

**Modulhandbuch
für den Studiengang
Master
Betriebswirtschaftslehre
des Fachbereichs
Wirtschaft
der Hochschule Darmstadt
– University of Applied
Sciences**

Stand 24. Oktober 2010
geändert am 1. September 2011

Inhaltsverzeichnis

211	International Marketing Management	4
212	International Finance	6
213	Advanced Project Management	9
214	Information Management	11
215	International Economic Relations	13
221	Advanced Business Simulation	15
222 I	Methoden der Systementwicklung	17
222 L	Materialfluss, Lagerlogistik und Arbeitsorganisation	19
222 M	E-Business and E-Procurement	21
222 W	Konzernrechnungslegung	24
223 I	ERP-Anwendungen	26
223 L	Transport- und Distributionslogistik, Verkehrssysteme	28
223 M	Market Research	30
223 W	Sonderbilanzen	32
224 I	IT-Controlling	34
224 L	Advances in Operations Research	37
224 M	Internetrecht	39
224 W	Internationale Aspekte der Einkommen- und Körperschaftsteuer	42
225/235	schwerpunktübergreifendes Wahlpflichtmodul	44

Inhaltsverzeichnis

231	Economic Research Methods	47
232 I	BI-Anwendungen	49
232 L	Logistikcontrolling	52
232 M	Interkulturelle Marketingkommunikation	54
232 W	Wertorientierte Unternehmensführung	57
233 I	E-Anwendungen	60
233 L	IT-Systeme in der Logistik und E-Logistik	62
233 M	One-to-One Marketing	64
233 W	Unternehmensbewertung	66
234 I	Datenbanken	68
234 L	Planung und Steuerung von Logistik-Systemen	70
234 M	Marketing Simulation	73
234 W	Jahres- und Konzernabschlussanalyse	75
241	Masterprojekt / Masterthesis	77

Modul 211: International Marketing Management

Modulbezeichnung	International Marketing Management
Code	211
Studiengang/Verwendbarkeit	<p>Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.)</p> <p>Das Modul eignet sich in anderen Master-Studiengängen, die vertiefte Kenntnisse im internationalen Marketing-Management verlangen, eingesetzt zu werden.</p>
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Röhrig
Dozent(in)	Prof. Dr. Röhrig
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer Klausur
Sprache	deutsch
Inhalt	<p>Die Absolventen dieses Moduls haben Kenntnis von folgenden Inhalten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Internationalisierung und internationales Marketing-Management • Rahmenbedingungen des internationalen Marketing-Managements • Marktforschung im internationalen Umfeld • Strategische Planung im internationalen Marketing-Management • Internationale Marketinginstrumente • Organisation des internationalen Marketing-Managements • Audit des internationalen Marketing-Managements • Human Resource Management in international tätigen Unternehmen
Niveaustufe / Level	Advanced level course (Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)
Lehrform/SWS	<p>Vorlesung, seminaristische Lehrveranstaltung, Gruppenarbeit mit Fallstudien, Selbststudium</p> <p>4 SWS</p>
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), im wesentlichen Vermittlung von Fachkompetenz

Modul 211: International Marketing Management

Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	Vertiefende Marketingfächer im Bachelorstudium
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden verstehen den Ablauf von Entscheidungen im internationalen Marketing-Management und haben die Fähigkeit, Probleme des internationalen Marketing-Managements zu analysieren sowie typische Marketing- und Managementaufgaben im internationalen Kontext zu erfüllen.
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	Präsentationen, Kontrollfragen, Fallstudien, ergänzende Umdrucke und Handouts zu Marketingfragestellungen
Literatur	<p>jeweils neueste Auflage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Berndt, R./Fantapié Altobelli, C./Sander, M.: Internationales Marketing-Management, Berlin u. a. • Czinkota, M./Ronkainen, I.: International Marketing, Fort Worth • Keegan, W./Schlegelmilch, B.: Global Marketing Management: A European Perspective, Harlow • Zentes, J./Swoboda, B./Schramm-Klein, H.: Internationales Marketing, München

Modul 212 International Finance

Modulbezeichnung	International Finance
Code	212
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.) Wirtschaftsinformatik, Energiewirtschaft, Wirtschaftsingenieur
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kiermeier
Dozent(in)	Prof. Dr. Kiermeier
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer Klausur und Präsentation
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Inhalt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kreditinstitute, Versicherungen, Investmentgesellschaften, Kapitalanlagegesellschaften und sonstige Institutionen des finanziellen Sektors, • nationale und internationale Kapitalmärkte (Aktien-, Renten-, Credit-, Derivatemärkte), Optionen, Futures, Swaps, Kreditderivate – • Instrumente zum Risiko- und Portfoliomanagement, • Investmentfonds, • ausgewählte Aspekte der internationalen Unternehmensfinanzierung (Venture Capital, Konzernfinanzierung, Exportversicherung, Forfaitierung, Währungsmanagement), • wertorientierte Unternehmensführung, • aufsichtsrechtliche Bestimmungen
Niveaustufe / Level	Advanced level course (Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)
Lehrform/SWS	Vorlesung, Übung und seminaristischer Unterricht / 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), 80% Vermittlung von Fachkompetenz, 20% Soft Skills
Units (Einheiten)	n/a

Modul 212 International Finance

Notwendige Voraussetzungen	Notwendige Voraussetzungen
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen- und Vertiefungsveranstaltungen des Bachelorstudiums auf dem Gebiet des Finanzmanagements
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Theorien der Risiko- und Unternehmensbewertung zu verstehen und damit verbundene Fragestellungen anhand von Beispielen zu lösen • die Kapitalmarkttheorie auf praktische Probleme zu deren Lösung zu übertragen • Instrumente des Finanzmanagements aufzulisten und ihre Einsatzmöglichkeiten kritisch zu beurteilen und ihre Anwendbarkeit auf praktische Fragestellungen zu bewerten. • vertiefende, mathematische Grundlagen, komplexe Finanzderivate und deren Einsatz im Portfolio- und Risikomanagement zu verstehen • komplexe Sachverhalte des Portfolio- und Risikomanagements zu identifizieren und praktische Fragestellungen selbstständig zu beurteilen und Vorgehensweisen zu deren Bearbeitung zu identifizieren und anzuwenden • Methoden des modernen Finanzmanagements zur Verwirklichung der Unternehmensziele zu implementieren und durchzuführen • aktuelle Fragestellungen einzuordnen und praktische Lösungen vorzuschlagen und zu implementieren • die Darstellung von Sachverhalten und Forschungsergebnissen entsprechend der Industriestandards zu präsentieren
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	(Folien-)Präsentation, Fallbeispiele, Übungen, vorlesungsbegleitende Unterlagen
Literatur	<p>Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bruns, Christoph; Meyer-Bullerdiek, Frieder: Professionelles Portfolio-Management, jeweils neueste Auflage, Stuttgart.

Modul 212 International Finance

	<ul style="list-style-type: none">• Buckley, A.: Multinational Finance, Prentice Hall• Gruber, M., Elton, E., Modern Portfolio Theorie and Investment Analysis, Wiley John + Sons• Fabozzi, Frank: Handbook of Portfolio Management, FJF, Pennsylvania.• Hull, John: Derivatives.• Häberle, Siegfried Georg, Handbuch der Außenhandelsfinanzierung, 3. Aufl., München, Wien 2002.• Perridon, Louis; Steiner, Manfred: Finanzwirtschaft der Unternehmung, jeweils neueste Auflage, München.• Shapiro, Alan C.: Multinational Financial Management, Wiley• Financial Analyst Journal, Zeitschrift
--	--

Modul 213 Advanced Project Management

Modulbezeichnung	Advanced Project Management
Code	213
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.) kann in ähnlicher Form auch im WIng-Master und im MBA eingesetzt werden
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. S. Seibert
Dozent(in)	Prof. Dr. S. Seibert, NN
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung, i.d.R. in Form einer Klausur
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Projektmanagement ist während der letzten Jahre zu einem auch für Betriebswirte immer wichtigeren Fachgebiet geworden. Der Anteil der in temporären Projekten erbrachten Wertschöpfung nimmt immer mehr zu und erfordert in immer höherem Umfang betriebswirtschaftliche Kompetenzen. Hauptinhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Modelle und Fallstudien zur Organisation von Großprojekten in Organisation, IT, Technik und Marketing/Vertrieb ▪ Projekt-Kostenmanagement und -Finanzierung ▪ Operatives und strategisches Multiprojektmanagement und Multiprojekt-Controlling ▪ Change Management (Organizational Change) ▪ Unternehmensentwicklung und Wertsteigerung durch Projekte (Projekt- und wertorientierte Unternehmensführung) ▪ Unternehmensübergreifende Projektzusammenarbeit ▪ Vertrags- und Nachforderungsmanagement ▪ Internationales und interkulturelles Projektmanagement ▪ Projekt-Informationssysteme und DV-Unterstützung ▪ Management-Consulting und -Auditing von Projekten
Niveaustufe / Level	Advanced level course auf Masterniveau (Modul zur Förderung und Verstärkung der betriebswirtschaftlichen Fachkompetenz im Managementbereich)
Lehrform/SWS	Seminaristische Vorlesung mit Übungen 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), im wesentlichen Vermittlung von Fachkompetenz

Modul 213 Advanced Project Management

Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen-Module in Projektmanagement, Organisation und Management sowie Controlling auf Bachelorniveau
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Die Absolventen können, qualifiziert bei Planung, Steuerung und Controlling von Großprojekten mitarbeiten und Führungsaufgaben für betriebswirtschaftliche Teilprojekte übernehmen, insbesondere bei,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kostenplanung und -verfolgung, Finanzierung, Controlling und Informationsversorgung ▪ Zusammenarbeit mit Kunden und Lieferanten, auch in internationalen Projekten <p>Die Absolventen können in Project Management Offices und Projektleitungsgremien mitarbeiten und Leitungsaufgaben übernehmen, insbesondere hinsichtlich</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zusammenstellung, Auswahl und betriebswirtschaftliche Bewertung von Projektprogrammen ▪ Organisation von Multiprojektmanagementprozessen ▪ Umgang mit organisatorischen Widerständen
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	Umdrucke mit Folien, Klausurbeispielen, Übungen und Lesetexten
Literatur	<p>jeweils die neueste Auflage</p> <ul style="list-style-type: none"> • F. X. Bea, S. Scheurer, S. Hesselmann: Projektmanagement, UTB • H. E. Hofmann et al.: Internationales Projektmanagement, Beck • H. Kerzner: Project Management, Van Nostrand Reinhold • Roland Gareis: Happy Projects, Manz • Harvey A. Levine: Project Portfolio Management: A Practical Guide, Wiley <p>weitere Literaturhinweise werden in den Lehrveranstaltungen gegeben.</p>

Modul 214 Information Management

Modulbezeichnung	Information Management
Code	214
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftslehre. Verwendbar in Wirtschaftsinformatik, Informatik, Energiewirtschaft, Media System Design und Informationswirtschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Rebstock
Dozent(in)	Prof. Dr. Rebstock (Prof. Dr. Knoll)
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Fallstudien, Klausur
Sprache	Deutsch, Lehrmaterialien teilweise in Englisch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Begriffe des Information Management • Betriebswirtschaftlicher Kontext des Information Management • Strategisches Information Management • Operatives Information Management und Prozesse • Ausgewählte Aspekte des Managements von Informationssystemen und Informationstechnologie
Niveaustufe / Level	Advanced level course (Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)
Lehrform/SWS	Vorlesung mit Fallstudien 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung)
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Wirtschaftsinformatik, betriebswirtschaftliche Grundlagen auf Bachelorniveau

Modul 214 Information Management

<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p>Die Studierenden kennen und verstehen die Grundlagen des Information Management und seine Einbettung in betriebswirtschaftliche Fragestellungen. Sie können die Aufgabenstellungen des strategischen Information Management und die Rolle von neuen Technologien für Geschäftsmodelle und Unternehmensstrategien kritisch beurteilen und bewerten. Die Studierenden haben ein vertieftes Verständnis ausgewählter Methoden des Managements von Informationssystemen, können diese auf konkrete betriebliche Situationen anwenden und im Hinblick auf ihre Erfolgsbedingungen kritisch bewerten.</p>
<p>Häufigkeit des Angebots</p>	<p>jedes Semester</p>
<p>Anerkannte Module</p>	<p>siehe § 19 ABPO</p>
<p>Medienformen</p>	<p>Präsenzunterricht; Online-Materialien</p>
<p>Literatur</p>	<p>jeweils die neueste Auflage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hansen, Hans Robert; Neumann, Gustaf: Wirtschaftsinformatik 1. Grundlagen und Anwendungen. Stuttgart. • Heinrich, Lutz J; Stelzer, Dirk: Informationsmanagement. Grundlagen, Aufgaben, Methoden. München. • Krcmar, Helmut: Informationsmanagement. Berlin. • Laudon, Kenneth C; Laudon, Jane Price; Schoder, Detlef: Wirtschaftsinformatik. München.

