

Modulhandbuch

Studiengang

Business Administration (MBA)

Vollzeit und Teilzeit

Stand: Juli 2025

Modulhandbuch der HDBW für den Studiengang

Business Administration (MBA)
(Vollzeit und Teilzeit)

Inhalt

Glossar.....	4
Einführende Informationen zum Studium an der HDBW.....	5
Inhalt des Studiengangs	6
Aufbau und Struktur des Studiengangs	7
Lehrveranstaltungsformen	12
Leistungsnachweise	14
Literatur.....	15
Modulbeschreibungen.....	16
Strategisches Management und Betriebliche Funktionen	16
Marketing im Digitalen Zeitalter	19
Internationale Wirtschaft und Globale Märkte.....	21
Rechnungswesen und Finanzmanagement.....	23
Führung und Veränderungsmanagement.....	25
Businesskultur und Management-kompetenzen.....	28
IT Management und Digitale Innovation.....	31
Wirtschaftsrecht für Unternehmer	34
Businessplanung und Entrepreneurship.....	37
Supply Chain- und Nachhaltigkeits-Management.....	40
Industrial Engineering und Operations-Management.....	42
Digitale Transformation und Künstliche Intelligenz	45
MBA-Thesis.....	48
Index.....	49

Glossar

BP	Betriebspraktikum
BS	Blockseminar
ECTS	European Credit Transfer System
BL	Blended Learning
GA	Gruppenarbeit
GBWL	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
HA	Hausarbeit
KO	Kolloquium
KR	Kurzreferat
LN	Leistungsnachweis
LP	Leistungspunkt
LVA	Lehrveranstaltung
LVF	Lehrveranstaltungsform
MoP	Modulprüfung
mP	Mündliche Prüfungen
PA	Projektarbeit
PL	Praxisorientierte Lehrveranstaltungen
PR	Präsentation
PZ	Präsenzzeit
R	Referat
S	Seminar
SK	Sprachkurse
SoSe	Sommersemester
SP	Studium Plus
sP	Schriftliche Prüfungen
SPJ	Studienprojekt
SSt	Selbststudium
SWS	Semesterwochenstunden
UE	Übung
VL	Vorlesung
VWL	Volkswirtschaftslehre
WiSe	Wintersemester
WL	Workload

Einführende Informationen zum Studium an der HDBW

Zielsetzung	Studierenden sind in der Lage ein Thema konzeptionell umfassend und tiefgreifend zu behandeln und die daraus gewonnen theoretischen Erkenntnisse auf eine praktische Fragestellung anwenden zu können
Informationsmöglichkeiten	Grundlegende Informationen über Studieninhalte, Studienaufbau, -ablauf, Bewerbung und Prüfungsangelegenheiten erhalten Studieninteressierte unter www.hdbw-hochschule.de . Die fachliche Studienberatung, insbesondere hinsichtlich Inhalte des Studiums und Wahlmöglichkeiten, wird von den Fachstudienberatern der jeweiligen Fachbereiche durchgeführt.
Studien- und Prüfungsordnung	Für einen erfolgreichen Studienverlauf ist die Kenntnis und Einhaltung der Regelungen der Prüfungsordnung zwingend erforderlich. Prüfungsordnungen stehen unter www.hdbw-hochschule.de zum Download zur Verfügung.
Studienaufbau Module Lehrinhalte Lehrveranstaltungen	Der Studiengang ist auf eine Regelstudienzeit von 3 Fachsemestern ausgelegt. Jedes Modul besteht aus einer oder mehreren Lehrveranstaltungen (LVA) (Vorlesung, Seminar, Übung, etc.). Diese umfassen Pflicht- und Wahlpflichtveranstaltungen. Detaillierte Beschreibungen der Modul- und Veranstaltungsinhalte finden sich im Modulhandbuch des jeweiligen Studiengangs. Diese sind unter www.hdbw-hochschule.de verfügbar. Eine detaillierte Übersicht über den Studienverlauf findet sich im Studienverlaufsplan unter www.hdbw-hochschule.de .
Leistungspunkte	Der MBA-Studiengang umfasst 60 ECTS Punkte. Für den mit jedem Modul verbundenen Arbeitsaufwand (Workload / WL) werden Leistungspunkte (LP) nach dem European Credit Transfer System (ECTS) vergeben. Generell gilt: 30 Stunden WL = 1 LP. Jedes Modul wird durch eine Modulprüfung (MoP) abgeschlossen, die aus studienbegleitenden Leistungsnachweisen besteht (LN). LN werden i.d.R. benotet. Eine Leistung gilt als bestanden, wenn sie mindestens mit der Note 4,0 bewertet wurde. Für das Abschlussmodul werden 15 LP vergeben. Detaillierte Beschreibungen der pro Modul geforderten LN finden sich im Modulhandbuch des jeweiligen Studiengangs. Regelungen zu den Prüfungsformen finden sich in der Studien- und Prüfungsordnung des jeweiligen Studiengangs.
Vorlesungs- und Prüfungszeitraum	Der Vorlesungszeitraum umfasst 16 Wochen. Das Wintersemester (WiSe) beginnt i. d. R. Anfang Oktober. Das Sommersemester (SoSe) beginnt i. d. R. Mitte März. Der Prüfungszeitraum findet jeweils von der 16. bis 18. Vorlesungswoche statt (1. Prüfungstermin). Der Nachschreibetermin findet in den jeweils letzten beiden Wochen der Semesterferien statt (2. Prüfungstermin).
Anrechnung von Studienzeiten und praktischen Tätigkeiten	Für die Anrechnung von Studienzeiten sowie praktischen Tätigkeiten ist der Prüfungsausschuss zuständig.
Prüfungen und Wiederholung von Prüfungen	Studierende werden automatisch zu den Prüfungen des jeweiligen Fachsemesters angemeldet. Abmeldungen sind an die Studiengangadministration zu richten. Begründungen werden vom Prüfungsausschuss beurteilt. Prüfungsleistungen für LVA innerhalb eines Moduls können 2 Mal wiederholt werden. Wiederholungsprüfungen müssen zum nächstmöglichen Zeitpunkt erfolgen.

Inhalt des Studiengangs

Der MBA-Studiengang ist dem Profiltyp „anwendungsorientiert“ zugeordnet. Daher umfasst der Studiengang folgende Qualifikationsziele:

1. Die Studierenden verfügen über ein generalistisches Fachwissen in übergreifenden Bereichen der Betriebswirtschaftslehre Betriebswirtschaftslehre und erlangen somit ein breites Verständnis betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge.
2. Die Studierenden kennen wesentliche Management- und Führungskonzepte. Sie lernen, empathisch und effektiv in Teams zu kommunizieren, Selbstreflexion und Resilienz zu verbessern und erwerben Führungsqualitäten.
3. Die Studierenden erwerben werden für internationale und interkulturelle Zusammenhänge sensibilisiert.
4. Die Studierenden kennen die Bedeutung von Nachbardisziplinen für die Unternehmensführung-
5. Die Studierenden haben ein anwendungsorientiertes Verständnis dieser Themen und sind grundsätzlich befähigt, diese selbständig einer Managementposition einzusetzen.

Aufbau und Struktur des Studiengangs

Der MBA-Studiengang umfasst 60 ECTS Punkte bei einem Gesamtarbeitsaufwand (WL) von 1800 Stunden. Im Vollzeitstudium sind diese zu je 30 ECTS auf zwei Semester aufgeteilt. Im Teilzeitstudium sind es vier Semester, wobei in jedem Semester 15 ECTS vergeben werden.

Inhaltlich sind die 6 Kurse des 1. Semesters Vollzeit (bzw. des 1. und 3. Semesters Teilzeit) für alle Teilnehmer gleich. Das 2. Semester Vollzeit (bzw. das 2. und 4. Semester Teilzeit) enthalten einen Wahlpflichtblock, der entweder auf das Thema General Management oder das Thema Industrial Management fokussiert, und die abschließende MBA-Thesis.

Die Lehrveranstaltungen sind sehr anwendungsorientiert. Alle Lehrveranstaltungen folgen in ihrem didaktischen Konzept einem klaren Muster:

1. In jeder Lehrveranstaltung werden zunächst die relevanten theoretisch-konzeptionellen Grundlagen des jeweiligen Faches auf Basis des jeweils aktuellen Standes aus Wissenschaft und Praxis vermittelt.
2. Anhand von praxisnahen Lehrveranstaltungskomponenten (z.B. Referenten aus der Praxis, Fallstudiendiskussion) wird ein anwendungsorientiertes Grundverständnis geschaffen.
3. Alle Lehrveranstaltungen sind interaktiv und beinhalten bewertete oder nicht bewertete Projektarbeitskomponenten unterschiedlichen Ausmaßes. Da dies die Philosophie des gesamten, anwendungsorientierten Masterprogramms und jeder Lehrveranstaltung ist, wurde bewusst auf eine explizite Trennung zwischen Vorlesungen und Übungen verzichtet.

MBA-Thesis

Das Studium schließt mit einer MBA-Thesis ab, in deren Rahmen die Studierenden zeigen sollen, dass Sie in der Lage sind ein Thema konzeptionell umfassend und tiefgreifend zu behandeln und die daraus gewonnen theoretischen Erkenntnisse auf eine praktische Unternehmensfragestellung anwenden können. Daher besteht die Erstellung der MBA-Thesis aus den folgenden Komponenten:

1. Einem einführenden Seminar über die Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit
2. Der selbständigen Erstellung einer Arbeit im Umfang von mindestens 40 aber nicht mehr als 70 Seiten. Dabei kann es sich inhaltlich handeln um
 - eine wissenschaftliche Arbeit
 - die Erstellung eines Businessplans oder
 - ein Industrieprojekt

3. Die Verteidigung und Präsentation der Ergebnisse der Arbeit mit einem Prüfungsgespräch, in dessen Rahmen die Inhalte der Arbeit auch in Verbindung zu sonstigen Inhalten des Studiums gesetzt werden. Die Dauer soll 10 Minuten nicht überschreiten. Die Gesamtdauer der Verteidigung darf 30 Minuten nicht überschreiten.

Einen Überblick über den Aufbau des Studiums geben die folgenden Abbildungen.

