

## **Anlage 5**

### **Modulhandbuch des Studiengangs**

#### **Internationale Betriebswirtschaftslehre, berufsbegleitend Master**

des Fachbereichs Wirtschaft

der Hochschule Darmstadt – University of Applied Sciences

zuletzt geändert am 07.10.2014

Änderungen gültig ab 01.04.2015

711	International Business Ethics	4
712	International Project Management	6
713	Business Research Methods	9
714	Intercultural Communication and Negotiation	11
721 BM	B-to-B Marketing Management	14
722 BM	International Marketing Research	17
723 BM	Relationship Management	19
721 MC	Strategic Management	21
722 MC	Corporate Governance	24
723 MC	Human Resources Management	27
721 PL	Materialfluss, Lagerlogistik und Arbeitsorganisation	30
722 PL	Transport- und Distributionslogistik	32
723 PL	Advances in Operations Research	34
724	Elective 1	36
731 BM	Innovation Management	38
732 BM	Sales Management	41

733 BM	International Business-Marketing and Sales Management	44
731 MC	Value Based Management	46
732 MC	Managerial Accounting	49
733 MC	International Group and Subsidiary Controlling	52
731 PL	Logistikcontrolling	55
732 PL	IT-Systeme in der Logistik und E-Logistik	57
733 PL	Planung und Steuerung von Logistik-Systemen	59
734	Advanced Business Simulation	61
741	Elective 2	64
742	Elective 3	66
743	Elective 4	68
744	Exkursion/Summer School	70
751	Master-Thesis-Modul	72

Modul 711 International Business Ethics

Modulbezeichnung	International Business Ethics
Code	711
Studiengang/Verwendbarkeit	Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ralf Schellhase
Dozent(in)	NN
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung: Final Exam Prüfungsvorleistung: Assignment (20%), Case Study (20%)
Sprache	Englisch
Inhalt	<p>This course integrates concepts, activities, and techniques related to Corporate Social Responsibility and Business Ethics in an international context.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Global Business Ethics: Concepts and Perspectives from various socio-cultural traditions</li> <li>• Ethics and Multinational Corporations</li> <li>• Doing Business in Less Developed Nations: Some Norms and Guidelines</li> <li>• The Stakeholder Theory of Corporations and its Ethical Underpinnings</li> <li>• Development of Global Codes of Ethics</li> <li>• The strategic context of CSR</li> <li>• The implementation of CSR into strategy</li> </ul>
Niveaustufe / Level	Advanced level course
Lehrform/SWS	Lecture/seminar / 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 contact hours, 116 hours student preparation/self-study
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	None
Empfohlene Voraussetzungen	None

Modul 711 International Business Ethics

<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p>Having followed this course, students should</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• develop an understanding of basic concepts and perspectives of ethics from different socio-cultural traditions and their imperatives for global business</li> <li>• appreciate the fact that ambiguity and conflicts are part of global business</li> <li>• be sensitive to different ethical perspectives and develop specific as well as universal guidelines for business operations</li> <li>• be familiar with the concept of Corporate Social Responsibility and know how to apply it to develop a consistent business strategy</li> <li>• know how to integrate various laws and provisions and ethical standards with normal economic endeavours for long term growth and sustainability.</li> </ul>
<p>Häufigkeit des Angebots</p>	<p>every semester</p>
<p>Anerkannte Module</p>	<p>none</p>
<p>Medienformen</p>	<p>Textbook, PowerPoint presentations, video and audio materials, internet, case studies</p>
<p>Literatur</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crane, A., Matten, D.: Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization, 3rd. ed., 2010</li> <li>• Werther, W.B., Chandler, D.: Strategic Corporate Social Responsibility: Stakeholders in a Global Environment, 2006</li> <li>• Norman E Bowie (Ed.), The Blackwell Guide to Business Ethics, Malden, MA: Blackwell Publishers, 2002.</li> <li>• Plus a compilation of selected papers, articles from Magazines/Newspapers and cases</li> </ul>