Modul 215 International Economic Relations

Modulbezeichnung	International Economic Relations
Code	215
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaft (M.Sc.)
Modulverantwortliche(r)	Dr. Reichel
Dozent(in)	Dr. Reichel
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer Klausur
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlegende Konzepte der VWL ▪ Reale und monetäre Außenwirtschaftstheorie ▪ Internationale Wettbewerbsfähigkeit ▪ Politik und Institutionen
Niveaustufe / Level	Advanced level course (Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)
Lehrform/SWS	Seminaristische Lehrveranstaltung, kleinere Fallstudien, Kurzbeiträge von Studierenden, Erörterung aktueller Fragen 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung)
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Volkswirtschaftslehre auf Bachelorniveau

Modul 215 International Economic Relations

<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p>Die Teilnehmer lernen Bedeutung und Wirkungsweise außenwirtschaftlicher Verflechtungen kennen. Sie setzen sich mit den theoretischen Konzepten und der Diskussion um die internationale Wettbewerbsfähigkeit auseinander. Die Einflussfelder der Politik und die Rolle supranationaler Organisationen werden analysiert.</p>
<p>Häufigkeit des Angebots</p>	<p>jedes Semester</p>
<p>Anerkannte Module</p>	<p>keine</p>
<p>Medienformen</p>	<p>(Folien-)Präsentation, Fallbeispiele, vorlesungsbegleitende Unterlagen</p>
<p>Literatur</p>	<p>jeweils die neueste Auflage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Göcke, M., und Köhler, T., Außenwirtschaft, Physica • Eibner, Wolfgang: Anwendungsorientierte Außenwirtschaft: Theorie und Politik

Modul 221 Advanced Business Simulation

Modulbezeichnung	Advanced Business Simulation
Code	221
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.) Das Modul ist in allen Studiengängen verwendbar, die einen starken betriebswirtschaftlichen Bezug haben, wie z.B. Wirtschaftsingenieurwissenschaften, - informatik, - mathematik
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Thümmel
Dozent(in)	Prof. Dr. Thümmel
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Präsentation, Bewertung der Planspielergebnisse, Handouts
Sprache	Deutsch / English
Inhalt	<p>Grade will be based on three aspects:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Business Plan: students have to write a business plan which will be evaluated 2. Performance of the firm in the simulation game: Performance will be assessed in terms of the increase in profitability, the increase in market share, the success of new product launches, and 3. Evidence of a coherent strategy – Teams will defend their strategy in the last class. The entire class will evaluate their strategy and execution for success.
Niveaustufe / Level	<u>Advanced level course (Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)</u>
Lehrform/SWS	Seminaristische Lehrveranstaltung, Planspielanalysen, studentische Kurzbeiträge, Übungen mit PC-Simulationssoftware 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), durch Einsatz entsprechender didaktischer Methoden (z.B. Lerngruppen) Vermittlung von Sozial- und Methodenkompetenz.

Modul 221 Advanced Business Simulation

Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	keine
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Die Teilnehmer erkennen die Notwendigkeit, Risiko und Unsicherheit in betriebliche Entscheidungs- und Geschäftsprozesse einzubeziehen. Mit den entsprechenden spiel- und entscheidungs-theoretischen Ansätzen werden sie vertraut gemacht. Sie lernen, Geschäftsprozesse modellhaft abzubilden und für die Anwendung von Simulationsverfahren zugänglich zu machen. Besondere Sorgfalt entwickeln sie für die Erhebung und Analyse der Inputdaten. Die Teilnehmer können gängige Simulationssoftware einsetzen und kennen die Unterschiedlichkeiten der zugrunde liegenden Konzepte. Schließlich können sie die Inputdaten ökonomisch bewerten und ihr Potenzial für eine Optimierung des jeweiligen Geschäftsprozesses beurteilen.</p>
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	Unternehmensplanspiel-Software, Software zu Unternehmensgründung und Business-Plänen
Literatur	<p>jeweils neueste Auflage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Laguna, M., und J. Marklund, Business Process Modeling, Simulation and Design, Pearson Prentice Hall • Liebold, G., V. Lüpertz und H. Reip, Lehraufgaben zur Betriebswirtschaftslehre mit computerunterstützten Unternehmenssimulationen, Europa-Lehrmittel • Strahinger, S. (Hrsg.), Business Engineering, dpunkt

Modul 222 I Methoden der Systementwicklung

Modulbezeichnung	Methoden der Systementwicklung
Code	222I
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.) Verwendbar in Wirtschaftsinformatik, Informatik, Energiewirtschaft, Media System Design und Informationswirtschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Rebstock
Dozent(in)	Prof. Dr. Rebstock (Prof. Dr. Knoll, NN)
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Fallstudien, praktische Aufgaben
Sprache	Deutsch, Lehrmaterialien teilweise in Englisch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Systementwicklungsprozess, bspw. auch agile Softwareentwicklung • Analysemethoden • Entwurfsmethoden, insb. für serviceorientierte Architekturen • Modellierungsmethoden, insb. UML • Anforderungsmanagement
Niveaustufe / Level	Specialized level course (Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
Lehrform/SWS	Vorlesung mit Praktikum 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung)
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	Modul 214 (Information Management) Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Information Management und betriebswirtschaftliche Grundlagen auf Bachelorniveau

Modul 222 I Methoden der Systementwicklung

<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p>Die Studierenden haben ein vertieftes Verständnis der Aufgabenstellungen und Phasen des Systementwicklungsprozesses und können die Bedeutung und Konsequenzen des serviceorientierten Paradigmas für diesen Prozess beurteilen und bewerten. Sie kennen wichtige Analyse- und Entwurfsmethoden sowie entsprechender Vorgehensmodelle und können diese anwenden und bewerten. Sie können konkrete betriebliche Fragestellungen mithilfe aktueller Modellierungsmethoden analysieren und Modelle im Rahmen des Anforderungsmanagements kritisch beurteilen.</p>
<p>Häufigkeit des Angebots</p>	<p>Sommersemester</p>
<p>Anerkannte Module</p>	<p>siehe § 19 ABPO</p>
<p>Medienformen</p>	<p>Präsenzunterricht; Online-Materialien</p>
<p>Literatur</p>	<p>jeweils die neueste Auflage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Balzert, Heide: Lehrbuch der Objektmodellierung. Analyse und Entwurf mit der UML 2. Heidelberg. • Balzert, Helmut: Lehrbuch der Softwaretechnik. Softwaremanagement. Heidelberg. • Balzert, Helmut: Lehrbuch der Softwaretechnik: Basiskonzepte und Requirements Engineering. Heidelberg. • Kecher, Christoph: UML 2. Das umfassende Handbuch. Bonn. • Neumann, Horst A.: Objektorientierte Entwicklung von Software-Systemen. Bonn.

Modul 222 L Materialfluss, Lagerlogistik und Arbeitsorganisation

Modulbezeichnung	Materialfluss, Lagerlogistik und Arbeitsorganisation
Code	222 L
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.) Verwendbar in Wirtschaftsinformatik und Informatik
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Wiese
Dozent(in)	NN
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer Klausur
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Materialfluss:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben und Ziele von Materialflusssystemen • Systematik der Kommissioniersysteme, der Sortier- und Verteilsysteme • Auswahlkriterien und Systemvergleiche von Kommissioniersysteme, Sortier- und Verteilsystemen • Planung von Materialflusssystemen <p>Lagerlogistik:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestaltung von Lagersystemen und Warenumschatz • Cross-Docking • Warehouse-Management-Systeme <p>Arbeitsorganisation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planung, Gestaltung und Optimierung von Arbeitssystemen in Theorie und Praxis • Grundlagen der Arbeitsorganisation und Arbeitssystemgestaltung in Produktion und Logistik
Niveaustufe / Level	Specialized level course (Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
Lehrform/SWS	Seminaristische Vorlesung mit Übungen 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), im wesentlichen Vermittlung von Fachkompetenz
Units (Einheiten)	n/a

Modul 222 L Materialfluss, Lagerlogistik und Arbeitsorganisation

Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Logistik auf Bachelorniveau
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden erwerben das für Materialflussplanungen notwendige Wissen und erlernen das systematische Vorgehen zur Entwicklung von Lösungskonzepten. Sie sind in der Lage, Kommissionier- und Sortiersysteme zu analysieren, Schwachstellen zu identifizieren und Verbesserungspotentiale aufzuzeigen. Weiterhin wird den Studierenden methodisches Wissen in der Gestaltung von Arbeitssystemen in der Logistik vermittelt.
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	(Folien-)Präsentation, Übungen, vorlesungsbegleitende Unterlagen
Literatur	jeweils neueste Auflage <ul style="list-style-type: none"> • Fischer, Dittrich: Materialfluss und Logistik, Springer • Dickmann: Schlanker Materialfluss: mit Lean Production, Kanban und Innovationen, Springer • Arnold: Materialfluss in Logistiksystemen, Springer weitere Literaturhinweise werden in der Lehrveranstaltung gegeben

Modul 222 M: E-Business and E-Procurement

Modulbezeichnung	E-Business and E-Procurement
Code	222 M
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.) verwendbar in Betriebswirtschaftslehre (MBA), Global Business Management (MBA), Wirtschaftsingenieurwesen (M.Sc.)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Dannenberg
Dozent(in)	Prof. Dr. Dannenberg
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Two Case Studies (2 x 25%) = 50% Final Exam (Written and/or Oral) = 50%
Sprache	English
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Defining Management and Marketing for the 21st Century. • Discussion of fundamental theoretical principles of the New Economy • To systematize the fundamentals of emerging sell- and buy-side e-commerce Technologies. • Introduce the infrastructural components for successfully implementing e-business and e-procurement systems • To verify how management decisions are impacted by new technologies. • To analyze the use of the Internet and wireless technologies in management, marketing and buying decisions. • To discuss how companies can both attract and retain customers as well as suppliers. • To show how companies can improve customer, supplier and company profitability.
Niveaustufe / Level	Specialized level course (Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
Lehrform/SWS	Seminar, Case Studies, CBT, Audio and Video Podcasts 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 100 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), 16 Stunden Arbeitsaufwand zum Erwerb außerfachlicher