Überblick MBA-Studium Vollzeit

Master of Business Administration, MBA, 60 ECTS Vollzeit					
1. Semester					
Strategisches Management und Betriebliche Funktionen	Marketing im Digitalen Zeitalter	Internationale Wirtschaft und Globale Märkte	Rechnungswesen und Finanzmanagement	Führung und Veränderungsmanagement	Businesskultur u. Managementkompetenzen Exkursionen (optional)
5 ECTS, 4 SWS	5 ECTS, 4 SWS	5 ECTS, 4 SWS	5 ECTS, 4 SWS	5 ECTS, 4 SWS	5 ECTS, 4 SWS
2. Semester: Eine von zwei Optionen					
2. Semester - General Management					
IT Management und Digitale Innovation	Business Pläne und Entrepreneurship	Wirtschaftsrecht für Unternehmer	MBA Thesis + Verteidigung - Einführungskurs wissenschaftliches Arbeiten - Wiss. Arbeit oder - Business Plan oder - Industrieprojekt		
5 ECTS, 4 SWS	5 ECTS, 4 SWS	5 ECTS, 4 SWS	15 ECTS		
2. Semester - Industrial Management					
Supply Chain und Nachhaltigkeitsmanagement	Industrial Engineering und Operations Management	Digitale Transformation und Künstliche Intelligenz	MBA Thesis + Verteidigung - Einführungskurs wissenschaftliches Arbeiten - Wiss. Arbeit oder - Business Plan oder - Industrieprojekt		
5 ECTS, 4 SWS	5 ECTS, 4 SWS	5 ECTS, 4 SWS	15 ECTS		

Überblick MBA-Studium Teilzeit

Master of Business Administration, MBA, 60 ECTS Teilzeit					
1. Semester					
Strategisches Management und Betriebliche Funktionen 5 ECTS, 4 SWS	Marketing im Digitalen Zeitalter 5 ECTS, 4 SWS	Internationale Wirtschaft und Globale Märkte 5 ECTS, 4 SWS			
2. Semester - General Management			2. Semester - Industrial Management		
IT Management und Digitale Innovation 5 ECTS, 4 SWS	Business Pläne und Entrepreneurship 5 ECTS, 4 SWS	Wirtschaftsrecht für Unternehmer 5 ECTS, 4 SWS	Supply Chain und Nachhaltigkeits-Management 5 ECTS, 4 SWS	Industrial Engineering und Operations Management 5 ECTS, 4 SWS	Digitale Transformation und Künstliche Intelligenz 5 ECTS, 4 SWS
3. Semester					
Rechnungswesen und Finanzmanagement 5 ECTS, 4 SWS	Führung und Veränderungsmanagement 5 ECTS, 4 SWS	Businesskultur u. Managementkompetenzen Exkursionen (optional) 5 ECTS, 4 SWS			
4. Semester					
MBA Thesis + Verteidigung - Einführungskurs wissenschaftliches Arbeiten - Wiss. Arbeit oder - Business Plan oder - Industrieprojekt 15 ECTS					

Modulübersicht des Studiengang **Business Administration (MBA) Vollzeit / Teilzeit** an der
Hochschule der Bayerischen Wirtschaft für angewandte Wissenschaften – HDBW

MoNr.	Module mit Lehrveranstaltungen	LVF	V	SWS	MoP	LP*	SEM VZ	SEM TZ
MBA1	Strategic Management and Business Functions / Strategisches Management und Betriebliche Funktionen				PA 15-30 S. u. PR 10-20 min. u. (sP 60-120 min. od. mP 10-20 min.)	5	1	1
MBA1	Strategic Management and Business Functions / Strategisches Management und Betriebliche Funktionen	VL/UE	P	4				
MBA2	Marketing in the Digital Age / Marketing im Digitalen Zeitalter				PA 15-30 S. u. PR 10-20 min. u. (sP 60-120 min. od. mP 10-20min.)	5	1	1
MBA2	Marketing in the Digital Age / Marketing im Digitalen Zeitalter	VL/UE	P	4				
MBA3	International Business and Global Markets / Internationale Wirtschaft und Globale Märkte				PA 15-30 S. u. PR 10-20 min. u. (sP 60-120 min. od. mP 10-20min.)	5	1	1
MBA3	Interantional Business and Global Markets / Internationale Wirtschaft und Globale Märkte	VL/UE	P	4				
MBA4	Accounting and Finance Management / Rechnungswesen und Finanzmanagement				PA 15-30 S. u. PR 10-20 min. u. (sP 60-120 min. od. mP 10-20 min.)	5	1	3
MBA4	Accounting and Finance Management / Rechnungswesen und Finanzmanagement	VL/UE	P	4				
MBA5	Leadership and Change Management / Führung und Veränderungsmanagement				PR 10-20 min. u. (sP 60-120 min. od. mP 10-20 min.)	5	1	3
MBA5	Leadership and Change Management / Führung und Veränderungsmanagement	VL/UE	P	4				
MBA6	Business Culture and Management Competences Businesskultur und Managementkompetenzen				PR 10-20 min. u. (sP 60-120 min. od. mP 10-20 min.)	5	1	3
MBA6	Business Culture and Management Competences Businesskultur und Managementkompetenzen	VL/UE	P	4				
MBA-WPB	Wahlpflichtblock							
	Spezialisierungsfach 1	WP				5	2	2
	Spezialisierungsfach 2					5	2	2
Spezialisierungsfach 3					5	2	2	
MBAT	MBA Thesis MBA Abschlussarbeit				PA 40-70 S. u. PR 15-25 min.	15	2	4
MBAT	MBA Thesis MBA Abschlussarbeit	SSt.	P	450 h				

Wahlpflichtblöcke Studiengang Business Administration (MBA)

Modulübersicht Wahlpflichtblock **MBA-GM General Management**

MBAGM1	Business IT and Digital Innovation / IT Management und Digitale Innovation				PA 20-40 S. oder (PR 10-20 min. u. sP 60-120 min.)	5	2	2
MBAGM1	Business IT and Digital Innovation / IT Management und Digitale Innovation	VL/UE	P	4				
MBAGM2	Business Law for Entrepreneurs / Wirtschaftsrecht für Unternehmer				PA 15-30 S. u. PR 10-20 min. u. (sP 60 - 120 min. od. mP 10-20 min.)	5	2	2
MBAGM2	Business Law for Entrepreneurs / Wirtschaftsrecht für Unternehmer	VL/UE	P	4				
MBAGM3	Business Planning and Entrepreneurship / Businesspläne und Entrepreneurship				PA 15-30 S. u. PR 10-20 min. u. (sP 60 - 120 min. od. mP 10-20 min.)	5	2	2
MBAGM3	Business Planning and Entrepreneurship / Businesspläne und Entrepreneurship	VL/UE	P	4				

Modulübersicht Wahlpflichtblock **MBA-IM Industrial Management**

MBAIM1	Supply Chain and Sustainability Management / Supply Chain und Nachhaltigkeits-Management				PA 15-30 S. u. PR 10-20 min. u. (sP 60-120 min. od. mP 10-20 min.)	5	2	2
MBAIM1	Supply Chain and Sustainability Management Internationale Lieferketten und Nachhaltigkeit	VL/UE	P	4				
MBAIM2	Industrial Engineering and Operations Management Industrial Engineering und Operations-Management				PA 20-40 S. u. PR 15 -30 min.	5	2	2
MBAIM2	Industrial Engineering and Operations Management Industrial Engineering und Operations-Management	VL/UE	P	4				
MBAIM3	Digital Transformation and AI Digitale Transformation und Künstliche Intelligenz				PA 15-30 S. u. PR 10-20 min. u. (sP 60-120 min. od. mP 10-20 min.)	5	2	2
MBAIM3	Digital Transformation and AI Digitale Transformation und Künstliche Intelligenz	VL/UE	P	4				

* Leistungspunkte (LP) werden nach dem European Credit Transfer System (ECTS) vergeben.

Lehrveranstaltungsformen

Vorlesungen* (VL)

Vorlesungen dienen der Vermittlung theoretischer Kenntnisse, die meistens durch Übungen oder Laborunterricht ergänzt werden. Sie haben i.d.R. einen Semesterwochenstundenumfang von 2 Stunden. Zugehörige Skripte und Folien können zu Beginn des Semester online unter www.hdbw-hochschule.de als PDF Dokument runter geladen werden und stehen im Handapparat zur Einsicht zur Verfügung. Vorlesungen schließen i.d.R. mit einer schriftlichen Prüfung (sP) ab.

Seminare* (S) und Blockseminare* (BS)

Seminare sind interaktive Lehrveranstaltungen, bei denen im Rahmen von kleinen Gruppen verschiedene Themen und Unterrichtsinhalte gemeinsam bearbeitet werden. Bestandteile der Zusammenarbeit sind zum Beispiel Übungen, Diskussionen und Referate. Seminare schließen entweder mit der Verschriftlichung eines Referates, dem Anfertigen einer Hausarbeit oder ein Klausur ab. Eine aktive Teilnahme wird für erfolgreiches Absolvieren der Veranstaltung vorausgesetzt. Blockseminare beinhalten dieselbe Lehrmethodik wie Seminare. Im Gegensatz zu normalen Seminaren umfassen Blockseminare jedoch i.d.R. ein jeweiliges Arbeitspensum von 8 Stunden und finden im 2-wöchigen Turnus statt.

Übungen* (UE)

Übungen dienen hauptsächlich der Unterstützung von Vorlesungen. Je nach Modul können Sie auch ohne zugehörige Vorlesung angeboten werden. Im Rahmen der Übung werden theoretische Kenntnisse durch Übungsaufgaben wiederholt und gefestigt. Sie finden i.d.R. in Präsenzform statt und haben einen Semesterwochenstundenumfang von 2 Stunden, können aber auch in Form von Blended Learning angeboten werden. Für ein erfolgreiches Absolvieren der Veranstaltung wird eine aktive Teilnahme vorausgesetzt.

Sprachkurse* (SK)

Sprachkurse sind wie der Name bereits sagt, ausschließlich auf den Erwerb einer Fremdsprache ausgerichtet. Die Unterrichtsform gleicht der von Seminaren und zeichnet sich insbesondere durch interaktive Lehrmethoden aus. Leistungsnachweise werden zum Beispiel häufig in der Form von Referaten oder Präsentationen erbracht. Sprachkurse können zudem ebenso als Blockveranstaltung stattfinden. Auch bei ihnen gilt: eine aktive Teilnahme ist Voraussetzung für das Bestehen des Moduls.

