li>• Regressionsanalyse:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Multivariate lineare Regression</li> <li>○ Logistische Regression</li> </ul> </li> </ul>
<b>Literatur / Links</b>	Wird von den zuständigen Lehrenden bekannt gegeben.
<b>Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)</b>	5/90
<b>sonst. Informationen</b>	

### M9.2 Forschungsprojekt II

<b>Modulnr.</b>	<b>M9.2</b>		
<b>Titel</b>	<b>Forschungsprojekt 2 (Empirie)</b>		
<b>Verwendbarkeit</b>	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
<b>Modultyp</b>	Pflichtfach		
<b>Lehrform</b>	Seminaristischer Unterricht, Exkursion	<b>Angebotsfrequenz</b>	je nach Stundenplan
<b>Lehrsprache</b>	deutsch		
<b>SWS</b>	4 h		
<b>LP</b>	5	<b>Workload</b>	150 h
<b>korrespondierende Lehrveranstaltung</b>		<b>empfohlene Vorkenntnisse</b>	
<b>Prüfungsform</b>	Modularbeit	<b>zugelassene Hilfsmittel</b>	In Absprache mit dem Dozierenden
<b>Fachverantwortung</b>	Prof. Dr. Steinicke		
<b>DozentInnen</b>	Prof. Dr. Steinicke, Prof. Dr. Hammer		
<b>Lernziele / Kompetenzen</b>	<p>Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Forschungsdesigns zu verfeinern und ggf. die Datenerhebung, -analyse und -interpretation durchzuführen</li> <li>• Die Studierenden erarbeiten beispielsweise gemeinsam theoretische Grundlagen der empirischen Sozialforschung sowie die dahinterliegenden theoretischen Konzepte von Primär- und Sekundärforschung.</li> <li>• Sie sind in der Lage, sich intensiv und objektiv-kritisch mit wissenschaftlichen Problemstellungen auseinandersetzen und eigenständig neue Forschungsansätze entwickeln.</li> <li>• Sachverhalte strukturiert und umfassend zu bearbeiten, sodass ein planmäßiges und zielorientiertes Vorgehen ermöglicht wird.</li> </ul>		

<b>Lehrinhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gliederung und Struktur einer wissenschaftlichen Arbeit erstellen</li> <li>• Kurzes wissenschaftliches Papier schreiben</li> <li>• Angemessene Zitationsweisen anwenden</li> <li>• Ordentliche Literaturverzeichnisse erstellen</li> <li>• Die wissenschaftliche Arbeit im Rahmen einer Poster-Präsentation zur Diskussion stellen</li> <li>• Quantitative und qualitative Datenerhebung</li> <li>• Transkriptionsverfahren</li> <li>• Gütekriterien</li> <li>• Auswahl- und Auswertungsverfahren</li> </ul>
<b>Literatur / Links</b>	Wird von den zuständigen Lehrenden bekannt gegeben.
<b>Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)</b>	5/90
<b>sonst. Informationen</b>	

### 3.3.10 M10 Wirtschaftsrecht und Wirtschaftspolitik

<b>Modulnr.</b>	<b>M10</b>		
<b>Titel</b>	<b>Wirtschaftsrecht und Wirtschaftspolitik</b>		
<b>Verwendbarkeit</b>	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
<b>Modultyp</b>	Pflichtfach		
<b>Lehrform</b>		<b>Angebotsfrequenz</b>	je nach Stundenplan
<b>Lehrsprache</b>	deutsch		
<b>SWS</b>	4 h		
<b>LP</b>	5	<b>Workload</b>	150 h
<b>korrespondierende Lehrveranstaltung</b>		<b>empfohlene Vorkenntnisse</b>	
<b>Prüfungsform</b>	Modularbeit	<b>zugelassene Hilfsmittel</b>	In Absprache mit dem Dozierenden
<b>Fachverantwortung</b>	Prof. Dr. Steinicke		
<b>DozentInnen</b>	n.n.		
<b>Lernziele / Kompetenzen</b>	Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage... <i>Beschreibung folgt!</i>		
<b>Lehrinhalte</b>			
<b>Literatur / Links</b>	Wird von den zuständigen Lehrenden bekannt gegeben.		