Modul 222 M: E-Business and E-Procurement

	Kompetenzen (Übung, Erstellung Präsentation), im wesentlichen Vermittlung von Fachkompetenz
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Modul 211 (International Marketing Management) Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Marketing auf Bachelorniveau
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>This course examines the general nature of the emergence of progressive e-business and e-procurement technologies. The student will explore the major concepts and tools of the new economy used by small, midsize and multinational corporations. Especially new e-business models, content management systems, e-shops, e-marketplaces, e-auctions and customer as well as supplier relationship management concepts will be discussed. The student learning outcomes are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Be able to explain and apply the concepts associated with the analysis, design, and implementation of E-Business information technology systems. • Learn how to plan and control the activities associated with an implementation of E-Business systems. • Know about the associated cost of information system investments. • Develop skills to work together with other students in a team to plan, prepare and present case studies in class. • Be able to transfer the acquired knowledge in practical experience.
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	(Folien-)Präsentation, Übungen, vorlesungsbegleitende Unterlagen
Literatur	<p>Basic Readings (obligatory)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Laudon, C./Laudon, J.P., Management Information Systems, Prentice Hall • Dannenberg, M./Barthel, S., Effiziente Marktforschung, Verlag Moderne Industrie

Modul 222 M: E-Business and E-Procurement

	<p>Further Readings (non obligatory)</p> <ul style="list-style-type: none">• Laudon, C./Traver C. G., E-Commerce: Business, Technology, Society, Addison Wesley Publishing Company• Robinson, M./Tapscott, D./Kalakota, R., e-Business 2.0: Roadmap for Success• Afuah, A./ Tucci, C.L., Internet Business Models and Strategies: Text and Cases, McGraw-Hill/Irwin• Neef, D., e-Procurement: From Strategy to Implementation, Financial Times Prentice Hall• Chopra, S./Meindl, P., Supply Chain Management, Prentice Hall
--	---

Modul 222 W Konzernrechnungslegung

Modulbezeichnung	Konzernrechnungslegung
Code	222 W
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.) Das Modul ist verwendbar in allen betriebswirtschaftlichen Studiengängen mit starker Fokussierung auf Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung (z.B. § 8a WPO)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Almeling
Dozent(in)	Prof. Dr. Almeling
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer Klausur
Sprache	Deutsch
Inhalt	Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Konzernrechnungslegung • Konzernrechnungslegungspflicht • Abgrenzung des Konsolidierungskreises • Inhalt und Form des Konzernabschlusses • Konsolidierungsmethoden und -techniken • Ansatz- und Bewertungsvorschriften im Konzernabschluss, einschl. Behandlung des Geschäfts- und Firmenwertes, latenter Steuern und Währungsumrechnung • Einbeziehung von Gemeinschafts- und assoziierten Unternehmen
Niveaustufe / Level	Specialized level course (Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
Lehrform/SWS	Vorlesung; Übungen mit seminaristischen Bezügen 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), im wesentlichen Vermittlung von Fachkompetenz
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen- und Vertiefungsmodule in interner und externer Rechnungslegung auf Bachelorniveau

Modul 222 W Konzernrechnungslegung

<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p>Die Studierenden kennen den Zweck und die rechtlichen Grundlagen für die Aufstellung von Konzernabschlüssen. Sie erkennen in konkreten Fällen die besonderen Problematiken bei der Erstellung eines Konzernabschlusses und können diese lösen. Die Studierenden sind in der Lage, Konsolidierungstechniken und -methoden bei der Entwicklung des Konzernabschlusses aus den Jahresabschlüssen der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen anzuwenden.</p>
<p>Häufigkeit des Angebots</p>	<p>Sommersemester</p>
<p>Anerkannte Module</p>	<p>siehe § 19 ABPO</p>
<p>Medienformen</p>	<p>Präsentationen, vorlesungsbegleitende Unterlagen, Übungen und Fallstudien</p>
<p>Literatur</p>	<p>jeweils die neueste Auflage</p> <ul style="list-style-type: none"> • IDW (Hrsg.): IFRS Standards (amtliche EU-Texte Englisch / Deutsch) • Adler; Düring; Schmaltz: Rechnungslegung und Prüfung der Unternehmen • Beck'scher Bilanzkommentar • Gelhausen, Hans Friedrich; Fey, Gerd; Kämpfer, Georg: Rechnungslegung und Prüfung nach dem Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz • Baetge, Jörg: Konzernbilanzen • Busse von Colbe, Walter; Ordelheide, Dieter; Gebhardt, Günter; Pellens, Bernhard: Konzernabschlüsse • Küting, Karlheinz; Weber, Claus-Peter: Der Konzernabschluss – Lehrbuch und Fallstudie • Hommel, Michael; Wüstemann, Jens: Konzernbilanzierung <i>case by case</i> <p>weitere Literaturempfehlungen werden in den Lehrveranstaltungen bekanntgegeben</p>

Modul 223 | ERP-Anwendungen

Modulbezeichnung	ERP-Anwendungen
Code	223I
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.) Verwendbar in Wirtschaftsinformatik, Informatik, Energiewirtschaft, Media System Design und Informationswirtschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Rebstock
Dozent(in)	Prof. Dr. Rebstock (Prof. Dr. Knoll, NN)
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Fallstudien, Hausarbeiten mit Präsentationen
Sprache	Deutsch, Lehrmaterialien teilweise in Englisch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und betriebswirtschaftlicher Hintergrund intraorganisationaler Anwendungssysteme • Funktionsspezifische Anwendungskomponenten • Branchenspezifische Anwendungskomponenten • Planungsmethoden und -verfahren • ERP-Schnittstellen • Einführung betrieblicher Anwendungssysteme
Niveaustufe / Level	Specialized level course (Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
Lehrform/SWS	Seminar mit Praktikum 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), im wesentlichen Vermittlung von Fachkompetenz
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	Modul 214 (Information Management) Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Information Management und betriebswirtschaftlicher Grundlagen auf Bachelorniveau

Modul 223 | ERP-Anwendungen

<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p>Die Studierenden kennen und verstehen die Grundlagen von ERP-Anwendungen und können ihre Einbettung in betriebswirtschaftliche Fragestellungen beurteilen. Sie kennen und verstehen ausführlich die Aufgabenstellungen und den Funktionsumfangs der verschiedenen Komponenten betrieblicher Anwendungssysteme allgemein und am Beispiel SAP und können diese kritisch beurteilen. Die Studierenden haben ein vertieftes Verständnis der zugrunde liegenden quantitativen Planungsmethoden und -verfahren. Sie haben ein vertieftes Praxiswissen durch Übungen am System und können das System praktisch nutzen. Die Studierenden kennen und verstehen die Konzepte und Methoden zur Einführung von ERP-Anwendungen, können diese auf konkrete betriebliche Situationen anwenden und kritisch bewerten.</p>
<p>Häufigkeit des Angebots</p>	<p>Sommersemester</p>
<p>Anerkannte Module</p>	<p>siehe § 19 ABPO</p>
<p>Medienformen</p>	<p>Präsenzunterricht; Online-Materialien</p>
<p>Literatur</p>	<p>jeweils die neueste Auflage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dickersbach, Jörg Th; Keller, Gerhard: Produktionsplanung und -steuerung mit SAP ERP. Bonn. • Frick, Detlev; Gadatsch, Andreas; Schäffer-Külz, Ute: SAP ERP. Geschäftsprozessorientierte Einführung mit durchgehendem Fallbeispiel. Wiesbaden. • Hansen, Hans Robert; Neumann, Gustaf: Wirtschaftsinformatik 1. Grundlagen und Anwendungen. Stuttgart. • Hildebrand, Knut; Rebstock, Michael: Betriebswirtschaftliche Einführung in SAP R/3. München.

Modul 223 L Transport- und Distributionslogistik

Modulbezeichnung	Transport- und Distributionslogistik, Verkehrssysteme
Code	223 L
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaft (M.Sc.) Verwendbar in Wirtschaftsinformatik
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Rebstock
Dozent(in)	NN
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer Klausur
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Transportlogistik / Verkehrssysteme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Transportsysteme • Transportnetzstruktur • Versorgungs-, Belieferungsstrukturen (Kanban, JIT) • Verkehrsträger • intermodaler, multimodaler Verkehr, kombinierter Verkehr <p>Distributionslogistik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konzeption einer Distributionsstruktur • Transportplanung • Nachschub- und Versorgungskonzepte • Retourenmanagement • Distributionscontrolling • Optimierung von Distributionsstrukturen
Niveaustufe / Level	Specialized level course (Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
Lehrform/SWS	Seminaristische Vorlesung mit Übungen 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), im wesentlichen Vermittlung von Fachkompetenz
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine

Modul 223 L Transport- und Distributionslogistik

Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Logistik auf Bachelorniveau
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Den Studierenden werden vertiefte Kenntnisse über die Gestaltung und die Prozesse in unterschiedlichen Distributionsstrukturen vermittelt. Sie lernen mathematische Algorithmen bei Fragestellungen der Transportplanung anzuwenden sowie eine systematische Herangehensweise an komplexe Entscheidungssituationen und die Konzeption einer geeigneten Distributionsstruktur. Die theoretischen Kenntnisse werden durch Anwendung der Analyseverfahren auf Praxisbeispiele vertieft.
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	(Folien-)Präsentation, Fallbeispiele, Übungen, vorlesungsbegleitende Unterlagen
Literatur	jeweils neueste Auflage <ul style="list-style-type: none"> • Heinrich: Transport und Lagerlogistik, Vieweg-Teubner • Martin: Transport- und Lagerlogistik: Planung, Struktur, Steuerung und Kosten von Systemen der Intralogistik, Vieweg-Teubner • Schulte, Christof: Logistik. weitere Literaturhinweise werden in der Lehrveranstaltung gegeben

Modul 223M: Market Research

Modulbezeichnung	Market Research
Code	223M
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaft (M.Sc.) verwendbar in Betriebswirtschaftslehre (MBA), Global Business Management (MBA), Wirtschaftsingenieurwesen (M.Sc.)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Dannenberg (Prof. Dr. Schellhase)
Dozent(in)	Prof. Dr. Dannenberg (Prof. Dr. Schellhase)
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer Klausur
Sprache	Deutsch oder Englisch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Rahmenbedingungen der Marktforschung • Rolle der Marktforschung im Prozess der Strategiefindung • Prozess der Marktforschung • Methoden zur Beschaffung von Primär- und Sekundärdaten • Quantitative und qualitative Ansätze der Marktforschung • Uni- und Multivariate Methoden der Datenanalyse • Relevanz des Internets für die Marktforschung, Tools für Online-Umfragen • SPSS
Niveaustufe / Level	Specialized level course (Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
Lehrform/SWS	Vorlesungen, seminaristische Lehrveranstaltungen, Selbststudium, Gruppenarbeit mit Fallstudien; alternativ sind andere Lehrformen (z.B. Blended Learning über Lernplattform Blackboard) möglich 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), im wesentlichen Vermittlung von Fachkompetenz
Units (Einheiten)	n/a

Modul 223M: Market Research

Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Absolventen dieses Moduls verstehen den Marktforschungsprozess und seine Bedeutung für das Marketing. Sie können die Begriffe Marktforschung und Marketingforschung definieren, unterscheiden und einordnen. Sie sind vertraut mit quantitativen und qualitativen Methoden der Beschaffung und der Analyse von Primär- und Sekundärdaten. Sie verfügen über die Fähigkeit, typische Aufgabenstellungen der Marktforschung zu bewältigen und zu bewerten. Sie werden in die Lage versetzt Stichproben auf Basis wissenschaftlicher Methoden auszuwählen, Marktforschungen durchzuführen, auszuwerten und die jeweiligen Ergebnisse kritisch zu hinterfragen.
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	Handouts und Fallstudien zu Fragestellungen der Marktforschung, alternativ sind Video-Vorlesungen und CBT möglich
Literatur	<p>jeweils neueste Auflage</p> <p>Basic Readings (obligatory)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dannenberg, M./Barthel, S., Effiziente Marktforschung, Verlag Moderne Industrie • Mariampolski, H., Qualitative Market Research: A Comprehensive Guide, SAGE Publications <p>Further Readings (non obligatory)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Charkrapani, C., Statistics in Market Research (Arnold Applications of Statistics Series), A Hodder Arnold Publication • Blankenship, A./Breen, G./Dutka, A., State of The Art Marketing Research, McGraw-Hill • Hague, P.N., Market Research: A Guide to Planning, Methodology and Evaluation, Kogan Page