Praxisorientierte Lehrveranstaltungen* (PL)

Praxisorientierte Lehrveranstaltungen dienen dem Erwerb von fachspezifischem Anwendungswissen und Schlüsselqualifikationen. In der Regel umfassen sie dieselben Lehrmethoden wie Seminare und Übungen. Darüber hinaus können sie in Form von Exkursionen, Workshops und Trainings stattfinden.

Alle mit * gekennzeichneten Lehrveranstaltungsformen werden im didaktischen Konzept des Blended Learnings (BL) angeboten. Blended-Learning-Veranstaltungen dienen der Darstellung und Bearbeitung größerer Stoffgebiete, weshalb sie ebenso als Teil von Vorlesungen und häufig als Ergänzung von Übungen stattfinden. Sie dienen aber auch der

Vertiefung theoretischer Inhalte mit Fallbeispielen und Übungsaufgaben. Blended-Learning-Veranstaltungen umfassen sämtliche Lehrmethoden sowohl in Form von Präsenz- als auch virtueller Veranstaltung. Über das Lernmanagementsystem (LMS) können den Teilnehmern verschiedene Lernunterlagen wie Scripts und Tutorials sowie Audios und Videos zur Verfügung gestellt werden. Die detaillierte Beschreibung des Unterrichtsverlaufs sowie die Termine für die Präsenzveranstaltungen werden zu Beginn des jeweiligen Semesters im LMS und bei der zuständigen Fachstudienberatung zur Verfügung gestellt. Während des gesamten laufenden Semesters stehen die Tutoren bei inhaltlichen sowie organisatorischen Fragen zur Verfügung.

Studienprojekt (SPJ)

Studienprojekte sind Lehrveranstaltungen mit erhöhtem Arbeitsaufwand. Sie werden zum Beispiel im Rahmen eines Forschungsprojektes oder einer Gruppenarbeit durchgeführt und fördern insbesondere die selbständige Anwendung forschungstypischer Arbeitsweisen, weshalb sie nicht selten auch der Themenfindung von Abschlussarbeiten dienen. Studienprojekte werden im Sinne des Selbststudiums umgesetzt und setzen daher i.d.R. keine festen Präsenzzeiten voraus.

Selbststudium (SSt)

Das Selbststudium dient der selbstständigen Vor- und Nachbereitung von LVA und wird für alle Module vorausgesetzt.

Kolloquium (KO)

Kolloquien umfassen i.d.R. interaktive Diskussionsrunden innerhalb derer Themen referiert und präsentiert werden. Sie finden immer als Präsenzveranstaltung statt. Häufig dienen sie während des Studienabschluss der Unterstützung bei der Erstellung der Bachelorarbeit.

Lernmanagementsystem (LMS)

Das Lernmanagementsystem (LMS) ist ein elektronisches, webbasiertes System, das Kursinhalte in strukturierter Form auf einer Plattform darstellt und Lehrenden wie auch Teilnehmenden interaktive Funktionen für das kollaborative Arbeiten zur Verfügung stellt. Es umfasst die Teilnehmerverwaltung, das Dokumentenmanagement, Leistungsmessungsfunktionen, Kalenderfunktionen und die Möglichkeit zur Einbindung von interaktiven Lerneinheiten. Weitere Informationen zum LMS sind bei der Studienberatung des jeweiligen Fachbereichs zu erhalten.

Leistungsnachweise

Modulprüfung (MoP)

Jedes Modul kann aus einer oder mehreren Lehrveranstaltungen (LVA) zusammengesetzt sein. Pro Modul findet eine Modulprüfung (MoP) statt, die die Bestandteile einer oder mehrerer LVA umfassen kann. Die MoP kann aus unterschiedlichen Leistungsnachweisen (LN) bestehen. Diese können veranstaltungsbegleitender Natur sein oder im Prüfungszeitraum am Ende des Semesters erbracht werden. Die Modulnote errechnet sich aus der in der MoP erreichten Leistung gemäß dem zu Beginn des Moduls bekannt gegebenen Schemas. Folgende Prüfungsformen können im Rahmen der MoP als LN vorkommen (die vorgeschriebene Prüfungsform findet sich jeweils bei den entsprechenden Modulen im Handbuch):

Schriftliche Prüfungen (sP)

Schriftliche Prüfungen haben i.d.R. einen Umfang von 60 Minuten und finden am Ende des Semesters statt. Sie werden meistens von den Leitern oder Leiterinnen der entsprechenden Lehrveranstaltungen gestellt und bewertet. Bei Klausuren ist generell der Studierendenausweis inklusive eines amtlichen Ausweises mit Lichtbild mit sich zu führen.

Mündliche Prüfungen (mP)

Mündliche Prüfungen finden entweder im Einzelgespräch oder in Form von Gruppen statt. Je nach Bedeutung der Prüfung umfassen sie einen Zeitraum von mindestens 15 und maximal 60 Minuten. Meistens finden sie gegen Ende des Semesters statt.

Hausarbeit (HA)

Hausarbeiten sind schriftliche Ausarbeitungen eines mit dem zuständigen Professor abgestimmten Themas. Ihr Umfang kann zwischen 5 und 25 DIN-A 4 Seiten betragen. Die Bearbeitungszeit für Hausarbeiten beträgt höchstens vier Wochen. Sie können meistens in der vorlesungsfreien Zeit bearbeitet werden, wobei es zu empfehlen ist sie bereits im Laufe des Semesters fertig zu stellen, um den Prüfungsstress am Ende des Semesters zu reduzieren.

Referat (R)

Referate sind eine mündliche Prüfungsleistung in der ein zuvor mit dem zuständigen Lehrenden oder der zuständigen Lehrenden abgesprochenes Thema vor den Kommilitonen der Lehrveranstaltung präsentiert wird. Die Inhalte sollten wissenschaftlich recherchiert sein. Alle Thesen des Referats sollten auf einem Thesenballt für die Mitstudierenden zusammengefasst werden. Die Dauer eines Referats umfasst zwischen 20 und 45 Minuten, je nach Absprache mit dem zuständigen Lehrenden oder der zuständigen Lehrenden. Referate können auch in Gruppen vorbereitet und gehalten werden. Ergänzt wird es in der Regel durch eine schriftliche Ausarbeitung in Form einer Hausarbeit.

Kurzreferat (KR)

Kurzreferate unterscheiden sich von Referaten lediglich im Hinblick auf ihre Länge: sie umfassen höchstens 10 Minuten. Alle anderen Aspekte sind gleich.

Präsentation (PR)

Präsentationen können entweder als Einzelleistung oder in Form einer Gruppenarbeit durchgeführt werden. Die Arbeitsergebnisse werden vor den Mitstudierenden und dem Leiter bzw. der Leiterin der entsprechenden Lehrveranstaltung präsentiert. Im Gegensatz zum Referat ist die Präsentation umfangreicher in Inhalt, Methodik und Darstellung.

Projektarbeit (PA)

Projektarbeiten können als Hausarbeit oder als Präsentation angefertigt werden. Das Thema der Projektarbeit wird zuvor mit dem zuständigen Lehrenden oder der zuständigen Lehrenden festgelegt. Projektarbeiten können entweder als Einzelleistung oder in Form einer Gruppenarbeit durchgeführt werden.

Literatur

Der Dozent, die Dozentin der jeweiligen Lehrveranstaltung legt vor Beginn des Semesters fest, welche begleitende Literatur benötigt wird. Diese Information wird zur Beginn der Veranstaltung bzw. über das LMS bekannt gegeben. Weitere unterstützende Materialien (z. B. Skripte, Übungsaufgaben, Vorlesungsfolien, etc.) werden über das LMS sowie vorliegenden Handapparat rechtzeitig zur Verfügung gestellt.