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

### 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

<b>Modulnr.</b>	<b>M11.1</b>		
<b>Titel</b>	<b>Wahlpflichtmodul II – Prozesse &amp; Digitalisierung</b>		
<b>Verwendbarkeit</b>	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
<b>Modultyp</b>	Pflichtfach		
<b>Lehrform</b>	Seminaristischer Unterricht: Exkursion; Fallbearbeitung und Fallstudien; Praxisbeispiele; Gruppenarbeiten; Diskussion und Moderation; Übungsaufgaben; Multimedialer Einsatz; ggf. online-Lehre	<b>Angebotsfrequenz</b>	je nach Stundenplan
<b>Lehrsprache</b>	deutsch		
<b>SWS</b>	4 h		
<b>LP</b>	5	<b>Workload</b>	150 h
<b>korrespondierende Lehrveranstaltung</b>		<b>empfohlene Vorkenntnisse</b>	
<b>Prüfungsform</b>	Modularbeit oder schriftliche Prüfung	<b>zugelassene Hilfsmittel</b>	In Absprache mit dem Dozierenden
<b>Fachverantwortung</b>	Prof. Dr. Steinicke		
<b>DozentInnen</b>	Prof. Dr. Thimmel		

<p><b>Lernziele / Kompetenzen</b></p>	<p>Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <p>Fach- und Methodenkompetenz:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden erfassen die Bedeutung der Digitalen Transformation und erkennen deren Relevanz für Unternehmen diverser Branchen</li> <li>• Die Studierenden erlernen grundlegende Methoden und Konzepte im Bereich der Digitalisierung sowie des Managements digitaler Geschäftsprozesse</li> <li>• Die Studierenden werden befähigt, bestehende Strukturen und Geschäftsprozesse eigenständig zu analysieren, zu dokumentieren und zu bewerten</li> <li>• Die Studierenden sind mit gängigen Ansätzen des Requirements Engineering vertraut und können diese eigenständig anwenden</li> <li>• Die Studierenden sind in der Lage, bestehende Geschäftsprozesse eigenständig zu Optimierungspotenziale im Kontext der Digitalisierung zu identifizieren</li> <li>• Die Studierenden sind in der Lage, das Potenzial digitaler Technologien zur Weiterentwicklung von Geschäftsmodellen zu erkennen, zu bewerten und innovative Lösungen zu implementieren</li> <li>• Die Studierenden werden befähigt, gängige Ansätze des Change-Managements zielgruppenorientiert anzupassen und einzusetzen</li> </ul> <p>Soziale Kompetenz:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden wägen Unterschiedliche Interesse ab und nehmen dabei diverse Perspektiven ein</li> <li>• Die Studierenden können komplexe themenbezogene Fragestellungen eigenständig identifizieren und passgenaue Lösungen erarbeiten</li> <li>• Die Studierenden entwickeln ihre Präsentationsfähigkeiten weiter</li> </ul>
<p><b>Lehrinhalte</b></p>	<p>Grundlagen der Digitalisierung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Management von Betriebliche Anwendungssysteme</li> <li>• IT-Strategie und IT-Management</li> <li>• Digitalisierungstrends und deren Auswirkungen auf Unternehmen und deren Strategien</li> </ul> <p>Digitale Prozesse und digitale Transformation:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einsatz von digitalen Technologien und der Digitalen Transformation</li> <li>• Entwicklung und Bewertung von digitalen Geschäftsmodellen</li> <li>• Prozessdigitalisierung als wesentlicher Baustein der digitalen Transformation</li> </ul> <p>Einsatz von digitalen Prozessen im Unternehmenskontext:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dokumentation, Analyse und Weiterentwicklung von Geschäftsprozessen</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anwendung von Change-Management mit Bezug auf Prozess-transformation</li> </ul>
<b>Literatur / Links</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hoffmeister, C. (2022). Digital Business Modelling: Digitale Geschäftsmodelle verstehen, designen, bewerten. Carl Hanser Verlag GmbH Co KG.</li> <li>Kreutzer, R. T. (2021). Toolbox für Digital Business. Springer Books.</li> <li>Bodemann, M., Fellner, W., &amp; Just, V. (2021). Zukunftsfähigkeit durch Innovation, Digitalisierung und Technologien. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag GmbH.</li> <li>Schallmo, D. R. (2016). Jetzt digital transformieren. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.</li> <li>Schmelzer, H.J., Sesselmann, W. (2013). Geschäftsprozessmanagement in der Praxis: Kunden zufrieden stellen – Produktivität steigern – Wert erhöhen</li> <li>Kollmann, T. (2020). Grundlagen der Digitalen Wirtschaft. In Handbuch Digitale Wirtschaft (pp. 21-52). Springer Gabler, Wiesbaden.</li> <li>Weber, P., Gabriel, R., Lux, T., &amp; Schroer, N. (2019). Basiswissen Wirtschaftsinformatik.</li> </ul>
<b>Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)</b>	5/90
<b>sonst. Informationen</b>	