Modul 223W: Sonderbilanzen

Modulbezeichnung	Sonderbilanzen
Code	223W
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftlehre (M.Sc.) Dieses Modul kann in allen Studiengängen, die wirtschaftsprüfungsrelevantes oder -nahes Fachwissen vermitteln (z.B. § 8 a WPO), verwendet werden
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Wiese
Dozent(in)	Prof. Dr. Wiese
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer Klausur
Sprache	Deutsch
Inhalt	Sonderbilanzen im Rahmen von <ul style="list-style-type: none"> • Gründungsprozessen und Kapitalerhöhung • Umwandlungen (z.B. Fusionen und Unternehmensab- oder -aufspaltungen) • Betriebsaufgaben • Insolvenzen • Sanierungen • Liquidationen
Niveaustufe / Level	Specialized level course (Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
Lehrform/SWS	Vorlesung; Übungen; seminaristischer Unterricht mit z.B. Gruppenarbeit, Präsentationen, Praxisbeispielen und Fallbeispielen 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), im wesentlichen Vermittlung von Fachkompetenz, ca. 15 Stunden für außerfachliche Kompetenzen
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine

Modul 223W: Sonderbilanzen

Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Externer Rechnungslegung auf Bachelorniveau
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden werden in die Lage versetzt, das umfassende Gebiet der Sonderbilanzen unter Einbeziehung der betriebswirtschaftlichen, handels- sowie steuerrechtlichen Sachverhalte inhaltlich und methodisch zu verstehen sowie praktisch anzuwenden. Dabei verstehen sie neben den nationalen Vorschriften auch internationale Regelungen, um im späteren Berufsleben die Anforderungen der international ausgerichteten Unternehmenstransaktionen (Mergers & Acquisitions) erfüllen zu können.
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	Vorlesung; Übungen; seminaristischer Unterricht mit z.B. Gruppenarbeit, Präsentationen, Praxisbeispielen und Fallbeispielen
Literatur	jeweils die neueste Auflage <ul style="list-style-type: none"> • Budde, D.W. und Förtschle, G.: Sonderbilanzen, München • Veit (Hrsg.), Sonderbilanzen, nwb, • Kresse/Leuz (Hrsg.), Sonderbilanzen, Schäffer-Poeschel sowie ausgewählte Artikel aus Fachzeitschriften

Modul 224l: IT-Controlling

Modulbezeichnung	IT-Controlling
Code	224l
Studiengang/Verwendbarkeit	<p>Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.)</p> <p>Der Wissenserwerb bei gleichzeitigen Transferleistungen auf betriebswirtschaftliche Beispiele aus der Praxis ist von grundlegender Bedeutung. Daher kann das Modul auch in anderen Master-Studiengängen mit dem Schwerpunkt Information Management/Wirtschaftsinformatik verwendet werden.</p>
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Knoll / Prof. Dr. Rebstock
Dozent(in)	Prof. Dr. Knoll
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer mündlichen Prüfung (50 Prozent) und veranstaltungsbegleitend zusätzlichen alternativen Prüfungsleistungen (i.d.R. Fallstudien, auch als Gruppenleistung, 50 Prozent)
Sprache	deutsch
Inhalt	<p>Die Darstellung und Vermittlung der Zusammenhänge erfolgt praxisorientiert an mehreren unterschiedlichen Beispielen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Grundlagen und betriebswirtschaftlicher Hintergrund des IT-GRC-Managements und des IT-Controllings ● Grundkonzepte des IT-GRC-Managements, das IT-GRC-Framework ● IT-Controlling-Konzepte und -Systeme, IT-Business Alignment ● Entwicklung und Monitoring von Kennzahlen und Key-Performance-Indikatoren

Modul 224I: IT-Controlling

	<ul style="list-style-type: none"> ● Kennzahlenarten und -systeme ● Instrumente des IT-GRC-Managements und des IT-Controllings im Detail (bspw. IT-Balanced-Scorecard, IT-Landkarte, Service-Level-Agreements) ● Business Intelligence im IT-GRC-Management ● Beispiele aus der Praxis: Fallstudien; Übungen, z.B. mit SAP BW oder Catenic Anafee
Niveaustufe / Level	Specialized level course (Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
Lehrform/SWS	Seminaristische Vorlesung mit Übungsanteilen und Fallstudien (4 SWS, 32)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung, davon 40 Stunden Aufwand für die Vermittlung außerfachlicher Kompetenzen)
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen- und Vertiefungsmodule in betriebswirtschaftlichen Grundlagen, Wirtschaftsinformatik, Interne Rechnungslegung auf Bachelorniveau
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden dieses Moduls kennen und verstehen die Aufgabenstellungen und den Funktionsumfang des IT-GRC-Managements und des IT-Controllings. Durch diese interdisziplinär geprägten Kenntnisse sind sie in der Lage, das strategische und operative IT-Controlling in betriebswirtschaftliche (quantitative und qualitative) Fragestellungen unter Berücksichtigung der allgemeinen Wirtschaftsinformatik und ihrer Ausprägungen und Konzepte zielgerichtet einzubinden. Sie können insbesondere die begrifflichen Grundlagen

	<p>erklären und die fachlichen Konzepte zielgruppengerecht in Diskussionen einbringen, insbesondere können sie zielgruppengerecht überzeugend darstellen, welchen betriebswirtschaftlichen Hintergrund das IT-GRC-Management und das IT-Controlling hat und warum beide (miteinander verbundenen) Disziplinen in einem (größeren) Unternehmen heute zwingend notwendig sind. Sie können ferner Fragen des Wertbeitrags der IT abschätzen und in einschlägigen Projekten fachkundig diskutieren und beratend wirken. Sie verfügen über wesentliche Kenntnisse, um strategische und operative Elemente und Instrumente des IT-GRC-Managements und des IT-Controllings für die tägliche Linien- und Projektarbeiten zielorientiert einzusetzen. Darüber hinaus können sie die Grundzüge der IT-Prüfung erläutern und IT-Prüfer in Ihrer Funktion als Vertreter Ihres Unternehmens betreuen.</p>
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	Präsentationen, Kontrollfragen, Wiki, Foren, Fallstudien/Übungsaufgaben und ergänzende Literaturhinweise, überwiegend in englischer Sprache
Literatur	<p>Jeweils neueste Auflage</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gadatsch, A./Mayer, E.: Masterkurs IT-Controlling, Wiesbaden ▪ Kargl, H.: Controlling im DV-Bereich, München/Wien ▪ Kütz, M.: IT-Controlling für die Praxis, Heidelberg ▪ Kütz, M.: Kennzahlen in der IT, Heidelberg

Modul 224L Advances in Operations Research

Modulbezeichnung	Advances in Operations Research
Code	224L
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.) Verwendbar in Wirtschaftsinformatik und Informatik
Modulverantwortliche(r)	NN
Dozent(in)	NN
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer Klausur
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Transportoptimierung • Maschinenbelegungsplanung • Design-Optimierung, Tourenplanung • Graphen- und Netzwerkmodelle • Projekt- und Reihenfolgeplanung • (klassischen) Methoden der Netzplantechnik (CPM, MPM) - • Termin- und Ressourcenplanung • Optimierung zeitdiskreter dynamischer Prozesse
Niveaustufe / Level	Specialized level course (Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
Lehrform/SWS	Seminaristische Vorlesung mit Fallstudien und Übungen 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), im wesentlichen Vermittlung von Fachkompetenz
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Operations Research auf Bachelorniveau

Modul 224L Advances in Operations Research

<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p>Die methodischen Anliegen des Operations Research werden vertieft. Aufbauend auf den Lehrinhalten des Bachelor-Studiums sollen die Studierenden am Ende des Masterstudiums inhaltliche Fachkompetenz, methodische Modellierungs-Kompetenz und Problemlösungskompetenz entwickelt und vertieft haben. Sie können entsprechende Verfahren entwickeln, diese Modelllösungen auf das konkrete betriebswirtschaftliche Entscheidungsproblem anwenden und deren Ergebnisse und Einsatzmöglichkeiten kritisch beurteilen.</p>
<p>Häufigkeit des Angebots</p>	<p>Sommersemester</p>
<p>Anerkannte Module</p>	<p>siehe § 19 ABPO</p>
<p>Medienformen</p>	<p>(Folien-)Präsentation, Fallbeispiele, Übungen</p>
<p>Literatur</p>	<p>jeweils neueste Ausgabe:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Günther, Management logistischer Netzwerke. Entscheidungsunterstützung, Informationssysteme und OR-Tools: Entscheidungsunterstützung, Informationssysteme Und OR-Tool, Physica-Verlag <p>weitere Literaturhinweise werden in der Lehrveranstaltung gegeben</p>

Modul 224M: Internetrecht

Modulbezeichnung	Internetrecht
Code	224M
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.) Wirtschaftsjuristische Studiengänge
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Hahn
Dozent(in)	Prof. Dr. Hahn
Dauer	1 Semester
Credits	c CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer Klausur, ggf. Seminararbeit, Referat oder Präsentation mit schriftlicher Ausarbeitung
Sprache	Deutsch (auch Englisch, Französisch, Italienisch)
Inhalt	<p>Der mit Hilfe des Internets bewerkstelligte elektronische Geschäftsverkehr wirft eine Fülle von Rechtsfragen auf. Im ersten Zugang wird die Stellung und Einordnung des sogenannten Internetrechts in das Gesamtrechtssystem und sein Verhältnis zum Medienrecht dargestellt. Nach dieser Grundlegung werden internetrechtsspezifische Problemfelder beim Einsatz des Internets als betriebliches Präsentations-, Marketing- und Vertriebsinstrument erörtert. Aus der Vielzahl möglicher Themenbereiche seien genannt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vertragsrecht • Domänenrecht • Redaktionelle Gestaltung von Webseiten • Schutz des Inhalts von Webseiten • Verantwortung für den Inhalt von Webseiten • Verbraucherschutz beim „B2C“-Geschäft • Internetauktionen und „Powershopping“ • Zahlung im und per Internet • Signaturrecht • Grenzüberschreitender elektronischer Geschäftsverkehr • Steuerrechtliche Fragen des elektronischen Geschäftsverkehrs
Niveaustufe / Level	Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet („Specialized level course“)
Lehrform/SWS	Vorlesung mit kleinen Fallübungen, Urteilsanalysen 4 SWS