Modulbeschreibungen

Strategisches Management und Betriebliche Funktionen	
Modulnummer	MBA1
Semester	1. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Christian Schmitt
Dozent/en	Prof. Dr. Christian Schmitt
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Semester
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	PA 10-20 S. und PR 10-20 Min. und SP 60-90 Min.
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachwissen</p> <p>Die Studierenden entwickeln ein tiefgehendes Verständnis für strategische Analyse, Planung und Umsetzung sowie für die Interdependenzen zwischen verschiedenen Geschäftsbereichen.</p> <p>Analytische Kompetenz</p> <p>Sie erwerben die Fähigkeit zur Anwendung von strategischen Analysewerkzeugen (u.a. SWOT, PESTEL, Porter's Five Forces) und die Kompetenz zur Bewertung von Wettbewerbsstrategien</p> <p>Management Kompetenz</p> <p>Zudem lernen sie, strategische Entscheidungen in einem dynamischen und globalen Umfeld zu treffen.</p> <p>Wissenschaftliches Denken</p> <p>Sie erwerben die Fähigkeit zur kritischen Reflexion von Managementkonzepten, Strategien und deren Auswirkungen.</p> <p>Verantwortliches Handeln</p> <p>Mit dem Verständnis für ethische Aspekte des strategischen Managements und dem Bewusstsein für die Bedeutung von Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility erwerben sie die Fähigkeit Berücksichtigung von Stakeholder-Interessen bei strategischen Entscheidungen.</p> <p>Interkulturelle Kompetenz</p> <p>Zusammen mit dem Verständnis für kulturelle Unterschiede und der Fähigkeit zur Zusammenarbeit in internationalen Teams erwerben die Studierenden die Kompetenz in der Anpassung von Geschäftsstrategien an unterschiedliche kulturelle Kontexte.</p>
Verbindlichkeit	Pflicht
Modulinhalt	<p>Einführung in das strategische Management</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definition und Bedeutung des strategischen Managements. ▪ Der strategische Managementprozess.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zusammenhang zwischen Unternehmensstrategie und operativer Effizienz. <p>Kernfunktionen eines Unternehmens</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Forschung & Entwicklung (F&E) <ul style="list-style-type: none"> - Innovationsmanagement: Entwicklung neuer Produkte und Technologien. - Schutz geistigen Eigentums: Patente und Urheberrechte. ▪ Marketing / Vertrieb & Digitalisierung <ul style="list-style-type: none"> - Digitale Marketingstrategien: Social Media, SEO, E-Commerce. - Kundenbeziehungsmanagement (CRM). ▪ Organisation und Personal (HR) <ul style="list-style-type: none"> - Rekrutierung, Weiterbildung und Mitarbeiterbindung. - Organisationsentwicklung. ▪ Supply Chain Management (SCM) <ul style="list-style-type: none"> - Optimierung logistischer Prozesse: Just-in-Time-Ansätze. - Nachhaltigkeit in der Lieferkette. <p>Performance Management und Kontrolle</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Controlling / Führung mit Kennzahlen (KPIs) <ul style="list-style-type: none"> - Entwicklung und Überwachung von KPIs zur Leistungsmessung. - Einsatz von Balanced Scorecards für strategisches Controlling. ▪ Unternehmensethik und Nachhaltigkeit <ul style="list-style-type: none"> - Integration von CSR-Prinzipien in die Unternehmensstrategie. - Förderung nachhaltiger Geschäftspraktiken. ▪ Corporate Governance <ul style="list-style-type: none"> - Transparenz und Rechenschaftspflicht im Unternehmen. - Aufbau effektiver Kontrollmechanismen zur Risikominderung. <p>Grundlage des strategischen Managements</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Strategische Analyse (intern und extern) <ul style="list-style-type: none"> - Externe Analyse: Markt- und Wettbewerbsanalysen. - Interne Analyse: Ressourcen- und Fähigkeitsbewertung. - Stakeholder-Analyse: Erwartungen und Einflüsse. ▪ Strategieentwicklung <ul style="list-style-type: none"> - Entwicklung von Geschäftsbereichsstrategien - Diversifikationsstrategien. - Innovations- und Internationalisierungsstrategien. ▪ Strategieimplementierung <ul style="list-style-type: none"> - Organisationsstruktur an die Strategie anpassen: Zentralisierung vs. Dezentralisierung. - Ressourcenmanagement zur Unterstützung der Strategie.
<p>Literatur</p>	<p>Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hutzschenreuter, Thomas: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre-Grundlagen mit zahlreichen Praxisbeispielen, 6., überarb. Aufl. 2015. - Schierenbeck, Henner/ Wöhle, Claudia B.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 19. Auflage 2016 - Wöhe, Günter: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 27. überarb. & aktual. Aufl. 2020

	<ul style="list-style-type: none"> - Schreyögg, Georg / Koch, Jochen: Management: Grundlagen der Unternehmensführung Konzepte - Funktionen – Fallstudien, 8. Auflage 2020. - Thommen, Jean-Paul et al.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre – Umfassend Einführung aus managementorientierter Sicht, 8. Auflage 2017. - Vahs, Dietmar/ Schäfer-Kunz, Jan: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 8 Aufl., 2021. - Weber, Wolfgang / Kabst, Rüdiger / Baum, Matthias; Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 10., überarb. Aufl. 2017.
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Master-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 60.

Marketing im Digitalen Zeitalter	
Modulnummer	MBA2
Semester	1. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Steffen Hermann
Dozent/en	Prof. Dr. Steffen Hermann
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Semester
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	PA 15-30 Seiten und SP 60 Min
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachwissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundkenntnisse und Verständnis von Marketing als marktorientierter Unternehmensführung anhand des strategischen Marketingprozesses (entscheidungsorientierter Ansatz) • Grundlegende Kenntnisse und (Anwendungs-)Verständnis von Marketing als operativem Funktionsbereich sowie der Instrumente des strategischen und operativen Marketings – insbesondere im digitalen Kontext und Martech Lösungen • Fachwissen über Inhalte, Theorien und Methoden des modernen Marketings – insbesondere im digitalen Kontext • Anschlussfähigkeit zur Nachbardisziplinen wie R&D, Produktion, Logistik und insbesondere IT/ KI sowie Big Data <p>Analytische Kompetenz:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketingtheorien, -modelle und -methoden verstehen & bewerten • Fähigkeit die verschiedenen Martech Lösungen in ihren Funktionalitäten einzuordnen • Quantitative und qualitative Markt-, Wettbewerbs- & Kundendaten selbständig analysieren • Marketing-Entscheidungen auf Basis von Theorien, Daten und Modellen treffen & optimieren <p>Management Kompetenz:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sicher und effektiv zu Marketingthemen kommunizieren • Marketingprojekte bzw. -pläne zielgerichtet und effizient planen • Markt- und kundenorientiert denken <p>Wissenschaftliches Denken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fähigkeit, einfache Marktforschungsprojekte zu planen, zu recherchieren und kritisch zu reflektieren • Selbständiges lebenslanges Lernen <p>Verantwortliches Handeln:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verantwortungsbewusst, ethisch und nachhaltig im Marketingkontext denken und handeln, v.a. im Bezug auf Datennutzung und Social Media <p>Interkulturelle Kompetenz:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> Sich empathisch mit kulturell verschiedenen Märkten und Kundenperspektiven im internationalen Kontext auseinandersetzen; Internationale Marketingkontexte verstehen
Verbindlichkeit	Pflicht
Modulinhalt	<p>Im Rahmen der LV werden folgende Kenntnisse und Kompetenzen vermittelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> Der strategische Marketingansatz und seiner Komponenten (Analyse, Strategie, Planung, Implementierung, Controlling) Der Einfluss der Digitalisierung auf die Analyse (d.h. neue Analysetechniken wie Big Data Analyse, neue Analysebereiche wie Technologie, Beschleunigung von Veränderungen und Verkürzung von Lebenszyklen) Der Einfluss der Digitalisierung auf die Strategie (d.h. insbes. die Verknüpfung zwischen Unternehmensstrategie, Marketingstrategie und Geschäftsmodellentwicklung) Der Einfluss der Digitalisierung auf das operative Marketing (insbes. Kommunikation (von der one-way Kommunikation zur Kundeninteraktion, Social Media etc) sowie Distribution (digitale Vertriebskanäle sowie die Integration digitaler Komponenten in "klassische" Distributionskanälen in B2B und B2C) Einfluss der Digitalisierung auf das Marketingcontrolling (z.B. Ableitung von passenden KPIs bezogen auf digitale Elemente des Marketing) Diskussion von Best Practices sowie Bearbeitung von Gruppen- und Fallstudienarbeiten zur Vermittlung von Anwendungskompetenz
Literatur	<p>Eine abschließende Literaturliste wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kotler, P.; Armstrong, G. (2020): Principles of Marketing, Global Edition, 18. Aufl., Pearson. - Kotler, P.; Kartajaya, H.; Setiawan, I. (2021): Marketing 5.0. Technology for Humanity, John Wiley & Son - Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (8th ed.). Harlow, England: Pearson. - Charlesworth, A. (2022): Digital Marketing: A Practical Approach (4th ed.), Routledge.
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Master-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 60.

Internationale Wirtschaft und Globale Märkte	
Modulnummer	MBA3
Semester	1. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Oliver Schlick
Dozent/en	Prof. Dr. Oliver Schlick
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Semester
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	PA 15 – 30 Seiten.und PR 10 – 20 Min. und (MP 10-20 Minuten oder SP 60 Minuten)
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachwissen</p> <p>Wissen über Inhalte, Theorien und Methoden wichtiger Kernbereiche der Volkswirtschaftslehre</p> <p>Analytische Kompetenz</p> <p>Fähigkeit zur Anwendung wichtiger Methoden der Volkswirtschaftslehre, um konkrete wirtschaftliche oder kapitalmarktbezogene Situationen beurteilen zu können.</p> <p>Wissenschaftliches Denken</p> <p>Fähigkeit selbstständig zu aktuellen Entwicklungen recherchieren zu können und sich eine objektive Meinung zu bilden.</p>
Verbindlichkeit	Pflicht
Modulinhalt	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grundprinzipien des Marktes: Angebot, Nachfrage und Gleichgewicht 2. Volkswirtschaftliche Phänomene <ol style="list-style-type: none"> a. Konjunkturschwankungen b. Inflation c. Arbeitslosigkeit 3. Wirkungszusammenhänge zwischen Preisen, Zinsen und Wechselkursen 4. Die Rolle des Staates und der Zentralbank

	<p>5. Einflussmöglichkeiten von Staat und Zentralbank im internationalen Bereich</p> <p style="padding-left: 40px;">a. Handel</p> <p style="padding-left: 40px;">b. Wechselkurse</p> <p>6. Wirkungszusammenhänge zwischen volkswirtschaftlichen Phänomenen und Kapitalmärkten.</p>
Literatur	<p>Eine abschließende Literaturliste wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Blanchard, O., Illing, G., 2021, Makroökonomie, Pearson Verlag. - Krugman, P., Obstfeld, M., Melitz, M. 2019, Internationale Wirtschaft – Theorie und Politik der Außenwirtschaft, Pearson Verlag. - Krugman, P., Wells, R., 2017, Volkswirtschaftslehre, Schäffer Poeschel Verlag. - Mankiw, N. Gregory, Taylor, Mark P.. 2021, Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer Poeschel Verlag.
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Master-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 60.