## M11.2 Intercultural Creativity Management

<b>Modulnr.</b>	<b>M11.2</b>		
<b>Titel</b>	<b>Wahlpflichtmodul II – Intercultural Creativity Management</b>		
<b>Verwendbarkeit</b>	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
<b>Modultyp</b>	Pflichtfach		
<b>Lehrform</b>		<b>Angebotsfrequenz</b>	je nach Stundenplan
<b>Lehrsprache</b>	deutsch		
<b>SWS</b>	4 h		
<b>LP</b>	5	<b>Workload</b>	150 h
<b>korrespondierende Lehrveranstaltung</b>		<b>empfohlene Vorkenntnisse</b>	
<b>Prüfungsform</b>	Modularbeit oder schriftliche Prüfung	<b>zugelassene Hilfsmittel</b>	In Absprache mit dem Dozierenden
<b>Fachverantwortung</b>	Prof. Dr. Steinicke		

<b>DozentInnen</b>	Prof. Dr. Peisl
<b>Lernziele / Kompetenzen</b>	<p>Learning outcomes / skills:</p> <p>This module is designed to develop students' intercultural effectiveness in the context of international business strategies, creativity, and the process, difficulties, and opportunities of managing innovation across borders. The teaching objectives synthesize the theoretical aspects of international management with a focus on leadership, creativity and negotiation to foster individual cross-cultural competencies, team synergy and corporate competitive advantage. Throughout this module, students are actively encouraged to develop their own reasoning and problem-solving skills to address contemporary and future managerial challenges and responsibilities with informed analysis and innovation. This approach centers around an understanding of corporate functions embedded in a holistic view of global business dynamics and the need to think creatively to master future challenges.</p> <p>Competence profile</p> <p>Professional competence building will include:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• In-depth understanding of the influence of culture, particularly in the fields of leadership and creativity</li> <li>• Critical understanding of leading theory in cross-cultural management</li> <li>• Insight into how to work in, build and manage cross-cultural teams</li> <li>• The skillset to identify, avoid and resolve potential sources of culturally based misunderstanding and/or conflict in business situations</li> <li>• The tools to prepare and execute innovation strategies in a cross-cultural context</li> </ul> <p>Technical competencies will allow students to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Independently research and further develop their knowledge of current trends in cross-cultural management for application in individual business situations</li> <li>• Evaluate and develop further their own cross-cultural and communication skills for effective business practice</li> <li>• Demonstrate practical experience in cross-cultural teamwork</li> <li>• Evaluate, compare and present cross-cultural business theory and approaches in an academic and professional context</li> </ul> <p>Personal and social competencies in leadership will enable students to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reflect on and contribute to international and cross-cultural dialogue and co-operation in and beyond the business world,</li> <li>• Evaluate and develop their own creativity toolset and communication skills,</li> </ul>

- Understand, analyse and respond effectively to different leadership styles,
- Interact appropriately and effectively in culturally diverse business environments,
- Share their knowledge and experience to foster effective cross-cultural interaction among peers and teams.