Modul 224M: Internetrecht

Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), im wesentlichen Vermittlung von Fähigkeiten zur Analyse und zur Problemlösung
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen- und Vertiefungsmodule in rechtlichen Grundlagen auf Bachelorniveau
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studenten erkennen das Internet als „neues“ Massenmedium in Konkurrenz, Zuordnung und Abgrenzung zu den „klassischen“ Medien Presse, Rundfunk und Film; sie analysieren typische Rechtskonflikte, die beim Einsatz des Internets zu kommerziellen und gewerblichen Zwecken auftreten, erkennen und stufen rechtswissenschaftliche Problemlösungstechniken im Unterschied und in Konkurrenz zu ökonomischen Modellüberlegungen ein.
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	(Direkt-)Vortrag, juristische Datenbanken, „PowerPoint“-„Folien“, Einsatz einer elektronischen Lernplattform und insbesondere Bücher, jeweils die neueste Auflage:
Literatur	<p>jeweils neueste Auflage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schiffer/von Schubert (Hrsg.), Recht, Wirtschaft und Steuern im E-Business, Herne/Berlin (NWB-Verlag) • Moritz/Dreier (Hrsg.), Rechts-Handbuch zum E-Commerce, Köln (Dr. Otto Schmidt Verlag) • Kröger/Gimmy, Handbuch zum Internet-Recht, 2. Aufl., Berlin, Heidelberg (Springer Verlag) • Carey/Sanders, Media Law, 3. Aufl., London (Sweet & Maxwell); • Ladeur, Das Werberecht der elektronischen Medien, Heidelberg (Verlag Recht und Wirtschaft) • Reed, Internet Law: Text and Materials, 2. Aufl., Cambridge (England) (Cambridge University Press) • Verbiest, Commerce électronique: le nouveau cadre juridique, Louvains-La-Neuve (Belgien) (Editions Larcier) • Spindler/Wiebe (Hrsg.), Internet-Auktionen und

Modul 224M: Internetrecht

	<p>Elektronische Marktplätze, 2. Aufl, Köln (Verlag Dr. Otto Schmidt)</p> <ul style="list-style-type: none">• Berman, Cyberlaw, Aldershot (England) (Ashgate)• Carr, Globalization and E-Commerce, Aldershot (England) (Ashgate)• Aktuelle Gesetzestexte (insbesondere GG, BGB, TelemediaR, EuR, z.B. in Ausgaben des Deutschen Taschenbuch Verlages (dtv))
--	---

Modul 224W Internationale Aspekte der ESt und KSt

Modulbezeichnung	Internationale Aspekte der Einkommen- und Körperschaftsteuer
Code	224W
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.) Das Modul ist verwendbar in allen betriebswirtschaftlichen Studiengängen mit starker Fokussierung auf Rechnungslegung und Unternehmensbesteuerung (z.B. § 8a WPO, Master in Taxation)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Hartmann
Dozent(in)	Prof. Hartmann, Prof. Dr. Wiese, Prof. Dr. Almeling
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer Klausur
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Formen der unbeschränkten und beschränkten Steuerpflicht • Besteuerung beschränkt Steuerpflichtiger • nationale Regelungen zur Milderung oder Vermeidung internationaler Mehrfachbesteuerung • bi- und multilaterale Regelungen zur Milderung oder Vermeidung internationaler Mehrfachbesteuerung • Regelungen zur Vermeidung unerwünschter Gestaltungen
Niveaustufe / Level	Specialized level course (Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
Lehrform/SWS	Vorlesung mit seminaristischen Bezügen, Übung, Fallstudien 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), im wesentlichen Vermittlung von Fachkompetenz
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine

Modul 224W Internationale Aspekte der ESt und KSt

Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen- und Vertiefungsmodule in betriebswirtschaftlichen Grundlagen, Interner und Externer Rechnungslegung, Unternehmensbesteuerung, Controlling auf Bachelorniveau
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Teilnehmer sollen die nationalen und zwischenstaatlichen Regelungen, Methoden und Verfahren kennen, von denen grenzüberschreitende Aktivitäten in In- und Outboundfällen betroffen sind. Dabei soll der Schwerpunkt der Veranstaltung in der Vermittlung von Methodenkompetenz liegen um mit den erworbenen Kenntnissen im Rahmen konkreter Anwendungstransfers beliebige Fragestellungen in angemessener Zeit einer optimalen Lösung zuzuführen. Mit dem Erwerb der methodischen Kenntnisse über Instrumente und Techniken die der Gesetzgeber verwendet, soll die Fähigkeit vermittelt werden, der hohen Dynamik bei der Gesetzgebung mit mit angemessenem Aufwand nachzuvollziehen.
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	(Folien-)Präsentation, Fallbeispiele, Übungen
Literatur	<p>jeweils die neueste Auflage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Djanani Christina, Brähler Gernot, Internationales Steuerrecht • Grümmer Dieter, Kierspel Andreas, Internationales Steuerrecht • Grotherr Siegfried, Herfort Claus, Strunk Günter, Internationales Steuerrecht • Bächle Ekkehard, Ott Johann Paul, Rupp Thomas, Internationales Steuerrecht • Groß-Bölting Klaus, Internationales Steuerrecht <p>weitere Hinweise werden jeweils aktuell in der Veranstaltung gegeben</p>

Modul 225/235: schwerpunktübergreifendes Wahlmodul

Modulbezeichnung	schwerpunktübergreifendes Wahlmodul
Code	225/235
Studiengang/Verwendbarkeit	<p>Betriebswirtschaftlehre (M.Sc.)</p> <p>Der Wissenserwerb insbesondere durch gleichzeitige Transferleistung auf betriebswirtschaftliche Beispiele aus der Praxis von grundlegender Bedeutung für die anwendungsbezogene Verknüpfung von Wissen aus mehreren Veranstaltungen. Daher kann das Modul grundsätzlich auch in allen anderen Bachelor/Master-Studiengängen verwendet werden.</p>
Modulverantwortliche(r)	Alle Lehrenden des Fachbereichs und der importierenden Fachbereiche
Dozent(in)	Alle Lehrenden des Fachbereichs und der importierenden Fachbereiche
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	<p>Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer schriftlichen (Projekt-) Dokumentation, i.d.R. erstellt in Gruppenarbeit (bis zu 70 Prozent), sowie einer (Abschluss-)Präsentation (mindestens 30 Prozent). Zusätzliche (auch individuelle) alternative Prüfungsleistungen während der Veranstaltung im Rahmen der Spielräume der prozentualen Gewichtungen zwischen den Prüfungsleistungen möglich. Dokumentation der Gewichtung in den zu Semesterbeginn auszuhängenden Themenstellungen als Information für die Studierenden.</p>
Sprache	deutsch oder englisch
Inhalt	<p>Das Modul konzentriert sich in besonderer Weise auf die Vermittlung interdisziplinärer Inhalte. Die zu bearbeitenden Fragestellungen sind daher in der Regel schwerpunktübergreifend ausgerichtet. Sofern möglich beziehen die Fragestellungen externe (Unternehmens-)Partner mit ein. Nähere Informationen zu den konkreten Inhalten enthalten die zu Semesterbeginn auszuhängenden Themenstellungen als Information für die Studierenden.</p>

Modul 225/235: schwerpunktübergreifendes Wahlmodul

	<p>Weitere fachübergreifende Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Anwendung von Projektmanagement-Regeln ● zielgruppenorientierte Gestaltung von Präsentationen, auch vor und mit Unterstützung von externen Partnern ● Wege für die Literaturrecherche und Informationsbeschaffung ● Erstellung geeigneter zielgruppenorientierter Dokumentation (Handbücher, Checklisten, Studien usw.)
Niveaustufe / Level	Advanced level course (Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)
Lehrform/SWS	projektorientierte Veranstaltung mit überwiegend praktischen Anteilen auf Basis konkreter, praxisbezogener Fragestellungen (4 SWS, 16)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), davon 50/60 Stunden Aufwand für die Vermittlung außerfachlicher Kompetenzen
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	abhängig von der Themenstellung
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Die Studierenden dieses Moduls kennen anhand der ganzheitlichen Bearbeitung einer interdisziplinär ausgelegten Aufgabenstellung – nach Möglichkeit aus oder in Kooperation mit der Unternehmenspraxis, welche Herausforderungen zum einen die fachlich-inhaltliche Bearbeitung eines komplexen Themas birgt, zum anderen können sie mit der Arbeit in einem Team umgehen und typische Führungsfragen und Problemstellungen in diesem Kontext überblicken. Sie kennen die Bedeutung von nicht verschiebbaren Meilensteinen und die charakteristischen Ansprüche der verschiedenen Interessengruppen. Sie können eine Fragestellung so bearbeiten, dass die Zielgruppen klare Ergebnisse in für sie geeignet</p>

Modul 225/235: schwerpunktübergreifendes Wahlmodul

	aufbereiteter Form erhalten. Gleichzeitig wissen sie, wie bei Auftreten akuter Ereignisse reagiert werden muss, um das Endergebnis nicht zu gefährden.
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Anerkannte Module	keine
Medienformen	Unterlagen zur Fragestellung, Fallstudienmaterialien, Szenarien, Material der (auch externen) Projektpartner, ggf. auch in englischer Sprache
Literatur	abhängig von der Themenstellung, Näheres enthalten die zu Semesterbeginn auszuhängenden Themenstellungen als Information für die Studierenden

Modul 231 Economic Research Methods

Modulbezeichnung	Economic Research Methods
Code	231
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaft (M.Sc.) Wirtschaftsinformatik, Energiewirtschaft, Wirtschaftsingenieur
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kiermeier
Dozent(in)	Prof. Dr. Kiermeier
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Klausur und Präsentation
Sprache	Deutsch
Inhalt	Inhalt: <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Wirtschaftsforschung • Datenerhebung • Marktforschung • Statistische Analyse: Regressionen, einfach und multivariat • Mikro- und Makroökometrie • Teststatistiken • Forschungsethik
Niveaustufe / Level	Specialized level course (Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
Lehrform/SWS	Vorlesung, Übung und seminaristischer Unterricht / 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), 80% Vermittlung von Fachkompetenz, 20% Soft Skills
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	keine

Modul 231 Economic Research Methods

<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • statistische Theorien zu verstehen und damit verbundene Fragestellungen anhand von Beispielen zu lösen • statistische Konzepte auf praktische Probleme zu deren Lösung zu übertragen • statistische Modelle aufzulisten und ihre Einsatzmöglichkeiten kritisch zu beurteilen und ihre Anwendbarkeit auf praktische Fragestellungen zu bewerten. • vertiefende, mathematische Grundlagen und deren Einsatz zu Forschungszwecken zu verstehen • komplexe Sachverhalte der Modellbildung zu identifizieren und praktische Fragestellungen selbstständig zu beurteilen und Vorgehensweisen zu deren Bearbeitung zu identifizieren und anzuwenden • moderne, statistische Methoden zur Überprüfung von Modellen/Hypothesen zu implementieren und durchzuführen • aktuelle Fragestellungen einzuordnen und praktische Lösungen vorzuschlagen und zu implementieren • die Darstellung von Sachverhalten und Forschungsergebnissen entsprechend der Industriestandards zu präsentieren
<p>Häufigkeit des Angebots</p>	<p>Wintersemester</p>
<p>Anerkannte Module</p>	<p>siehe § 19 ABPO</p>
<p>Medienformen</p>	<p>Blackboard, Präsentationen, statistische Programme</p>
<p>Literatur</p>	<p>jeweils die neueste Auflage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bley Müller, J., Gehlert, G., Gülicher, H.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, Vahlen Verlag • Duller, Christine: Einführung in die Statistik mit Excel und SPSS, Physica Verlag • Hartung, J., Elpert, B.: Multivariate Statistik, Oldenbourg Verlag. • Kuß, A., Eisend, M.: Marktforschung, Gabler Verlag • Sesink, Werner: Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten, jeweils aktuelle Auflage, Oldenbourg Verlag • Stiefl, Jürgen: Wirtschaftsstatistik, Oldenbourg Verlag