Rechnungswesen und Finanzmanagement	
Modulnummer	MBA4
Semester	1. Semester Vollzeit; 3. Semester Teilzeit
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Christian Schmitt
Dozent/en	Prof. Dr. NN
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Semester
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	PA 10-20 S. und PR 10-20 Min. und SP 60-90 Min.
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	<p>Ziel des Kurses ist es, die Studierenden in die Konzepte der Unternehmensfinanzierung einzuführen. Am Ende des Kurses werden die Studierenden in der Lage sein, die gängigsten Konzepte und Techniken der Unternehmensfinanzierung zu beurteilen. Dazu gehört:</p> <p>Fachwissen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die grundlegenden Prinzipien der Unternehmensfinanzierung und ihre Anwendung in realen Szenarien zu verstehen. <p>Analytische Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> - Investitionsmöglichkeiten mit Hilfe verschiedener Bewertungstechniken zu evaluieren. - Die Kapitalstruktur eines Unternehmens und ihre Auswirkungen auf den Wert zu analysieren. <p>Verantwortliches Handeln</p> <ul style="list-style-type: none"> - mit Risiken und der Unsicherheit bei unternehmerischen Entscheidungen umgehen. - die Bedeutung und Bewertung von Realoptionen verstehen.
Verbindlichkeit	Pflicht
Modulinhalt	<p>Welches grundlegende Verständnis der Rechnungslegung braucht ein Manager, um ein Unternehmen zu führen?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen ▪ Bilanz ▪ Gewinn- und Verlustrechnung ▪ Kapitalflussrechnung ▪ Grundlegende Ansätze zur Struktur und Analyse der Bilanz <p>Welche Möglichkeiten für das Unternehmen bietet der Finanzmarkt mit Krediten, Verzinsung und dem Zeitwert des Geldes?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zinssätze und Zeitwert des Geldes ▪ Barwert und die Barwertentscheidungsregel ▪ Ewige Renten und Annuitäten

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cashflows, Preise und Renditen von Anleihen ▪ Die Zinsstrukturkurve <p>Nach welchen Regeln werden Investitionsentscheidungen bewertet, damit sie unter Finanz-Gesichtspunkten optimal sind?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Free Cash Flow und NPV ▪ Der interne Zinsfuß ▪ Auswahl unter Alternativen ▪ Projektauswahl mit Ressourcenbeschränkungen <p>Wie kann man ein gesamtes Unternehmen bzw. seine Aktie als Unternehmensanteil bewerten?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Das Dividenden-Diskontierungs-Modell ▪ Bewertungsmodelle für die Gesamtausschüttung und den freien Cashflow ▪ Bewertung auf der Grundlage vergleichbarer Unternehmen <p>Wie gehen Kapitalmärkte mit der Bewertung von Risiken um und welche Anforderungen ergeben sich daraus für das einzelne Unternehmen?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Systematisches und unsystematisches Risiko ▪ Diversifikation ▪ Messung des systematischen Risikos ▪ Beta und die Kapitalkosten ▪ Bestimmung der Risikoprämie <p>Welche Möglichkeiten hat das Unternehmen, mit der Struktur von Eigen- und Fremdkapital und den Kapitalkosten aktiv zu arbeiten?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Kapitalkosten für Eigenkapital ▪ Die Kapitalkosten für Fremdkapital ▪ Die Kapitalkosten für das Gesamtunternehmen, Leverage und WACC
Literatur	<p>Eine abschließende Literaturliste wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Berk, J. B., & DeMarzo, P. (2023). Corporate Finance: Theory and Practice. 6th Edition, Pearson. - Brealey, R., Myers, S., Allen F. & A. Edmans: Principles of Corporate Finance. 14th Edition, 2023, - Ross, S., Westerfield, R.W. & B.D. Jordan: Corporate Finance, 13th Edition, 2021
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Master-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 60.

Führung und Veränderungsmanagement	
Modulnummer	MBA5
Semester	1. Semester Vollzeit; 3. Semester Teilzeit
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Stefan Lackner
Dozent/en	Prof. Dr. Stefan Lackner
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Semester
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	Präsentation: 15 Minuten Schriftliche Prüfung: 60 Minuten
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachwissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unterschiede zwischen Leadership und Management sowie deren Bedeutung in Veränderungsprozessen. • Erkennen und Entwickeln der eigenen Führungspersönlichkeit und -kompetenzen. • Verständnis zentraler Change-Management-Modelle (Kotter, Lewin) und deren Anwendung. • Kenntnisse über Veränderungsprozesse. <p>Analytische Kompetenz:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reflexion eigener Führungsstile und deren Auswirkungen • Bewertung und Anpassung von Führungskonzepten • Fähigkeit, Veränderungsbedarfe zu identifizieren und deren Auswirkungen zu bewerten. • Analyse von Widerständen im Change-Prozess <p>Management Kompetenz:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung von Führungsstrategien zur Motivation und Steuerung von Teams in Veränderungsprozessen. • Anwendung von Kommunikations- und Feedbackmethoden zur Förderung von Zusammenarbeit. • Steuerung von Stakeholdern und Teams während der Umsetzung von Veränderungsprozessen. • Anwendung agiler Methoden zur flexiblen Gestaltung und Umsetzung von Change-Initiativen. <p>Wissenschaftliches Denken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kritische Reflexion bestehender Führungsmodelle und deren Anpassung an aktuelle Herausforderungen. • Transfer von Forschungsergebnissen auf die Gestaltung und Steuerung von Veränderungsprozessen. <p>Verantwortliches Handeln:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Förderung eines ethischen Führungsverständnisses und verantwortungsvollen Handelns.

	<ul style="list-style-type: none"> • Bewusstes Führen mit Empathie und sozialer Verantwortung in komplexen Situationen. • Verantwortungsvoller Umgang mit Widerständen und Ängsten der Mitarbeitenden.
Verbindlichkeit	Pflicht
Modulinhalt	<p>Grundlagen der Führung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition und Bedeutung von Führung • Führungsstile und -theorien • Leadership vs. Management <p>Kommunikation und Verhalten in der Führung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen erfolgreicher Kommunikation • Persönlicher Führungsstil und dessen Wirkung • Feedbacktechniken und Mitarbeitergespräche • Kommunikationsstrategien für verschiedene Führungssituationen <p>Mitarbeiter- und Teamführung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teams erfolgreich aufbauen und führen • Motivation und Empowerment • Entscheidungsfindung und Delegation • Werte und Glaubenssätze in der Teamführung • Steuerung von Besprechungen und Projekten • Konfliktmanagement in Teams <p>Führung nach Zielen und Delegation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zielorientierte Führung und Motivation • Delegation und Monkey Management • Empowerment der Mitarbeitenden • Vertrauen und Kontrolle in Balance bringen <p>Das Individuum in der Führung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coaching als Führungsinstrument • Reflexion des eigenen Führungsstils • Selbstmanagement als Basis der Führung • Arbeiten mit der Eisenhower-Matrix <p>Einführung in Change Management:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition und Bedeutung von Change Management • Gründe für Veränderungen in Unternehmen • Herausforderungen und Erfolgsfaktoren • Lewin's 3-Phasen-Modell • Kotter's 8-Stufen-Modell <p>Widerstand gegen Veränderung und dessen Management:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ursachen für Widerstand • Methoden zur Überwindung von Widerstand • Stakeholder-Management und Kommunikation • Change Agents und deren Bedeutung <p>Unternehmenskultur und Change Management:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einfluss der Kultur auf Veränderungsprozesse • Entwicklung einer wandlungsfähigen Unternehmenskultur • Best Practices für kulturellen Wandel

	<p>Praxis- und Anwendungsbeispiele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyse von Case-Studies aus verschiedenen Branchen • Gruppenübungen und Interaktion • Reflexion und Transfer in die eigene Führungspraxis
Literatur	<p>Eine abschließende Literaturliste wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kotter, J. P. (2012): Leading Change. Harvard Business Review Press. - Goleman, D. (2013): Primal Leadership: Learning to Lead with Emotional Intelligence. Harvard Business Review Press. - Bass, B. M., & Riggio, R. E. (2005): Transformational Leadership. 2. Auflage, Psychology Press. - Burke, W. W. (2023): Organization Change: Theory and Practice. 6. Auflage, Sage Publications
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Master-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 60.

Businesskultur und Management-kompetenzen	
Modulnummer	MBA6
Semester	1. Semester Vollzeit; 3. Semester Teilzeit
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Stefan Lackner
Dozent/en	Dozent NN
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Semester
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	Präsentation: 2 mal 15 Minuten Schriftliche Prüfung: 60 Minuten
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachwissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Historische, gesellschaftliche und wirtschaftliche Prägung der deutschen Geschäftskultur. • Bedeutung von Pünktlichkeit, Struktur und Planbarkeit im deutschen Geschäftsleben. • Formelle vs. informelle Kommunikation • Direkte und sachliche Kommunikation im deutschen Kontext <p>Analytische Kompetenz:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyse der Unterschiede zwischen deutscher Business-Kultur und anderen internationalen Geschäftspraktiken • Reflexion kultureller Stereotypen vs. Realität • Untersuchung der Auswirkungen der Unternehmenskultur auf Innovation, Effizienz und Markterfolg. <p>Management Kompetenz:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erwartungen an Führungskräfte und Mitarbeitende • Entscheidungsprozesse: Konsens- vs. Top-Down-Ansatz. • Führung internationaler Teams • Umgang mit Konflikten • Verhandlungsführung <p>Wissenschaftliches Denken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Betrachtung empirischer Studien • Einbindung wissenschaftlicher Forschung zur Geschäftskultur. <p>Verantwortliches Handeln:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung von Ehrlichkeit, Verlässlichkeit und Rechtskonformität. • Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung in deutschen Unternehmen. <p>Interkulturelle Kompetenz:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erwartungen in Meetings, Verhandlungen und bei Geschäftsanbahnungen. • Unterschiede in den Geschäftsbeziehungen.