#### Contents

- Understand the context of managing innovation across borders. This requires the integration of knowledge from management, marketing, accounting, and finance courses.
- Understand the effect that country and regional culture, ethics and law have on the business practices and resources of global companies.
- Assess risks and opportunities in terms of economic, social and environmental forces in resource planning and strategies.
- Determine how direct investment and economic integration adjust to each other, and impact on barriers to the flow of knowledge, goods, services and technology on resources and business functions.
- Examine internal and external forces that shape international markets, and the impact of these forces on business.
- Determine how the choice of business model affects business success and requires adaptation in response to changes impacting on the business.
- Identify forces impacting on what global business managers and leaders need to know in uncertain times.
- Understand the importance of IT in successfully managing and leading international organizations.
- Understand and adapt direct and indirect influences of different national cultures on the management of businesses in various countries.
- Include management techniques and systems of US/EU organizations and the organizations of other nationalities.
- Borrowing management techniques and systems from another culture and the management of cultural diversity.

#### Models and Research Methods

Content discussion and delivery follows a case-based research philosophy. Cases will be used to support student learning.

- *Quantitative-empirical methods (comparative – statistic, mathematic methods, data analyses):*
  - In selected cases qualitative, inductive theory will be used to display the critical deficits in using (historical) data only.
- *Qualitative-interpretative methods (expert interview, surveys, standardized inquiry):*
  - Current research findings will be continuously used in class to provide frameworks and content focus.

	<p>Methods of Teaching and Learning</p> <p>Prerequisites: To successfully pass this module you need to have a sound understanding of business and strategy as well as appropriate English language skills.</p> <p>The learning outcome will be accomplished through text readings, case studies, discussions, and presentations. In class activities students will analyze corporate actions, successes and failures, strategy effectiveness, profit results, in view of corporate objectives.</p> <p>The assessment will be through participation and a final assignment. Assigned readings will be the responsibility of the student and may not be part of the classroom lectures. Students are expected to have read the class text assignments and be prepared to make quality comments during class discussions.</p> <p>Self-awareness, reasoned analysis and group participation are key skills for developing cultural effectiveness. The module seeks to develop team and communication skills in addition to continual reflection throughout the semester. The module has a progressive assignment structure and a final group-based assignment to synergise independent critical thought, skilled and targeted application of acquired skills and teamwork.</p>
<b>Lehrinhalte</b>	<p>Literature</p> <p>Further reading and resources will be listed on Moodle at the beginning of the course.</p> <p>SUPPLEMENTARY READING AND MATERIALS</p> <p>The Economist, Business Week, The Financial Times, The Wall Street Journal.</p> <p>Class Handouts, Readings, Journal Articles and other business publications as announced in class.</p> <p>Students are required to follow Moodle for updates.</p>
<b>Literatur / Links</b>	
<b>Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)</b>	5/90
<b>sonst. Informationen</b>	

### 3.3.11 M12 Wahlpflichtmodulgruppe III

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

#### M12.1 Künstliche Intelligenz

<b>Modulnr.</b>	<b>M12.1</b>		
<b>Titel</b>	<b>Wahlpflichtmodul III – Künstliche Intelligenz</b>		
<b>Verwendbarkeit</b>	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
<b>Modultyp</b>	Pflichtfach		
<b>Lehrform</b>	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.	<b>Angebotsfrequenz</b>	je nach Stundenplan
<b>Lehrsprache</b>	deutsch		
<b>SWS</b>	4 h		
<b>LP</b>	5	<b>Workload</b>	150 h
<b>korrespondierende Lehrveranstaltung</b>		<b>empfohlene Vorkenntnisse</b>	
<b>Prüfungsform</b>	Modularbeit oder schriftliche Prüfung	<b>zugelassene Hilfsmittel</b>	In Absprache mit dem Dozierenden
<b>Fachverantwortung</b>	Prof. Dr. Steinicke		
<b>DozentInnen</b>	LB Frank		
<b>Lernziele / Kompetenzen</b>	<p>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.</p> <p>Fachkompetenz:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der KI: Verständnis der grundlegenden Konzepte, Techniken und Anwendungen der Künstlichen Intelligenz.</li> <li>• Tool-Kennntnis: Überblick über gängige KI-Tools und -Plattformen, wie z.B. Machine Learning Frameworks, Natural Language Processing Tools und Automatisierungssoftware.</li> <li>• Anwendung im Beruf: Fähigkeit, spezifische KI-Tools für betriebliche Problemstellungen zu identifizieren und einzusetzen.</li> </ul>		