Modul 232 I Bi-Anwendungen

Modulbezeichnung	Business-Intelligence-Anwendungen
Code	232I
Studiengang/Verwendbarkeit	<p>Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.)</p> <p>Der Wissenserwerb bei gleichzeitigen Transferleistungen auf betriebswirtschaftliche Beispiele aus der Praxis ist von grundlegender Bedeutung. Daher kann das Modul auch in anderen Master-Studiengängen mit dem Schwerpunkt Information Management/Wirtschaftsinformatik verwendet werden.</p>
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Knoll / Prof. Dr. Rebstock
Dozent(in)	Prof. Dr. Knoll / Prof. Dr. Rebstock
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer mündlichen Prüfung (50 Prozent) und veranstaltungsbegleitend zusätzlichen alternativen Prüfungsleistungen (i.d.R. Fallstudien, auch als Gruppenleistung, 50 Prozent)
Sprache	deutsch
Inhalt	<p>Die Darstellung und Vermittlung der Zusammenhänge erfolgt praxisorientiert an mehreren unterschiedlichen Beispielen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen und betriebswirtschaftlicher Hintergrund von Business-Intelligence-Anwendungen ▪ (Technische und fachliche) Architektur von BI-Systemen ▪ Entwicklung von multidimensionalen Datenmodellen aus betriebswirtschaftlicher Sicht ▪ Praktische Übungen zu analytischen Methoden für BI-Anwendungen (OLAP, Data-Mining)

Modul 232 I Bi-Anwendungen

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entwicklung von Systemen für das Reporting (z.B. MIS/EIS) ▪ Datenqualität – Bedeutung und Messung
Niveaustufe / Level	Specialized level course (Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
Lehrform/SWS	Seminaristische Vorlesung mit Übungsanteilen und Fallstudien (4 SWS, 32)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), davon 40 Stunden Aufwand für die Vermittlung außerfachlicher Kompetenzen
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	Modul 222I (Methoden der Systementwicklung) Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Information Management auf Bachelorniveau
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden dieses Moduls kennen und Verstehen die im Themenkomplex Business Intelligence (BI) relevanten Begriffe, Konzepte, Methoden und Verfahren. Sie wissen, wie in einschlägigen Projekten unter Beachtung fachlicher und weiterer betriebswirtschaftlicher Restriktionen BI-Lösungen geplant, konzipiert und realisiert werden. Insbesondere wissen sie, dass BI-Lösungen aufgrund ihres interdisziplinären Charakters besondere Anforderungen an die Formulierung fachlicher Konzepte, die Datenqualität und eine Schritt-für-Schritt-Implementierung stellen. Sie besitzen vertiefte Kenntnisse über multidimensionale Datenmodelle und deren fachliche Entwicklung und können dieses Wissen in konkreten Fragestellungen gemeinsam mit den Projektpartnern diskutieren. Sie sind in der Lage, das auf einer BI-Lösung aufbauende Reporting in der Entwicklung zu begleiten und die dem Anwendungsfall angemessenen Werkzeuge (MIS, Data Mining) ziel- und kostenorientiert einzusetzen.

Modul 232 I Bi-Anwendungen

Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	Präsentationen, Kontrollfragen, Wiki, Foren, Fallstudien/Übungsaufgaben und ergänzende Literaturhinweise, überwiegend in englischer Sprache
Literatur	jeweils die neueste Auflage <ul style="list-style-type: none"> ● Bauer, A./Günzel, H. (Hrsg.), Data Warehouse Systeme, Heidelberg ● Chamoni, P./Gluchowski, P.: Analytische Informationssysteme, Berlin/Heidelberg ● Laudon, K.C./Ladon, J.P., Management Information Systems, Upper Saddle River

Modul 232 L Logistikcontrolling

Modulbezeichnung	Logistikcontrolling
Code	232 L
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.) Verwendbar in Wirtschaftsinformatik und Informatik
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Wiese
Dozent(in)	NN
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer Klausur
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen, Aufgaben und Ziele des Logistikcontrollings • Strategisches und operatives Logistikcontrolling • Aufbau und Logistikkostenrechnung • Aufbau einer Logistikleistungsrechnung • Kennzahlensysteme in der Logistik
Niveaustufe / Level	Specialized level course (Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
Lehrform/SWS	Seminaristische Vorlesung mit Fallstudien und Übungen 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), im wesentlichen Vermittlung von Fachkompetenz
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Logistik auf Bachelorniveau

Modul 232 L Logistikcontrolling

<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p>Die Studierenden werden in die Lage versetzt, die Aufgaben des internen Rechnungswesens, insbesondere der Kosten- und Leistungsrechnung im Zusammenhang mit Fragestellungen der Logistik zu verstehen und zu erklären. Sie machen sich mit den unterschiedlichen Controlling- sowie Kennzahlensystemen vertraut und können diese auf einzelne Fragestellungen anwenden.</p>
<p>Häufigkeit des Angebots</p>	<p>Wintersemester</p>
<p>Anerkannte Module</p>	<p>siehe § 19 ABPO</p>
<p>Medienformen</p>	<p>(Folien-)Präsentation, Fallbeispiele, Übungen, vorlesungsbegleitende Unterlagen</p>
<p>Literatur</p>	<p>jeweils neueste Auflage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Czenskowsky, Piontek; Logistikcontrolling, Marktorientiertes Controlling der Logistik und der Supply Chain, Betriebswirte-Verlag • Piontek: Bausteine des Logistikmanagements: Supply Chain Management. E-Logistics. Logistikcontrolling, NWB • Jürgen (Hrsg.) : Praxis des Logistik-Controlling Schäffer-Poeschel Verlag • Weber, Jürgen : Logistik-Controlling, Schäffer-Poeschel Verlag

Modul 232 M: Interkulturelle Marketingkommunikation

N	Interkulturelle Marketingkommunikation
Modulbezeichnung	
Code	232M
Studiengang/Verwendbarkeit	<p>Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.)</p> <p>Das Modul eignet sich in anderen Master-Studiengängen, die vertiefte Kenntnisse in der interkulturellen Marketingkommunikation verlangen, eingesetzt zu werden.</p>
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Röhrig
Dozent(in)	Prof. Dr. Röhrig
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer Klausur; alternative Prüfungsleistungen sind möglich.
Sprache	deutsch
Inhalt	<p>Marktkommunikation und Werbepsychologie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung der Marktkommunikation in der heutigen Zeit • Instrumente der Kommunikationspolitik • Meinungsführer, selektive Wahrnehmung, Werbeplanung • Werbewirkung und Beeinflussungsziele der Werbung • Positionierung durch Werbung • Neue Wege werblicher Kommunikation (z.B. Cross-Media-Werbung) <p>Interkulturelle Massenkommunikation und interkulturelle persönliche Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kultur, Kulturdimensionen, kulturelle Grundelemente • Wirkungszusammenhänge zwischen Kultur, Konsumentenverhalten und Marketingkommunikation • Standardisierung versus Differenzierung als zentrales Entscheidungsproblem • Interkulturelle Massenkommunikation • Der Prozess der Gestaltung interkultureller

Modul 232 M: Interkulturelle Marketingkommunikation

	Werbung <ul style="list-style-type: none"> • Interkulturelle persönliche Kommunikation
Niveaustufe / Level	Specialized level course (Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
Lehrform/SWS	Vorlesung, seminaristische Lehrveranstaltung, Gruppenarbeit mit Fallstudien, Selbststudium 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), im wesentlichen Vermittlung von Fachkompetenz
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	Modul 211 (International Marketing Management) Grundlagen- und Vertiefungsmodule in BWL, insbesondere Marketing auf Bachelorniveau
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden haben Kenntnis der wesentlichen Aspekte sowie der Probleme der interkulturellen Marketingkommunikation und sind in der Lage, fundierte Entscheidungen auf diesem Gebiet zu treffen.
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	Präsentationen, Kontrollfragen, Fallstudien, interkulturelle Werbespots und -anzeigen sowie interkulturelle Webseiten von Unternehmen
Literatur	jeweils neueste Auflage <ul style="list-style-type: none"> • Keegan, W./Green, M.: Global Marketing, Upper Saddle River • Kloss, I.: Werbung. Handbuch für Studium und Praxis, München • Kroeber-Riel, W./Esch, F.-R.: Strategie und Technik der Werbung: Verhaltenswissenschaftliche Ansätze, Stuttgart

Modul 232 M: Interkulturelle Marketingkommunikation

	<ul style="list-style-type: none">• Müller, S./Gelbrich, K.: Interkulturelles Marketing, München• Thieme, W.: Interkulturelle Kommunikation und Internationales Marketing, Frankfurt/M. u. a.• Trompenaars, F./Wooliams, P.: Marketing Across Cultures, Chichester• Usunier, J.-C./Lee, J.: Marketing Across Cultures, Harlow
--	--

Modul 232 W Wertorientierte Unternehmensführung

Modulbezeichnung	Wertorientierte Unternehmensführung
Code	232 W
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.) Wirtschaftsinformatik, Energiewirtschaft, Wirtschaftsingenieur
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kiermeier
Dozent(in)	Prof. Dr. Kiermeier
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer Klausur und Präsentation
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Konzepte wertorientierter Unternehmensführung, Ebenen des strategischen, operativ langfristigen und kurzfristigen Finanzcontrolling • Value Controlling (EVA-Konzept, Balanced Scorecards) • Kapitalmarkttheoretische Grundlagen, Capital Asset Pricing Modell, Arbitrage Pricing Theorie, Theorie der optimalen Kapitalstruktur und deren empirische Relevanz • Quantitative Verfahren zur Schätzung der Modelle • Quantitative Unternehmensbewertung mithilfe der Kapitalmarkttheorien (Entity-, Equity-, Option Pricing Modell-Ansatz) • Spezielle Aspekte der Finanzierung international tätiger Unternehmen (Konzerne) • Management von Wechselkursrisiken und Instrumente zu deren Absicherung • Exportfinanzierung, Bankgarantien und Ausfuhrversicherungen • Wertorientierte Vergütungssysteme
Niveaustufe / Level	Specialized level course (Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
Lehrform/SWS	Vorlesung, Übung und seminaristischer Unterricht / 4 SWS

Modul 232 W Wertorientierte Unternehmensführung

Arbeitsaufwand/ Gesamtworload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), 80% Vermittlung von Fachkompetenz, 20% Erwerb von Soft Skills
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	Modul 212 (International Finance) Modul 231 (Economic Research Methods) Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Financial Management auf Bachelorniveau
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • grundlegende Theorien zu verstehen und damit verbundene Fragestellungen anhand von Beispielen zu lösen • theoretische Grundlagen auf praktische Probleme zu deren Lösung zu übertragen • Instrumente des Risikomanagements aufzulisten und ihre Einsatzmöglichkeiten kritisch zu diskutieren • komplexe Sachverhalte des Risikomanagements zu verstehen und praktische Fragestellungen selbstständig zu beurteilen und Vorgehensweisen zu deren Bearbeitung zu identifizieren. • die Methodologie der wertorientierten Unternehmensführung zu definieren und ihre Anwendbarkeit auf praktische Fragestellungen zu beurteilen. • die Methodologie der wertorientieren Unternehmensführung zur Verwirklichung der Unternehmensziele zu implementieren und durchzuführen • die Darstellung von Sachverhalten und Forschungsergebnissen entsprechend der Industriestandards zu präsentieren
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	Blackboard, Präsentationen, Statistische Programme
Literatur	<p>jeweils die neueste Auflage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Büschgen, Hans E.: Internationales

Modul 232 W Wertorientierte Unternehmensführung

	<p>Finanzmanagement, Fritz Knapp Verlag,</p> <ul style="list-style-type: none">• Coenenberg/Salfeld: Wertorientierte Unternehmensführung, Schäffer/Poeschel, Stuttgart 2003.• Lutter/Scheffler/Schneider: Handbuch der Konzernfinanzierung, Verlag Otto Schmidt, Köln• Pape, U.: Wertorientierte Unternehmensführung und Controlling, Verlag Wissenschaft und Praxis, Berlin, jeweils neueste Auflage.• Schierenbeck/Lister: Value Controlling, Schierenbeck, Oldenbourg, jeweils neueste Auflage.• Shapiro, Alan C.: Multinational Financial Management, Wiley• Stern/Shiely/Ross: Wertorientierte Unternehmensführung mit Economic Value Added EVA, Strategie, Umsetzung, Praxisbeispiele, München 2001
--	--