	<ul style="list-style-type: none"> • Anpassungsstrategien für ausländische Fachkräfte. • Arbeitsmarktstrukturen und Karriereentwicklung
Verbindlichkeit	Pflicht
Modulinhalt	<p>Businesskultur in Deutschland (Für die Zielgruppe: Internationale Studierende)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die deutsche Geschäftskultur • Geschäftsverhalten und Etikette in Deutschland • Kommunikation und Verhandlungsstil • Deutsche Unternehmenskultur und Arbeitsweise • Interkulturelle Herausforderungen. <p>Internationale Businesskultur (Für die Zielgruppe: Studierende aus dem deutschen Mittelstand)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die internationale Geschäftskultur. • Geschäftsverhalten und Etikette in internationalen Wirtschaftsräumen • Kommunikation und Verhandlungsstil. • Internationale Unternehmenskultur und Arbeitsweise. • Interkulturelle Herausforderungen: <p>Verhandlungsführung und Konfliktmanagement (Für beide Zielgruppen)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Verhandlungsführung (Harvard-Konzept, BATNA, Interessen vs. Positionen) • Strategien und Stile (distributiv vs. integrativ) • Psychologie in Verhandlungen (Framing, Ankern, Körpersprache) • Konfliktmanagement (Eskalationsstufen, Konfliktypen) • Mediation, Moderation, Deeskalation • Verhandlungssimulationen mit Unternehmensbezug • Fallstudien zu Konfliktfällen
Literatur	<p>Eine abschließende Literaturliste wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bolten, J. (2020): Interkulturelle Wirtschaftskommunikation: Ein Lehr- und Arbeitsbuch. UTB Verlag. - Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2010): Cultures and Organizations: Software of the Mind. McGraw-Hill. - Lewis, R. D. (2018): When Cultures Collide: Leading Across Cultures. Nicholas Brealey. - Schroll-Machl, S. (2016): Die Deutschen und ihre Geschäftspartner: Interkulturelle Kommunikation und Zusammenarbeit. Vandenhoeck & Ruprecht.
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Master-Prüfung ist das gewogene

	arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 60.
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

IT Management und Digitale Innovation	
Modulnummer	MBA GM1
Semester	2. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Kerstin Fink
Dozent/en	Prof. Dr. Dominik Bösl
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Semester
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	Präsentation Projektarbeit / Fallstudie: 25 min. Schriftliche Prüfung: 60 min.
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden bekommen ein grundsätzliches Verständnis vom Aufbau und dem Einsatz moderner Business IT-Systeme.</p> <p>Sie erlernen, relevante Informationen über die IT und die Geschäftsprozesse im Unternehmen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln, zu modellieren und zu interpretieren mit dem Ziel der Steuerung und Optimierung der IT- und Prozesslandschaft.</p> <p>Das Modul vermittelt grundlegendes Wissen über die strategische Bedeutung und praktische Umsetzung von Informations- und Innovationsmanagement in Unternehmen.</p> <p>Im Fokus steht die Frage, wie Organisationen Informationen und digitale Technologien nutzen können, um Innovationsprozesse zu gestalten und Wettbewerbsvorteile zu sichern.</p> <p>Fachwissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden verstehen grundlegende Begriffe, Theorien und Werkzeuge des Informations- und Innovationsmanagements. • Sie kennen aktuelle Trends der Digitalisierung und können deren Auswirkungen auf Geschäftsmodelle einordnen. <p>Analytische Kenntnisse:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind in der Lage, komplexe Innovationsstrategien kritisch zu analysieren und auf reale Unternehmenssituationen anzuwenden. • Sie nutzen analytische Methoden zur Bewertung von Technologieeinsatz, Datenmanagement und Innovationspotenzialen.

	<p>Managementfähigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können Innovationsprozesse systematisch planen, leiten und bewerten. • Sie setzen Informationssysteme gezielt zur Effizienzsteigerung und Förderung organisatorischer Innovationsfähigkeit ein. <p>Verantwortliches Handeln:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden handeln verantwortungsvoll im Umgang mit sensiblen Informationen, ethischen Herausforderungen und rechtlichen Rahmenbedingungen der Digitalisierung. • Sie entwickeln ein Bewusstsein für nachhaltige und gesellschaftlich verantwortungsvolle Innovationsgestaltung. <p>Interkulturelle Kompetenz:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden arbeiten erfolgreich in internationalen Teams, berücksichtigen kulturelle Unterschiede und integrieren vielfältige Perspektiven in Innovationsprozesse. • Sie verstehen kulturelle Dynamiken in globalen Innovationsnetzwerken und Märkten.
Verbindlichkeit	Pflicht
Modulinhalt	<p>Behandelt werden folgende Themenbereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Informationsmanagements: Rolle von IT-Systemen in der Unternehmensführung • Informationsstrategien und deren Ausrichtung an der Unternehmensstrategie • Daten als strategische Ressource: Data and IT Governance, Data Analytics, Business Intelligence • Grundlagen und Modelle des Innovationsmanagements (z. B. Stage-Gate, Open Innovation, Design Thinking) • Digitalisierung als Treiber für Geschäftsmodellinnovation • Einsatz moderner Technologien (z. B. KI, Cloud Computing, IoT) zur Förderung von Innovation • Wissensmanagement und organisationales Lernen • Innovationskultur und Change Management in Organisationen • Ethische, rechtliche und sicherheitsbezogene Aspekte digitaler Innovation • Internationale und interkulturelle Perspektiven auf Innovationsprozesse
Literatur	<p>Eine abschließende Literaturliste wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen.</p> <p>Howlett, R., Lakhmi, J. (Eds.): Smart Innovation, Systems and Technologies, Springer, Heidelberg, 2025.</p>

	<p>Cantamessa, M., Montagna, F.: Management of Innovation and Product Development, Springer, Heidelberg, 2023.</p> <p>Laudon, K., Laudon, J., Traver, C.: Management Information Systems, Managing the Digital Firm, 18th Edition, Pearson Education, New York, 2025.</p> <p>Vlacič, J., George, J.: Modern Systems Analysis and Design, 10th Edition, Pearson Education, New York, 2024</p> <p>Kroenke, D., Boyle, R.: Using MIS, 13th Edition, Pearson Education, New York, 2025.</p>
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Master-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 60.

Wirtschaftsrecht für Unternehmer	
Modulnummer	MBA GM2
Semester	2. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	RA Michaela Braun
Dozent/en	RA Michaela Braun
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Semester
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	PA (Projektarbeit, Referat, Präsentation): 20-30 Seiten MP (mündliche Prüfung) 10-20 Minuten Präsentationen
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachwissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Rechtskonzepte und deren Anwendung im Unternehmenskontext verstehen • Rechtliche Aspekte des Unternehmenszyklus von der Gründung bis zur Liquidation oder dem Börsengang analysieren • Grundlagen des Gesellschaftsrechts (GmbH, AG, Personengesellschaften) • Vertragsrecht: AGB, Kauf- und Werkverträge, Dienstleistungsverträge • Internationale Verträge: UN-Kaufrecht (CISG), Schiedsgerichtsbarkeit <p>Analytische Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifikation und Strukturierung rechtlicher Fragestellungen • Analyse und Bewertung vertraglicher Risiken in Geschäftsentscheidungen • Umgang mit rechtlichen Herausforderungen in Krisensituationen (z. B. Insolvenzen, Streitigkeiten) • Entwicklung von Lösungsstrategien für Rechtsstreitigkeiten und alternative Konfliktlösungen (Mediation, Schiedsgerichtsbarkeit) • Systemisches Denken: Die Auswirkungen rechtlicher Entscheidungen im Unternehmenskontext verstehen <p>Managementkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kenntnis der rechtlichen Rahmenbedingungen des Arbeitsrechts erwerben • Kommunikations- und Verhandlungskompetenzen entwickeln • Veränderungen managen und Teams aufbauen

	<ul style="list-style-type: none"> • Konfliktlösungskompetenzen schärfen <p>Verantwortliches Handeln</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung und rechtliche Rahmenbedingungen der Corporate Social Responsibility (CSR) einschätzen • Abgrenzung gesetzlicher Verpflichtungen (z. B. Lieferkettengesetz) von freiwilliger Selbstverpflichtung • Rechtliche Anforderungen an Compliance-Systeme verstehen • Internationale Regelwerke wie die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte kennen • Arbeits- und sozialrechtliche Aspekte der Unternehmensverantwortung berücksichtigen <p>Interkulturelle Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung kultureller Unterschiede in rechtlichen Fragestellungen erkennen • Einfluss kultureller Prägungen auf Rechtsauffassungen und Verhandlungsstile erfassen • Sensibilität für kulturelle Unterschiede in Vertragsverhandlungen entwickeln • Konfliktlösungsstrategien im interkulturellen Kontext anwenden
Verbindlichkeit	Pflicht
Modulinhalt	<p>Auswahl der Unternehmensstruktur: Die Wahl zwischen Einzelunternehmen, Personengesellschaft oder Kapitalgesellschaft.</p> <p>Schutz des geistigen Eigentums: Verständnis von Patenten, Marken und Urheberrechten.</p> <p>Grundlagen des Vertragsrechts: Entwurf, Aushandlung und Durchsetzung von Geschäftsverträgen.</p> <p>Einhaltung des Arbeitsrechts: Management von Einstellungspraktiken, Arbeitsplatzrichtlinien und Arbeitnehmerrechten.</p> <p>Unternehmensführung: Aufbau von effektiven Managementstrukturen und Entscheidungsprozessen.</p> <p>Grundlagen der Besteuerung für Unternehmer: Verständnis der steuerlichen Verpflichtungen und Strategien für Unternehmenseigentümer.</p> <p>Beziehung zwischen nationalem und europäischem Recht: Verständnis des Konzepts der Umsetzung und Auslegung von EU-Verordnungen und -Richtlinien neben der bestehenden nationalen Gesetzgebung in den Mitgliedsstaaten.</p>

<p>Literatur</p>	<p>Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Business Associations: Cases and Materials on Agency, Partnerships, LLCs, and Corporations" von William A. Klein, J. Mark Ramseyer und Stephen Bainbridge (2021) • "Intellectual Property: Patents, Trademarks, and Copyright in a Nutshell" von Arthur R. Miller und Michael H. Davis Erscheinungsjahr: 2012 (5. Auflage). • A Concise Overview of German Corporate Law von Martin Schulz und Oliver Wasmeier (2012) • Corporate Law in Germany von Gerhard Wirth, Michael Arnold und Ralf Morshäuser (2016). • Corporate Law in Germany: Laws and Glossary German-English von Gerhard Wirth, Michael Arnold und Ralf Morshäuser (2016). • Business Law for Entrepreneurs" by Margo E.K. Reder, Kabrina K. Chang, Sean P. Melvin, and Jonathan J. Darrow (2023) • "The Essential Guide to Federal Employment Laws" by Lisa Guerin and Sachi Barreiro (2022) • "Business Associations: Cases and Materials on Agency, Partnerships, LLCs, and Corporations" by William A. Klein, J. Mark Ramseyer, and Stephen Bainbridge (2021) • "Contract Law: Text, Cases, and Materials" by Ewan McKendrick (2018) • "Corporate Governance: Principles, Policies, and Practices" by Bob Tricker (2019) • "Business Law Unveiled: Essential Knowledge for Entrepreneurs" by Brilliant Law Firm (2025) • "Navigating Business Law: Essential Legal Tips for Entrepreneurs" by Futuramo (2024)
<p>Sonstige Informationen</p>	<p>Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.</p>
<p>Voraussetzung Vergabe von LP</p>	<p>Bestandene MoP.</p>
<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p>	<p>Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Master-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 60.</p>