	<p>Methodenkompetenz:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analytisches Denken: Entwicklung der Fähigkeit, komplexe Probleme zu analysieren und Lösungen unter Einsatz von KI-Methoden zu erarbeiten.</li> <li>• Praktische Umsetzung: Durchführung von Projekten, in denen die Studierenden KI-Tools anwenden, um reale Szenarien zu simulieren und Lösungen zu entwickeln.</li> </ul> <p>Selbstkompetenz, wie z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selbstständigkeit: Eigenverantwortliches Lernen und Forschen zu aktuellen Entwicklungen im Bereich der KI.</li> <li>• Kritisches Denken: Fähigkeit, die Auswirkungen von KI-Technologien auf Gesellschaft und Unternehmen kritisch zu reflektieren.</li> <li>• Anpassungsfähigkeit: Entwicklung von Flexibilität im Umgang mit neuen Technologien und sich verändernden Arbeitsbedingungen.</li> </ul> <p>Sozialkompetenz, wie z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikationsfähigkeit: Entwicklung der Fähigkeit, komplexe technische Konzepte klar und verständlich zu kommunizieren, sowohl in schriftlicher als auch in mündlicher Form.</li> <li>• Teamarbeit: Förderung der Zusammenarbeit in Gruppenprojekten zur Lösung von KI-gestützten Aufgaben</li> </ul>
<p><b>Lehrinhalte</b></p>	<p>1. Einführung in die Künstliche Intelligenz, wie z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definition und Geschichte der KI</li> <li>• Grundlegende Konzepte: Machine Learning, Deep Learning, Natural Language Processing</li> </ul> <p>2. KI-Tools und -Technologien, wie z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Überblick über gängige KI-Tools (z.B. ChatGPT, Claude etc.)</li> <li>• Vergleich und Auswahl geeigneter Tools für verschiedene Anwendungsfälle</li> </ul> <p>3. Anwendung von KI im Beruf, wie z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fallstudien aus verschiedenen Branchen</li> <li>• Praktische Übungen zur Anwendung von KI-Tools an realen Projekten</li> </ul> <p>4. Ethische und gesellschaftliche Aspekte der KI, wie z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diskussion über die Auswirkungen von KI auf Arbeitsplätze und Gesellschaft</li> <li>• Ethische Fragestellungen im Umgang mit KI-Technologien</li> </ul>
<p><b>Literatur / Links</b></p>	<p>Russell, S. &amp; Norvig, P. (2020): Artificial Intelligence: A Modern Approach. 4. Aufl. Pearson. <i>Diese umfassende Einführung in die KI behandelt sowohl theoretische als auch praktische Aspekte und ist ein Standardwerk in der KI-Ausbildung.</i></p> <p>Chui, M., Manyika, J. &amp; Miremadi, M. (2016): Where machines could replace humans—and where they can't (yet). McKinsey Quarterly.</p>