Modul 233 | E-Anwendungen

Modulbezeichnung	E-Anwendungen
Code	233I
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.) verwendbar in Wirtschaftsinformatik, Informatik, Energiewirtschaft, Media System Design und Informationswirtschaft
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Rebstock
Dozent(in)	Prof. Dr. Rebstock (Prof. Dr. Knoll, NN)
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Fallstudien, Hausarbeiten mit Präsentationen
Sprache	Deutsch, Lehrmaterialien teilweise in Englisch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und betriebswirtschaftlicher Hintergrund der elektronischen Geschäftsabwicklung • E-Anwendungen und Unternehmensstrategie • E-Anwendungen im Vertrieb: E-Commerce • E-Anwendungen in der Beschaffung: E-Procurement • Elektronische Märkte • Portalanwendungen • Intraorganisationale E-Anwendungen • Einführung und Bewertung von E-Anwendungen
Niveaustufe / Level	Specialized level course (Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
Lehrform/SWS	Seminar mit Fallstudien 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 166 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), im wesentlichen Vermittlung von Fachkompetenz durch Einsatz entsprechender didaktischer Methoden (z.B. Lerngruppen); Vermittlung von Sozial- und Methodenkompetenz
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Information Management sowie betriebswirtschaftlicher Grundlagen auf Bachelorniveau

Modul 233 | E-Anwendungen

<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p>Die Studierenden haben ein vertieftes Verständnis der Grundlagen von E-Anwendungen und können deren Einbettung in betriebswirtschaftliche Fragestellungen und deren Rolle für Geschäftsstrategien analysieren und beurteilen. Sie kennen und verstehen die Aufgabenstellungen und den Funktionsumfang der verschiedenen Anwendungsgebiete elektronischer Geschäftsabwicklung inter- und intraorganisational und können diese kritisch bewerten. Sie haben ein vertieftes praktisches Verständnis durch Übungen mit ausgewählten Anwendungen und können ihre Erfahrungen auf andere Systeme übertragen. Sie kennen die Methoden der Einführung und der Bewertung von E-Anwendungen und können diese auf konkrete betriebliche Situationen anwenden.</p>
<p>Häufigkeit des Angebots</p>	<p>Wintersemester</p>
<p>Anerkannte Module</p>	<p>siehe § 19 ABPO</p>
<p>Medienformen</p>	<p>Präsenzunterricht; Online-Materialien</p>
<p>Literatur</p>	<p>jeweils die neueste Auflage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chaffey, Dave: E-business and e-commerce management. Strategy, implementation and practice. Harlow. • Großmann, Martina; Koschek, Holger: Unternehmensportale. Grundlagen, Architekturen, Technologien. Berlin. • Kollmann, Tobias: E-Business. Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Net Economy. Wiesbaden. • Meier, Andreas; Stormer, Henrik: eBusiness & eCommerce. Management der digitalen Wertschöpfungskette. Berlin. • Stoll, Patrick: E-Procurement. Grundlagen, Standards und Situation am Markt. Wiesbaden.

Modul 233 L IT-Systeme in der Logistik und E-Logistik

Modulbezeichnung	IT-Systeme in der Logistik und E-Logistik
Code	233 L
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaft (M.Sc.)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Rebstock
Dozent(in)	NN
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer Klausur
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Informationsflüsse in Logistikketten • Anwendungssysteme in Logistik und Supply Chain Management; inner- und überbetriebliche Planungs-, Optimierungs- und Dispositionssysteme • Verzahnung logistischer Informationen mit weiteren betrieblichen IT-Aufgaben (Produktion, Marketing, Rechnungswesen) • GPS- und RFID-gestütztes Transportmanagement • Tracking und Tracing in der Distributionslogistik und bei Logistikdienstleistern • Elektronisches Bestandsmanagement
Niveaustufe / Level	Specialized level course (Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
Lehrform/SWS	Seminaristische Vorlesung mit Fallstudien und Übungen 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), im wesentlichen Vermittlung von Fachkompetenz
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine

Modul 233 L IT-Systeme in der Logistik und E-Logistik

Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Logistik auf Bachelorniveau
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden haben ein vertieftes Verständnis der Grundlagen von Logistik- und Supply-Chain-Anwendungen und können deren Einbettung in betriebswirtschaftliche Fragestellungen und deren Rolle für Geschäftsstrategien analysieren und beurteilen. Sie kennen und verstehen die Aufgabenstellungen und den Funktionsumfang der verschiedenen Anwendungsgebiete von IT-Systemen in der Logistik inter- und intraorganisational und können diese kritisch bewerten. Sie haben ein vertieftes praktisches Verständnis durch Übungen mit ausgewählten Anwendungen und können ihre Erfahrungen auf andere Systeme übertragen. Sie kennen die Methoden der Einführung und der Bewertung von E-Logistik und können diese auf konkrete betriebliche Situationen anwenden.
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	(Folien-)Präsentation, Fallbeispiele, Übungen, vorlesungsbegleitende Unterlagen
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Chopra/ Meindl (2004): Supply Chain Management - Strategy, Planing, and Operations. Pearson Education • Schulte, Christof (2009): Logistik. • Straube, Frank (2004): e-Logistik. Ganzheitliches Logistikmanagement. Springer • Pfohl, Hans-Christian (2010): Logistiksysteme - betriebswirtschaftliche Grundlagen. Springer • Stadtler, Hartmut/ Kilger, Ch. (2207): Supply Chain Management and Advanced Planning: Concepts, Models, Software, and Case Studies. Springer

Modul 233 M One-to-One Marketing

Modulbezeichnung	One-to-One Marketing
Code	233 M
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.) verwendbar in Betriebswirtschaftslehre (MBA), Global Business Management (MBA), Wirtschaftsingenieurwesen (M.Sc.)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Matthias Neu
Dozent(in)	Prof. Dr. Matthias Neu
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer Klausur
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung und System des klassischen und des modernen Direktmarketings • Marktsegmentierung und Adress-Management (Eigen- und Fremdadressen) • Database-Marketing • Instrumente des Direktmarketings • Verankerung des Direktmarketings im Marketinginstrumentarium • Planung, Kontrolle und Effizienz von Direktmarketingaktionen
Niveaustufe / Level	Specialized level course (Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
Lehrform/SWS	Seminaristische Vorlesung mit Übungen 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), im wesentlichen Vermittlung von Fachkompetenz
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine

Modul 233 M One-to-One Marketing

Empfohlene Voraussetzungen	Modul 211 (International Marketing Management) Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Marketing auf Bachelorniveau
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden kennen die Grundlagen des Direkt- und Dialogmarketings und sind in der Lage, diese praxisbezogen anzuwenden.
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	Vorlesung, dialogisches Referat, Videos, Case Studies
Literatur	jeweils die neueste Auflage <ul style="list-style-type: none"> • Hesse, J. / Neu, M. /Theuner, G.: Marketing, 2. Aufl. Berlin 2007 • Löffler, H., Scherfke, A., Praxishandbuch Direktmarketing, Berlin 2000 • Krafft, M./Hesse, J./Knappik, K./ Kay, P./Rinas, D. (Hrsg.): Internationales Direktmarketing, Wiesbaden 2005 • Kreutzer, Ralf, T.: Praxisorientiertes Dialogmarketing, Wiesbaden 2009

Modul 233 W Unternehmensbewertung

Modulbezeichnung	Unternehmensbewertung
Code	233 W
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.) Dieses Modul kann in allen Studiengängen, die wirtschaftsprüfungsrelevantes oder –nahes Fachwissen vermitteln (z.B. § 8 a WPO), verwendet werden
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Almeling
Dozent(in)	Prof. Dr. Almeling
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer Klausur
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Anlässe, Ziele und Aufgaben der Unternehmensbewertung • Grundprinzipien der Unternehmensbewertung • Ertragswertverfahren • Discounted Cashflow-Verfahren • Kapitalrentabilitätsanalysen • Probleme der Unternehmensbewertung • Anwendungsbeispiele
Niveaustufe / Level	Specialized level course (Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
Lehrform/SWS	Vorlesung mit integrierten Übungsteilen und Fallstudien 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), im wesentlichen Vermittlung von Fachkompetenz
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Externes Rechnungswesen, Investition und Finanzierung, Wirtschaftsmathematik auf Bachelorniveau

Modul 233 W Unternehmensbewertung

<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p>Die Studierenden kennen die Anlässe, Ziele und Aufgaben der Unternehmensbewertung. Sie erkennen in konkreten Fällen die besonderen Problematiken bei der Durchführung von Unternehmensbewertungen und können diese lösen. Die Studierenden sind in der Lage, unterschiedliche Verfahren der Unternehmensbewertung anzuwenden.</p>
<p>Häufigkeit des Angebots</p>	<p>Wintersemester</p>
<p>Anerkannte Module</p>	<p>siehe § 19 ABPO</p>
<p>Medienformen</p>	<p>Präsentationen, vorlesungsbegleitende Unterlagen, Übungen und Fallstudien</p>
<p>Literatur</p>	<p>jeweils die neueste Auflage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brealey, Richard A.; Myers, Stewart C.: Principles of Corporate Finance • Drukarczyk, Jochen: Unternehmensbewertung • Copeland, Tom; Koller, Tim; Murrin, Jack: Valuation Measuring and Managing the Value of Companies • Henselmann, Klaus; Kniest, Wolfgang: Unternehmensbewertung: Praxisfälle mit Lösungen • Mandl, Gerwald; Rabel, Klaus: Unternehmensbewertung. Eine praxisorientierte Einführung • Hommel, Michael; Braun, Inga: Unternehmensbewertung <i>case by case</i> • Hommel, Michael; Braun, Inga: Fallbuch Unternehmensbewertung • IDW (Hrsg.): IDW Standard: Grundsätze zur Durchführung von Unternehmensbewertungen (IDW S 1 i.d.F. 2008)

Modul 234 I: Datenbanken

Modulbezeichnung	Datenbanken
Code	234I
Studiengang/Verwendbarkeit	<p>Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.)</p> <p>Der Wissenserwerb bei gleichzeitigen Transferleistungen auf betriebswirtschaftliche Beispiele aus der Praxis ist von grundlegender Bedeutung. Daher kann das Modul auch in anderen Master-Studiengängen mit dem Schwerpunkt Information Management/Wirtschaftsinformatik verwendet werden.</p>
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Knoll (Prof. Dr. Rebstock)
Dozent(in)	Prof. Dr. Knoll
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer mündlichen Prüfung (50 Prozent) und veranstaltungsbegleitend zusätzlichen alternativen Prüfungsleistungen (i.d.R. Fallstudien, auch als Gruppenleistung, 50 Prozent)
Sprache	deutsch
Inhalt	<p>Die Darstellung und Vermittlung der Zusammenhänge erfolgt ausgeprägt praxisorientiert und durch praktische Übungen an mehreren unterschiedlichen Beispielen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Technische und fachliche Grundlagen von Datenbanken, Datenbank-Architekturen ● relationale, objektrelationale und objektorientierte Datenbankmodelle ● externe, konzeptionelle/konzeptuelle und interne Datenbankschemata ● Performance- und Tuning-Fragen ● Datenqualität