Businessplanung und Entrepreneurship	
Modulnummer	MBA GM3
Semester	2. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Jost Jacoby
Dozent/en	Prof. Dr. Jost Jacoby
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Semester
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	PA 10-20 Seiten und PR 10-20 Minuten und schriftliche Prüfung 60-90 Minuten
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachwissen Die Studierenden lernen die wesentlichen Ansätze und Methoden der Entrepreneurship kennen. Sie können diese in den verschiedenen Arbeitsgebieten einer gesamthaft verstandenen Businessplanung so umsetzen, dass sie systematisch von einer Geschäftsidee über die notwendigen Einzelschritte zu einem realisierungsfähigen Konzept gelangen</p> <p>Analytische Kompetenz Gegenstand der Businessplanung ist die analytische Durchdringung eines Geschäftsmodells in seiner Gesamtwirkung und in der gegenseitigen Beeinflussung seiner Bestandteile.</p> <p>Management-Kompetenz Entrepreneurship umfasst die wesentliche Teile der Management Sciences - am Anwendungsfall des neu gegründeten Unternehmens. Die Direktheit, Geschwindigkeit und Transparenz des Managements in dieser Situation ist in hohem Maß geeignet um ein Verständnis der grundlegenden Management-Aktivitäten zu entwickeln.</p> <p>Verantwortliches Handeln Erfolgreiche Entrepreneurship ist nur unter angemessener Berücksichtigung und Einbeziehung aller Stakeholder möglich. Unternehmerische Verantwortung ist daher ein zentraler Aspekt der Veranstaltung.</p>
Verbindlichkeit	Pflicht

<p>Modulinhalt</p>	<p>Die Teilnehmer lernen den grundlegenden Wissensstand auf dem Gebiet der Entrepreneurship kennen und erproben schrittweise die Anwendung bei der Entwicklung eines Unternehmensprojektes.</p> <p>Zu den Inhalten gehört:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einordnung und Abgrenzung von Entrepreneurship • Entdeckung und Schaffung von Business Opportunities • Entwicklung von Geschäftsmodellen • Businessplanung • Gründungs- und Beteiligungsoptionen • Markteintritt und Positionierung • Ressourcenbeschaffung und Wachstum • Exit und Later Stage <p>Diese Inhalte werden im Rahmen von Fallstudien und Beispielaufgaben von den Studierenden selbstständig erarbeitet und angewendet.</p> <p>Die Studierenden erarbeiten im Verlauf der Veranstaltung einen Businessplan, den Sie auf der Basis von Präsentation und Feedback schrittweise konkretisieren. Durch diese Projektarbeit verstehen sie die behandelten konzeptionellen Inhalte und sind in der Lage, diese praktisch anzuwenden.</p>
<p>Literatur</p>	<p>Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Barringer, B.R.; Ireland, D.: Entrepreneurship, Successfully launching new ventures; Pearson 2018 - Grichnik, D.; Brettel, M.; Koropp, C.; Mauer, René: Entrepreneurship, Unternehmerisches Denken Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmen, Springer, 2015 - Pott, O.; Pott, A: Entrepreneurship, Unternehmensgründung, Businessplan und Finanzierung, Rechtsformen und gewerblicher Rechtsschutz, Springer, 2015 - Rusnjak, A.: Entrepreneurial Business Modeling Springer, 2014 - Osterwalder, A.; Pigneur, Y. : Business Model Generation, Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer Campus, 2011 - Abrams, R.: Successful Business Plan, Secrets & Strategies, Planning Shop, 2010 - Barringer, B.: Preparing Effective Business Plans, Pearson 2015

	<ul style="list-style-type: none"> - Berry, T.: Hurdle, the Book on Business Planning, Palo Alto Software, Inc, 2006 - Evans, V.: (Financial Times Essential Guide to) Writing a Business Plan, FT Press, 2010 - Finch, B.: How to write a Business Plan, Kogan Page, 2019 - Pinson, L.: Anatomy of a Business Plan, Out of Your Mind & Into The Marketplace, 2013 - Shelton, H. : The secrets to writing a successful business plan, Summit Valley, 2014
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Master-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 60.

Supply Chain- und Nachhaltigkeits-Management	
Modulnummer	MBA IM1
Semester	2. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Matthias Pfeffer
Dozent/en	C. Hirschberg
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Semester
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	PA 15 - 30 Seiten und PR 10-20 Minuten und SP 60 – 120 Minuten
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden erkennen, dass das Lieferkettenmanagement für viele Unternehmen mit zunehmender Globalisierung und internationaler Beschaffung zu einem wichtigen Thema wird.</p> <p>Die Studierenden erhalten einen Überblick über die Konzepte der nachhaltigen Entwicklung, der unternehmerischen Nachhaltigkeit und damit der unternehmerischen Verantwortung insgesamt und beherrschen die entsprechenden Grundbegriffe. Sie kennen die Bedeutung und die Stellhebel unternehmerischer Nachhaltigkeit für eine nachhaltige Entwicklung sowie die Rolle von Nachhaltigkeit in Lieferketten. Sie kennen wichtige Ansätze zur Umsetzung in Unternehmen und können grundlegende nachhaltigkeitsbezogene Probleme in Lieferketten identifizieren, klassifizieren und analysieren.</p> <p>Expertise: Strategisches Denken in Lieferketten und ihren Wechselbeziehungen, insbesondere im Hinblick auf Nachhaltigkeit.</p> <p>Analytische Kompetenz: Lieferketten und (potenzielle) Lieferanten verstehen und analysieren, Lieferanten unter Berücksichtigung klassischer und nachhaltigkeitsbezogener Kriterien bewerten und auswählen.</p> <p>Management Kompetenz: Ansätze zur Optimierung von Lieferketten und Lieferanten und ihrer Nachhaltigkeitsleistung finden. Entwicklung von Strategien zur nachhaltigen Unternehmensführung.</p>
Verbindlichkeit	Pflicht
Modulinhalt	<p>Im Rahmen des Kurses werden folgende Kenntnisse vermittelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Merkmale von Wertschöpfungsnetzwerken • Grundlagen der globalen Beschaffung

	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse und Bewertung von Beschaffungsaktivitäten • TCO-Vergleich (Total Cost of Ownership) zwischen verschiedenen Beschaffungsalternativen • Risikomanagement • Bedeutung und Ansätze nachhaltiger Entwicklung und unternehmerischer Nachhaltigkeit • Prozesse und Konzepte des Corporate Sustainability Management und deren Umsetzung in operativen Leistungsbereichen • Nationale und internationale Vorschriften in Bezug auf Nachhaltigkeitskriterien in der Lieferkette • Lieferantenbewertung und -auswahl, Berichterstattung über die Nachhaltigkeitsleistung in der Lieferkette
<p>Literatur</p>	<p>Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mainzer, K. (2023): Zukunft durch nachhaltige Innovation, SpringerGabler • Hugos, Michael (2020): Essentials of Supply Chain Management • Chopra, Sunil; Meindl, Peter: Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation • Mentzer, John T. jr: Fundamentals of Supply Chain Management: Twelve Drivers of Competitive Advantage (2014) • Lyons, Kenneth; Farrington, Brian (2020): Procurement and Supply Chain Management, 10th Edition • Baily, Peter; Farmer, David: Procurement Principles and Management in the Digital Age (2021) • Lynch, Gary S. (2009): Single Point of Failure: The 10 Essential Laws of Supply Chain Risk • Herlyn, E., Lévy-Tödter, M. (Hrsg.) (2020): Die Agenda 2030 als Magisches Vieleck der Nachhaltigkeit. Systemische Perspektiven, SpringerGabler • Roorda, N. (2021): Grundlagen der nachhaltigen Entwicklung. ISBN 978-3-662-62867-6 • Göpel, M. (2020): Unsere Welt neu Denken. Eine Einladung, ISBN 978-3-550-20079-3 • Mainzer, K. (2023): Zukunft durch nachhaltige Innovation, SpringerGabler
<p>Sonstige Informationen</p>	<p>Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.</p>
<p>Voraussetzung Vergabe von LP</p>	<p>Bestandene MoP.</p>
<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p>	<p>Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Master-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 60.</p>

Industrial Engineering und Operations-Management	
Modulnummer	MBA IM2
Semester	2. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Matthias Pfeffer
Dozent/en	Prof. Dr. M. Pfeffer
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Semester
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	PA 20 - 40 Seiten und PR 15 -30 Minuten
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachwissen: Methoden zur Bewertung und Messung von Wertschöpfungsketten und Vorgehen zur Optimierung.</p> <p>Analytische Kompetenz: Wertströme verstehen, analysieren und bewerten.</p> <p>Management Kompetenz: Ansätze zur Prozessoptimierung finden und diese umzusetzen. Strategien zur Produktivitätssteigerung entwickeln.</p>
Verbindlichkeit	Pflicht
Modulinhalt	<p>Dieser Kurs bietet einen Einblick in klassische und moderne Methoden der Unternehmensanalyse und -optimierung. Dabei lernen die Studierenden, wie sich verschiedene Erfolgsfaktoren auf das Unternehmen auswirken. Sie lernen verschiedene Arten der Unternehmensanalyse sowie Rechenverfahren zur Optimierung von Geschäftsprozessen kennen. Sie lernen verschiedene Konzepte und Methoden der Operational Excellence im Kontext des Lean Managements kennen. Ziel des Kurses ist die Analyse und Ansätze zur Optimierung und Dimensionierung nach Lean-Aspekten.</p> <p>Darüber hinaus werden in diesem Modul den Studierenden Ansätze und Konzepte zur Optimierung von Produktions- und Logistikstrukturen vermittelt. Dabei werden deren Chancen und Risiken in unterschiedlichen Situationen anhand verschiedener Kennzahlen betrachtet. Die Studierenden lernen verschiedene mathematische und quantifizierbare Einflussfaktoren für die Geschäftsanalyse und -bewertung kennen. Ziel ist</p>