	<p><i>Dieser Artikel analysiert die Auswirkungen von KI auf verschiedene Branchen und bietet Einblicke in die zukünftige Entwicklung von Arbeitsplätzen.</i></p> <p>Brynjolfsson, E. &amp; McAfee, A. (2014): The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies. W. W. Norton &amp; Company.</p> <p><i>Die Autoren diskutieren die Auswirkungen von digitalen Technologien, einschließlich KI, auf die Wirtschaft und die Gesellschaft.</i></p> <p>Marr, B. (2018): Artificial Intelligence in Practice: How 50 Successful Companies Used AI and Machine Learning to Solve Problems. Wiley.</p> <p><i>Dieses Buch bietet praktische Beispiele, wie Unternehmen KI erfolgreich implementiert haben, und zeigt verschiedene Anwendungsfälle auf.</i></p> <p>Davenport, T. H. &amp; Ronanki, R. (2018): Artificial Intelligence for the Real World. Harvard Business Review.</p> <p><i>In diesem Artikel wird erörtert, wie Unternehmen KI in der Praxis nutzen können, um ihre Geschäftsprozesse zu optimieren.</i></p> <p>Frey, C. B. &amp; Osborne, M. A. (2017): The future of employment: How susceptible are jobs to computerization? Technological Forecasting and Social Change, 114, 254-280.</p> <p><i>Diese Studie untersucht, welche Berufe am stärksten von der Automatisierung durch KI betroffen sind.</i></p>
<b>Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)</b>	5/90
<b>sonst. Informationen</b>	

## M12.2 Innovationsdenken

<b>Modulnr.</b>	<b>M12.2</b>		
<b>Titel</b>	<b>Wahlpflichtmodul III – Innovationsdenken</b>		
<b>Verwendbarkeit</b>	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
<b>Modultyp</b>	Pflichtfach		
<b>Lehrform</b>	Seminaristischer Unterricht, Case-Studies, Exkursion, Teamarbeit, Praxisbeispiele, Diskussion und Moderation; Workshops; ggf. Online-Lehre	<b>Angebotsfrequenz</b>	je nach Stundenplan
<b>Lehrsprache</b>	deutsch		
<b>SWS</b>	4 h		
<b>LP</b>	5	<b>Workload</b>	150 h

<b>korrespondierende Lehrveranstaltung</b>		<b>empfohlene Vorkenntnisse</b>	
<b>Prüfungsform</b>	Modularbeit oder schriftliche Prüfung	<b>Zugelassene Hilfsmittel</b>	In Absprache mit dem Dozierenden
<b>Fachverantwortung</b>	Prof. Dr. Steinicke		
<b>DozentInnen</b>	LB Tobias Wetzel		
<b>Lernziele / Kompetenzen</b>	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• selbständig Fachliteratur zu einem definierten wissenschaftlichen Thema recherchieren, analysieren und auszuwerten.</li> <li>• theoretische Methoden im Praxisbezug anzuwenden.</li> <li>• in einem definierten Zeitrahmen eine Fragestellung zur Entwicklung einer Innovation zu bearbeiten und vorzustellen.</li> <li>• ein praxisbezogenes, wissenschaftliches Projekt inhaltlich und zeitlich zu planen.</li> <li>• die ausschlaggebenden Forschungsergebnisse treffend im Kolloquium darzustellen.</li> <li>• Sachverhalte kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren.</li> <li>• den persönlichen Kommunikationsstil reflektieren und auf verschiedene Situationen anwenden.</li> </ul>		
<b>Lehrinhalte</b>	<p>In diesem Modul lernen die Studierenden, wie innovative Ideen entstehen, weiterentwickelt und letztlich erfolgreich umgesetzt werden können. Dabei werden anhand realer und praxisnaher Beispiele verschiedene theoretische Methoden, kreative Problemlösungstechniken sowie Ansätze zur Förderung von Innovationskultur in Unternehmen näher betrachtet. Durch interaktive Fallstudien und Workshops entwickeln die Teilnehmenden ein unternehmerisches Mindset und lernen, disruptive Veränderungen als Chancen zur Weiterentwicklung zu nutzen. Ziel ist es, die Hintergründe von Innovationsprozessen zu verstehen und eine Denkweise zu entwickeln, die mittels Offenheit und Neugier gegenüber neuen Themen die Innovationspotenziale gezielt stärkt.</p> <p>Schwerpunkte werden sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kreativitätstechniken</li> <li>• Theoretische Ansätze Innovationsprozesse</li> <li>• Reale Erfolgsgeschichten von Start-ups</li> <li>• Richtiges Präsentieren von Ideen / Pitch-Training</li> <li>• Innovations-Workshop mit Diehl Aviation</li> </ul> <p>Die Studierenden werden eng mit einem renommierten Konzern aus dem Geschäftsfeld der Luftfahrt, der HM Business School und anderen involvierten Partnern zusammenarbeiten, um praxisnahe Ansätze zu entwickeln. Das Modul bietet die Möglichkeit, theoretische Kenntnisse und Methoden in der Praxis anzuwenden und gleichzeitig fachliche sowie überfachliche Kompetenzen zu vertiefen. Abschließend werden die Ergebnisse auf Management-Level vor Ort präsentiert und diskutiert.</p>		