Modul 712 International Project Management

Modulbezeichnung	International Project Management
Code	712
Studiengang/Verwendbarkeit	International Business Administration (Master of Science) Master of Business Administration (MBA)
Modulverantwortliche(r)	Thomas Walenta, PMI Frankfurt Chapter e.V.
Dozent(in)	Thomas Walenta
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Multiple Choice Exam, in style of PMP/CAPM certification exam by PMI ( <a href="http://www.pmi.org">www.pmi.org</a> )
Sprache	Englisch
Inhalt	<p>This course focuses on advanced knowledge of Project Management in an international business environment:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Knowledge, tools, methods and context of project management as it is described in PMI's standard PMBoK Guide (Project Management Body of Knowledge).</li> <li>• Introduction to project management organizations, standards, processes and profession in an international context</li> <li>• Framework for global project management (project life cycles, programs, portfolios, matrix organization, stakeholders etc)</li> <li>• Scope Management (WBS, Time Management (network diagrams, duration estimates, schedule development)</li> <li>• Cost Management (resource planning, cost estimates, cost budgeting, earned value)</li> <li>• Quality Management (Quality assurance and control)</li> <li>• Human Resource Management (Team development)</li> <li>• Communication Management (EVM, reporting)</li> <li>• Risk Management (risk identification, analysis, response planning and monitoring)</li> <li>• International Contracts, Procurement Management</li> <li>• Global Project Integration (all knowledge areas) and Professional Responsibility (Ethic standard)</li> </ul>

Modul 712 International Project Management

Niveaustufe / Level	Advanced level course
Lehrform/SWS	Group and Individual Learning, Lectures, Exercises / 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 contact hours, 116 hours student preparation/self-study (including 15 hours social/human skills)
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	none
Empfohlene Voraussetzungen	none
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Having followed this course, students should</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• have knowledge about the PMI PMBoK Guide framework</li> <li>• be able to explain and discuss the 9 knowledge areas scope, time, cost, quality, risk, human resources, communication, procurement and integration</li> <li>• have knowledge about the project management ethical standard established by PMI and know how to implement it in international business</li> <li>• have the capability to sit at a PMI style exam, understand how questions are setup and how to handle the exam situation</li> <li>• have the competency to explain and utilize project management context and major processes in international project management</li> <li>• be able to develop an project management plan for an international project</li> </ul>
Häufigkeit des Angebots	every semester
Anerkannte Module	none
Medienformen	Presentation, discussion, exercises, test exam
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK), 4th edition, PMI 2008</li> <li>• Harold Kerzner: Project Management, 8th edition, Wiley (oder deutsche Übersetzung)</li> </ul>

## Modul 712 International Project Management

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Eric Verzuh: The Fast Forward MBA in Project Management, Wiley 1999</li><li>• The Project Manager Competency Development Framework, PMI 2002</li><li>• Rita Mulhany: PMP Prep Exam Book, 5th edition, RMC Publications 2005</li></ul>
--	---

Modul 713 Business Research Methods

Modulbezeichnung	Business Research Methods
Code	713
Studiengang/Verwendbarkeit	Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.) MBA
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Schellhase
Dozent(in)	Prof. Dr. Schellhase, Prof. Dr. Thümmel
Dauer	1
Credits	6
Prüfungsart	Prüfungsleistung: Final Exam Prüfungsvorleistung: Assignment (20%), Case Study (20%)
Sprache	Englisch
Inhalt	<p>This module covers the essentials of business research for managers in an international business environment. It includes coverage of the increasing role of knowledge management in international companies as well as how to conduct information-gathering activities more effectively in a rapidly changing business environment.</p> <p>Covered Topics are:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- The importance of International Business Research in a changing environment</li> <li>- Ethics in international Business Research</li> <li>- Fundamentals of international Research Design:             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Data Collection Approaches</li> <li>- Measurement and Scaling</li> <li>- Questionnaire Design</li> <li>- Sampling Approaches and Considerations</li> <li>- Understanding and Presenting Data</li> <li>- Basic Data Analysis Methods</li> <li>- Reporting and Presenting Research</li> </ul> </li> <li>- Characteristics of international secondary research</li> </ul>