	<p>es, nachhaltige operative Erfolge zu identifizieren, um ihnen im Optimierungsprozess Priorität einzuräumen.</p> <p>Anhand verschiedener praktischer Beispiele lernen sie Methoden zur operativen Umsetzung und nachhaltigen Implementierung schlanker Unternehmensstrukturen kennen.</p> <p>Im Kurs werden folgende Kenntnisse vermittelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einblick in Optimierungstechniken auf der Grundlage allgemeiner Business Analytics- und Operations Research-Methoden • Mathematische und statistische Analysemethoden • Prognoseverfahren • Grundlagen der Produktionsanalyse • Produktions- und logistikbezogene Analyse- und Optimierungsmethoden • Quantifizierung von Verbesserungspotenzialen und Ableitung von Optimierungsmaßnahmen • Verständnis von Lean Production und Operational Excellence • Lean-Methoden und -Werkzeuge (5S, Kaizen, Standardisierung, Wertstromanalyse, SMED) • Six Sigma, Lean Six Sigma • Total Productive Maintenance • Total Quality Management • Lean Administration • Change Management • Erläuterung des Konzepts schlanker Produktionssysteme • Verschwendung erkennen und beseitigen • Entwicklung von Leistungskennzahlen (KPI) • Bewertung der verwendeten Ansätze und Methoden
<p>Literatur</p>	<p>Eine abschließende Literaturliste wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Katko, N. (2023): The Lean CFO: Architect of Lean Management; Routledge • Hänggi, R.; Fimpel, A (2022); et al.: LEAN Production – Easy and Comprehensive: A practical guide to lean processes explained with pictures, Springer • Janoski, T.; M Lepadatu, D. (2021): The Cambridge International Handbook of Lean Production • Pakdil, Fatma (2020): Six Sigma for Students, Springer • Helmold, M. (2020): Lean Management and Kaizen: Fundamentals from Cases and Examples in Operations and Supply Chain Management; Springer • Cadle, James; Paul, Debra and Turner, Paul (2014): Business Analysis Techniques, BCS • Ohno, Taiichi (2019): Toyota Production System: Beyond Large Scale-Production, CRC

	<ul style="list-style-type: none"> • Kato, Siao; Smalley, Art: Toyota Kaizen Methods: Six Steps to Improvement; CRC • Schonberger, R. (2018): Best Practice in Lean Six Sigma Process Improvement – A deeper look
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Master-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 60.

Digitale Transformation und Künstliche Intelligenz	
Modulnummer	MBA IM3
Semester	2. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Wolfgang Decker
Dozent/en	Prof. Dr. NN
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Semester
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	PA 15 - 30 Seiten und PR 10 – 20 Minuten und SP 60 – 120 Minuten
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachwissen: Grundlagen der KI und die Fähigkeit, eine digitale Transformationsstrategie zu entwickeln, die auf die Geschäftsziele abgestimmt ist.</p> <p>Analytische Kompetenz: Bewertung des Potenzials der Zusammenarbeit zwischen Mensch und Maschine zur Steigerung der Unternehmensleistung. Bewertung der Fähigkeiten und Grenzen der KI. Analyse der digitalen Reife und Identifizierung von Verbesserungsmöglichkeiten.</p> <p>Management Kompetenz: Entwicklung von Strategien für das Talentmanagement und die Kompetenzentwicklung an einem KI-gesteuerten Arbeitsplatz. Anwendung von Rahmenbedingungen für die Führung und das Management von Veränderungen im Kontext der digitalen Transformation.</p>
Verbindlichkeit	Pflicht
Modulinhalt	<p>Die Studierenden werden die strategischen Auswirkungen von KI auf Geschäftsmodelle und Wettbewerbsvorteile verstehen. Dazu gehören KI-Grundlagen, maschinelles Lernen und Deep Learning. Sie werden das Konzept von KI-zentrierten Betriebsmodellen und digitalen Ökosystemen verstehen. Sie werden auch die ethischen Überlegungen und die soziale Verantwortung im Zusammenhang mit der KI-Implementierung verstehen.</p> <p>Im Kurs werden folgende Kenntnisse vermittelt: Grundlagen der KI und der digitalen Transformation</p>

	<ul style="list-style-type: none">• Einführung in die digitale Transformation: Definition, Schlüsselkomponenten, treibende Kräfte der digitalen Disruption und die Rolle der KI• KI-Grundlagen: Konzepte und Techniken der KI, maschinelles Lernen und Deep Learning; KI-Arten und ihre Anwendungen in Unternehmen; Fähigkeiten und Grenzen der KI <p>Strategische Auswirkungen der KI</p> <ul style="list-style-type: none">• KI-zentrierte Betriebsmodelle: Merkmale von KI-nativen Unternehmen; Datengesteuerte Entscheidungsfindung und Automatisierung durch KI; Das Konzept der „KI-Fabrik“• Digitale Ökosysteme und Netzwerkeffekte: Rolle digitaler Plattformen und Ökosysteme bei der Wertschöpfung; Wie Netzwerkeffekte die Auswirkungen von KI verstärken <p>Mensch-Maschine-Zusammenarbeit</p> <ul style="list-style-type: none">• Die Arbeit im Zeitalter der KI neu denken: Die sich verändernde Natur der Arbeit und die sich entwickelnden Rollen von Mensch und Maschine. Möglichkeiten der Zusammenarbeit zwischen Mensch und Maschine zur Steigerung von Produktivität und Innovation.• Entwicklung von Fusionsfähigkeiten: Definition und Bedeutung von Fusionsfähigkeiten im KI-Zeitalter. Strategien zur Förderung von Fusionsfähigkeiten innerhalb von Organisationen. <p>Strategie und Umsetzung der digitalen Transformation</p> <ul style="list-style-type: none">• Bewertung der digitalen Reife: Rahmenbedingungen für die Bewertung des aktuellen Stands der digitalen Fähigkeiten einer Organisation und die Ermittlung von Verbesserungsmöglichkeiten.• Entwicklung eines Fahrplans für die digitale Transformation: Definition strategischer Ziele, Priorisierung von Initiativen und Zuweisung von Ressourcen für eine erfolgreiche Umsetzung. <p>Fähigkeiten, Talente und Führung im Zeitalter der KI</p> <ul style="list-style-type: none">• Den digitalen Kampf um Talente gewinnen: Ermittlung der Fähigkeiten und Kompetenzen, die an einem KI-gesteuerten Arbeitsplatz benötigt werden. Strategien zur Gewinnung, Rekrutierung und Bindung von Spitztalenten.• Führung im digitalen Zeitalter: Die sich wandelnde Rolle von Führungskräften bei der digitalen Transformation. Entwicklung von Führungsqualitäten zur Bewältigung von Komplexität, Mehrdeutigkeit und raschem Wandel. <p>Ethische Überlegungen und soziale Verantwortung</p> <ul style="list-style-type: none">• KI-Ethik und Voreingenommenheit: Ethische Dilemmata und Voreingenommenheit im Zusammenhang mit der KI-Implementierung. Rahmenbedingungen für eine verantwortungsvolle KI-Entwicklung und -Bereitstellung.
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<ul style="list-style-type: none"> • KI und die Zukunft der Arbeit: Mögliche Auswirkungen der KI auf die Beschäftigung und die Belegschaft. Strategien zur Milderung der negativen Folgen der KI-bedingten Arbeitsplatzverlagerung.
Literatur	<p>Eine abschließende Literaturliste wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Harvard Business Review (2023): Guide to AI Basics for Managers • Karim R. Lakhani, Marco Iansiti (2022): Competing in the Age of AI • Meier K.-J., Pfeffer, M. (2022): Produktion und Logistik in der Digitalen Transformation; Springer • Paul R. Daughert, H. James Wilson (2020): Human + Machine: Reimagining Work in the Age of AI • Gerald C. Kane et al.: The Technology Fallacy (2019): How People Are the Real Key to Digital Transformation
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Master-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 60.

MBA-Thesis	
Modulnummer	MBA T
Themenbereich	Abschlussmodul
Semester	2. Semester Vollzeit, 4. Semester Teilzeit
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. J. Jacoby
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Semester
LVF / SWS	SSt & KO
Arbeitsaufwand (WL)	450 h
LP (ECTS)	15
MoP	HA & mP
Teilnahmeempfehlung	
Lernergebnisse des Moduls	<p>Im Rahmen der MBA-Thesis sollen die Studierenden zeigen, dass Sie in der Lage sind</p> <ul style="list-style-type: none"> - ein Thema konzeptionell umfassend und tiefgreifend zu behandeln - und die daraus gewonnen theoretischen Erkenntnisse auf eine praktische Unternehmensfragestellung anzuwenden
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	<p>Die Erstellung der Masterthesis besteht aus zwei Komponenten</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Einem einführenden Seminar zur Erstellung einer Arbeit. 2. Der selbständigen Erstellung einer Mastarbeit im Umfang von mindestens 40 Seiten. Dabei kann inhaltliche behandelt werden <ul style="list-style-type: none"> - ein wissenschaftliches Thema oder - ein Business Plan oder - ein Praxisprojekt. 3. Die Verteidigung und Präsentation der Ergebnisse der Masterarbeit mit einem Prüfungsgespräch, in dessen Rahmen die Inhalte der MBA-Arbeit auch in Verbindung zu sonstigen Inhalten des Studiums gesetzt werden. Die Verteidigung und Präsentation der Ergebnisse der Masterarbeit soll 25 Minuten nicht überschreiten. Die Gesamtdauer der Verteidigung darf 45 Minuten nicht überschreiten.
Sonstige Informationen	Die Anfertigung der MBA-Thesis kann in deutscher oder englischer Sprache erfolgen.
Voraussetzung Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene MoP.
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Master-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 60.

Index

Anrechnung.....	5	Prüfungsordnung.....	5
Hausarbeit.....	4, 10	Referat.....	4, 10
Klausurarbeiten	10	Regelstudienzeit	5
Kolloquium	9	Schriftliche Prüfungen	4
Kurzreferat	4, 10	Selbststudium	9
Leistungspunkte	5	Seminar	4, 8
LMS, Lernmanagementsystem.....	9	Sommersemester.....	5
Modulprüfung	10	Sprachkurs	8
Mündliche Prüfungen.....	4	Studienprojekt.....	9
Mündliche Prüfungsleistung	10	Übung.....	8
Nachschreibetermin.....	5	Vorlesung	8
Präsentation	4, 11	Vorlesungs- und Prüfungszeitraum.....	5
Praxisorientierte Lehrveranstaltung	8	Wiederholung.....	5
Projektarbeit.....	4, 11	Wintersemester.....	5