<b>Literatur / Links</b>	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.
<b>Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)</b>	5/90
<b>sonst. Informationen</b>	

### 3.3.12 M13 Wahlpflichtmodulgruppe IV

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

#### M13.1 Praxisprojekt 1

<b>Modulnr.</b>	<b>M13.1</b>		
<b>Titel</b>	<b>Wahlpflichtmodul IV – Praxisprojekt 1</b>		
<b>Verwendbarkeit</b>	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
<b>Modultyp</b>	Pflichtfach		
<b>Lehrform</b>		<b>Angebotsfrequenz</b>	je nach Stundenplan
<b>Lehrsprache</b>	deutsch		
<b>SWS</b>	4 h		
<b>LP</b>	5	<b>Workload</b>	150 h
<b>korrespondierende Lehrveranstaltung</b>		<b>empfohlene Vorkenntnisse</b>	
<b>Prüfungsform</b>	Modularbeit oder schriftliche Prüfung	<b>zugelassene Hilfsmittel</b>	In Absprache mit dem Dozierenden
<b>Fachverantwortung</b>	n.n.		
<b>DozentInnen</b>	n.n.		
<b>Lernziele / Kompetenzen</b>	n.n.		
<b>Lehrinhalte</b>			
<b>Literatur / Links</b>			
<b>Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)</b>	5/90		
<b>sonst. Informationen</b>			

### M13.2 Praxisprojekt 2

<b>Modulnr.</b>	<b>M13.2</b>		
<b>Titel</b>	<b>Wahlpflichtmodul IV – Praxisprojekt 2</b>		
<b>Verwendbarkeit</b>	MBA-Studiengang "Management & Business Strategy" sowie thematisch verwandte MBA-Studiengänge		
<b>Modultyp</b>	Pflichtfach		
<b>Lehrform</b>	Siehe weiter unten!	<b>Angebotsfrequenz</b>	je nach Stundenplan
<b>Lehrsprache</b>	deutsch		
<b>SWS</b>	4 h		
<b>LP</b>	5	<b>Workload</b>	150 h
<b>korrespondierende Lehrveranstaltung</b>		<b>empfohlene Vorkenntnisse</b>	
<b>Prüfungsform</b>	Modularbeit oder schriftliche Prüfung	<b>Zugelassene Hilfsmittel</b>	In Absprache mit dem Dozierenden
<b>Fachverantwortung</b>	Prof. Dr. Steinicke		
<b>DozentInnen</b>	Prof. Dr. Hammer		
<b>Lernziele / Kompetenzen</b>	<p>Das Studienprojekt zielt darauf ab, die Studierenden in die Lage zu versetzen, betriebswirtschaftliche Konzepte und Methoden in einem realen Unternehmensumfeld anzuwenden. Das übergeordnete Ziel ist es, durch die Bearbeitung eines realen Projekts gemeinsam mit einem Projektpartner Kompetenzen in der Projektplanung, -durchführung und -kontrolle zu erlangen. Das Studienprojekt umfasst dabei die Zusammenarbeit mit einem Projektpartnerunternehmen, um ein aktuelles Geschäftsproblem oder eine Herausforderung zu bearbeiten. Die Inhalte können je nach Projektpartner variieren, jedoch werden typischerweise folgende Themen behandelt:</p> <p>Marktanalyse: Analyse von Marktbedingungen und Kundenbedürfnissen.</p> <p>Strategische Planung: Entwicklung von Strategien zur Erreichung der Unternehmensziele.</p> <p>Organisationsentwicklung: Optimierung von Prozessen und Strukturen.</p> <p>Innovationsmanagement: Förderung von Innovationen und kreativen Lösungen.</p> <p>Durch das Studienprojekt mit einem realen Projektpartnerunternehmen sollen die Studierenden folgende spezifischen Kompetenzen erwerben:</p> <p>Fachkompetenzen: Anwendung betriebswirtschaftlicher Konzepte und Methoden in einem realen Unternehmensumfeld. Analyse und Lösung komplexer Geschäftsprobleme.</p> <p>Methodenkompetenzen: Anwendung von Methoden wie SWOT-Analyse, Porter's Five Forces, Balanced Scorecard und Design Thinking.</p>		