Modul 234 I: Datenbanken

	<ul style="list-style-type: none"> ● Abfragen/Berichte (Reports/Queries) ● Beispiele aus der Praxis: Fallstudien; Übungen, z.B. mit MySQL, DB/2 oder Oracle
Niveaustufe / Level	Specialized level course (Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
Lehrform/SWS	Seminaristische Vorlesung mit hohen Übungsanteilen und zahlreichen Fallstudien 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), davon 40 Stunden Aufwand für die Vermittlung außerfachlicher Kompetenzen
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Wirtschaftsinformatik auf Bachelorniveau
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden dieses Moduls kennen und verstehen die Einsatzbereiche und Vorteile von Datenbanken und die hohe Bedeutung des Themas Datenqualität im betrieblichen Alltag bei der Unterstützung von Geschäftsprozessen. Sie wissen, welche Datenbankmodelle es gibt und wann welches Modell idealer Weise eingesetzt wird. Sie kennen den fachlichen und technischen Aufbau von Datenbanksystemen und können bei Entscheidungen zur Einführung solcher Systeme aus fachlicher und technischer Sicht in führender Rolle mitwirken. Sie sind in der Lage, projektbezogene fachliche Anforderungen an das Datenbankmodell zu erkennen, mit den Anspruchsgruppen zu diskutieren und im Rahmen von Fachkonzepten zu dokumentieren. Sie wissen, wie Abfragen funktionieren und können selbst Berichte erstellen beziehungsweise Berichtsersteller aus fachlicher Sicht beraten.
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester

Modul 234 I: Datenbanken

Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	Präsentationen, Kontrollfragen, Wiki, Foren, Fallstudien/Übungsaufgaben und ergänzende Literaturhinweise, überwiegend in englischer Sprache
Literatur	<p>jeweils die neueste Auflage</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Alan Beaulieu: Einführung in SQL, O'Reilly-Verlag ▪ Geisler, Frank: Datenbanken – Grundlagen und Design, mitp-Verlag ▪ Gennick, Jonathan: SQL – kurz und gut, O'Reilly-Verlag ▪ Kemper, Alfons: Datenbanksysteme, Oldenbourg-Verlag

Modul 234 L: Planung und Steuerung von Logistik-Systemen

Modulbezeichnung	Planung und Steuerung von Logistik-Systemen
Code	234L
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaft (M.Sc.) Verwendbar in Wirtschaftsinformatik und Informatik
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Wiese
Dozent(in)	NN
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer Klausur
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben, Ziele und Phasen der Logistikplanung • Logistikstrategien in Unternehmen • Aufbau- und Ablauforganisation von Logistiksystemen • Prozessmanagement • Supply Chain Management • Planung der Logistiktiefe • Auswahl und Einsatz von Logistikdienstleistern • Leistungsmessung in der Logistik • Qualitätsmanagement in der Logistik
Niveaustufe / Level	Specialized level course (Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
Lehrform/SWS	Seminaristische Vorlesung mit Fallstudien und Übungen, Praxisvorträge 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), im wesentlichen Vermittlung von Fachkompetenz
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Logistik auf Bachelorniveau

Modul 234 L: Planung und Steuerung von Logistik-Systemen

<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p>Der Studierende erlangt ein umfangreiches Verständnis über Einflussfaktoren und Problemstellungen im Management von Logistiksystemen. Die Veranstaltung vertieft die theoretischen Kenntnisse der Studierenden, indem sie zur Lösung logistischer Planungs-, Steuerungs- und Kontrollaufgaben (unter Beachtung des Zusammenwirkens mit weiteren betrieblichen Funktionen) angeleitet werden.</p>
<p>Häufigkeit des Angebots</p>	<p>Wintersemester</p>
<p>Anerkannte Module</p>	<p>siehe § 19 ABPO</p>
<p>Medienformen</p>	<p>(Folien-)Präsentation, Fallbeispiele, Übungen, vorlesungsbegleitende Unterlagen</p>
<p>Literatur</p>	<p>jeweils neueste Auflage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pfohl, Logistiksysteme: Betriebswirtschaftliche Grundlagen, Springer • Isermann, Logistik. Gestaltung von Logistiksystemen, Verlag moderne Industrie <p>weitere Literaturhinweise werden in der Lehrveranstaltung gegeben</p>

Modul 234 M: Marketing Simulation

Modulbezeichnung	Marketing Simulation
Code	234M
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.) The module can be used in different study courses to teach marketing.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Schellhase (Prof. Dr. Dannenberg)
Dozent(in)	Prof. Dr. Schellhase (Prof. Dr. Dannenberg)
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	<p>Grade will be based on three aspects:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing Plan: students have to write a marketing plan which will be evaluated • Performance of the firm in the simulation game: Performance will be assessed in terms of the increase in profitability, the increase in market share, the success of new product launches, and • Evidence of a coherent strategy – Teams will defend their strategy in the last class. The entire class will evaluate their strategy and execution for success.
Sprache	English
Inhalt	The objective of the course is to introduce students to the craft of “doing” strategy.
Niveaustufe / Level	Specialized level course (Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
Lehrform/SWS	Lectures, Group work on a marketing simulation, in-class and online 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), im wesentlichen Vermittlung von Fachkompetenz
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine

Modul 234 M: Marketing Simulation

Empfohlene Voraussetzungen	keine
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>By the end of this course students should be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • summarize and reinforce key marketing concepts • develop a marketing strategy • communicate this marketing strategy through a written marketing plan • implement strategy at the tactical level • manage the allocation of resources across a portfolio of products in a variety of markets • understand the synergies of the variables of a typical marketing mix • work in a cooperative fashion with members of a management team • manage critical relationships
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Anerkannte Module	keine
Medienformen	"Markstrat 3 - The Strategic Marketing Simulation" or "Marketplace 6, Advanced Strategic Marketing Simulation" or comparable marketing simulations
Literatur	<p>jeweils neueste Auflage</p> <p>Basic Reading (obligatory)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Larreche, J.P./Gatignon, H., MARKSTRAT3: The Strategic Marketing Simulation with Student Software, South-Western College Pub • Larreche, Markstrat: Online Student Handbook (Paperback), stratx <p>Further Reading</p> <ul style="list-style-type: none"> • Philip Kotler, Marketing Management, Prentice Hall • Dannenberg, M./Wildschütz, F./Merkel, S., Handbuch Werbeplanung, Stuttgart • Dannenberg, M./Barthel, S., Effiziente Marktforschung, Verlag Moderne Industrie

Modul 234 W: Jahres- und Konzernabschlussanalyse

Modulbezeichnung	Jahres- und Konzernabschlussanalyse
Code	234W
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.) Dieses Modul kann in allen Studiengängen, die rechnungslegungs- bzw. wirtschaftsprüfungsrelevantes oder -nahes Fachwissen vermitteln (z.B. § 8 a WPO), verwendet werden
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Manz (NN)
Dozent(in)	NN (Prof. Dr. Manz)
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer Klausur
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Anlässe, Ziele und Aufgaben der Abschlussanalyse • Aufbereitung des Datenmaterials • Kennzahlen und Kennzahlensysteme • Quantitative Methoden der Bilanzanalyse • Analyse von Jahresabschlüssen • Analyse von Konzernabschlüssen • Anwendungs- und Praxisbeispiele
Niveaustufe / Level	Specialized level course (Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
Lehrform/SWS	Vorlesung; Übungen; seminaristischer Unterricht mit Praxis- und Fallbeispielen 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), davon ca. 10 Stunden für außerfachlichen Kompetenzen
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Internem und externem Rechnungswesen auf Bachelorniveau

Modul 234 W: Jahres- und Konzernabschlussanalyse

<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p>Die Studierenden werden in die Lage versetzt, das umfassende Lehrgebiet „Jahresabschlussanalyse“ inhaltlich und methodisch zu verstehen sowie praktisch anzuwenden. Mit dem Aufbau und der Interpretation von Kennzahlensystemen werden sie ebenso vertraut gemacht, wie mit neueren Ansätzen zur Bilanzanalyse. Die Besonderheiten einer vergleichenden internationalen Jahresabschlussanalyse werden sie ebenso erlernen, wie die Auswirkungen der neueren Gesetzgebung.</p>
<p>Häufigkeit des Angebots</p>	<p>Wintersemester</p>
<p>Anerkannte Module</p>	<p>siehe § 19 ABPO</p>
<p>Medienformen</p>	<p>PowerPoint-Präsentationen, Overhead-Präsentationen, Tafelbilder, Praktikums- und Praxisseminaraufgaben</p>
<p>Literatur</p>	<p>jeweils die neueste Auflage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baetge, Jörg: Bilanzanalyse, Düsseldorf • Coenenberg, Adolf: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse • Dangel, Peter; Hofstetter, Ulrich; Otto, Patrick: Analyse von Jahresabschlüssen nach US-GAAP und IAS • Gräfer, Horst: Bilanzanalyse • Groll, Karl-Heinz: Das Kennzahlensystem zur Bilanzanalyse. Ergebniskennzahlen, Aktienkennzahlen, Risikokennzahlen • Küting, Karlheinz; Weber, Claus-Peter; Böcker, Corinna: Die Bilanzanalyse. Lehrbuch zur Beurteilung von Einzel- und Konzernabschlüssen <p>weitere Literaturhinweise werden in den Lehrveranstaltungen bekanntgegeben</p>

Modul 241: Master-Thesis-Modul

Modulbezeichnung	Master-Thesis-Modul
Code	241
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.) keine Verwendbarkeit in anderen Studiengängen
Modulverantwortliche(r)	Prinzipiell alle Lehrenden im Master-Studiengang
Dozent(in)	Prinzipiell alle Lehrenden im Master-Studiengang
Dauer	1 Semester
Credits	30 CP
Prüfungsart	Individualisierte Projekt-Berichte als Prüfungsleistung Abschluss-Arbeit als Prüfungsleistung
Sprache	Deutsch / English
Inhalt	<p>Die Projektfragestellung orientiert sich an betrieblichen Problemen, die einen bestimmten Komplexitätsgrad aufweisen und vorzugsweise auch internationale Dimensionen enthalten.</p> <p>Geht es beim Master Project eher um fachliche Verbreiterung und um das Beherrschen der Schnittstellen zu Nachbardisziplinen, so ist in der Master Thesis die Fähigkeit unter Beweis zu stellen, einen Themenbereich (vorzugsweise aus dem Projektzusammenhang) vertieft mit den einschlägigen Methoden des Fachs zu analysieren und weiterzuentwickeln. Das mehr generalistisch angelegte Projekt wird auf diese Weise organisch ergänzt um eine dem Projektzusammenhang entnommene Spezialuntersuchung.</p>
Niveaustufe / Level	Specialized level course (Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
Lehrform/SWS	Angeleitete Projektarbeit, je nach Umfang und Komplexität auch in Gruppen Eigenständige, durch Beratung unterstützte individuelle Verfassung der Abschlussarbeit
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	Gesamtarbeitsaufwand ca. 720 Stunden
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	siehe § 12 Abs. 7 Nr.2 BBPO

Modul 241: Master-Thesis-Modul

Empfohlene Voraussetzungen	keine
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Die Studierenden sollen zeigen, dass sie mit dem erlernten Fach- und Methodenwissen aus den ersten drei Semestern in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Praxisprojekt eigenständig</p> <ul style="list-style-type: none"> • nach wissenschaftlichen Methoden selbständig zu analysieren, • Lösungsalternativen zu erarbeiten und zu bewerten sowie • ein Umsetzungskonzept samt Kosten und Erfolgsschätzung zu formulieren.
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Anerkannte Module	keine
Medienformen	Projektspezifisch
Literatur	Abhängig von den Projektfragestellungen bzw. dem Thema der Abschlussarbeit.