	<p>Fähigkeit zur Auswahl und Anwendung geeigneter Methoden zur Problemlösung.</p> <p>Soziale und personale Kompetenzen: Teamarbeit und Zusammenarbeit in interdisziplinären Teams. Kommunikationsfähigkeit zur Präsentation von Projektergebnissen gegenüber Stakeholdern. Selbstorganisation und Zeitmanagement im Projektumfeld.</p> <p>Reflexions- und Transferkompetenzen: Fähigkeit, theoretisches Wissen auf praktische Probleme anzuwenden und zu reflektieren. Entwicklung einer kritisch-reflektiven Lern- und Arbeitshaltung.</p>
<p><b>Lehrform</b></p>	<p>Das Studienprojekt nutzt eine Kombination aus folgenden Lehr- und Lernmethoden:</p> <p>Projektarbeit und Projektbasiertes Lernen: Die Studierenden arbeiten in Teams an einem realen Projekt.</p> <p>Gruppenarbeiten und Teamprojekte: Diese Methode fördert die Zusammenarbeit, Kommunikation und Problemlösungsfähigkeiten der Studierenden. Sie lernen, unterschiedliche Perspektiven zu integrieren und gemeinsam Lösungen zu entwickeln.</p> <p>Forschendes Lernen: Diese Methode ermöglicht es den Studierenden, eigene Forschungsfragen zu formulieren und zu bearbeiten. Sie fördert kritisches Denken und die Fähigkeit, wissenschaftliche Erkenntnisse zu erlangen und anzuwenden. Diese Methode integriert theoretisches Wissen in praktische Projekte, was die Anwendung und das Verständnis der Konzepte fördert. Sie ermöglicht es den Studierenden, in einem realen Kontext zu lernen und Erfahrungen zu sammeln.</p> <p>Mentoring und Coaching: Die Betreuung durch erfahrene Dozenten oder Unternehmensvertreter bietet den Studierenden individuelle Unterstützung und hilft ihnen, ihre Fähigkeiten weiterzuentwickeln.</p> <p>Reflexionsphasen: Regelmäßige Reflexionsphasen helfen den Studierenden, ihre Lernprozesse zu reflektieren und ihre Kompetenzen kontinuierlich zu verbessern.</p>
<p><b>Literatur / Links</b></p>	<p>Die folgende Literatur dient als Grundlage für das Praxisprojekt: Johnson, G., Scholes, K., &amp; Whittington, R. (2020): Exploring Strategy: Text &amp; Cases. Pearson Education. Kerzner, H. (2017). Projektmanagement: Werkzeuge – Prozesse – Templates. PMI (Project Management Institute): <i>A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide)</i>.</p>

	Aktuelle Fallstudien und Fachartikel (werden zu Beginn des Semesters bereitgestellt) Unternehmensberichte und -publikationen
<b>Stellenwert der Note in der Endnote des Master (Masterzeugnis)</b>	5/90
<b>sonst. Informationen</b>	