Modul 713 Business Research Methods

Niveaustufe / Level	Master level / <u>Advanced level course</u>
Lehrform/SWS	Lecture/seminar / 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	180 hours
Units (Einheiten)	-
Notwendige Voraussetzungen	none
Empfohlene Voraussetzungen	none
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Having followed this course, students should be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• discuss and explain the importance of knowledge and data in international business</li> <li>• identify challenges of international business research based on intercultural differences</li> <li>• explain the problems and evaluate the general reliability of secondary data from less developed nations</li> <li>• do applied international economic research on their own and develop an appropriate research design</li> <li>• choose and assess a research subject</li> <li>• formulate research questions and assumptions</li> <li>• choose and apply suitable economic models</li> <li>• collect and analyze data in order to confirm or reject the assumptions</li> <li>• present research findings for an international audience</li> </ul>
Häufigkeit des Angebots	every semester
Anerkannte Module	-
Medienformen	Textbook, PowerPoint presentations, video and audio materials, internet, case studies
Literatur	Zikmund, W.B., Babin, B.J.: Business Research Methods, 8th ed., 2009

Modul 714 Intercultural Communication and Negotiation

Modulbezeichnung	Intercultural Communication and Negotiation
Code	714
Studiengang/Verwendbarkeit	Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ralf Schellhase
Dozent(in)	Fr. Dr. Chainani-Barta (Univ. Mumbai)
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung: Oral Exam Prüfungsvorleistung: Class Participation, Presentation, Group Discussion
Sprache	English
Inhalt	<p>The module aims at developing intercultural communication and negotiation skills. Discussions on work-related topics and case studies highlighting the barriers and gaps in intercultural communication and negotiation are incorporated with a view to creating cultural sensitivity and exploring the potential of cultural differences and interaction. Training films and experiential exercises serve to create an awareness of culture-specific communication styles and behaviour. In addition, the course prepares participants for pitfalls in business deals and cross-cultural dialogue. It examines the actions to take, and skills for tackling sensitive issues in negotiating business deals. Participants practise strategies and tools for conducting effective negotiations. They experiment with various individual approaches and styles to reach a win-win situation when negotiating a business deal.</p> <p>The module focuses on the following key points:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Work-related and business issues (Punctuality, mode of activity, leader-subordinate relationship) in international business</li> <li>• Culture-specific communication styles and behaviour (Hofstede, Hall)</li> <li>• Harvard Concept of Principled Negotiation</li> <li>• Insights for doing business in a global environment</li> </ul>

Modul 714 Intercultural Communication and Negotiation

Niveaustufe / Level	Master / Intermediate level course:
Lehrform/SWS	Group discussions, presentations, class activity and experiential exercises, team work
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 contact hours, 116 hours student preparation/self-study
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	none
Empfohlene Voraussetzungen	none
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Having followed this course, students should be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• know and explain Intercultural Communication Theories (Hofstede, Hall, GLOBE), negotiation and conflict resolution strategies (Models of Marshall Rosenberg, Harvard Negotiation and Conflict Resolution Concept.)</li> <li>• know and use the toolkit for successfully meeting the challenges of doing business in a global environment</li> <li>• negotiate to get a win-win situation, use conflict potential for building trust and relationship, exploit cultural differences for synergic effects and optimal productivity</li> <li>• have developed Intercultural Communication Skills and Conflict Resolution and Negotiating Skills</li> <li>• use and interpret verbal and nonverbal messages effectively, listen and respond thoughtfully to others, appropriately adapt messages in stressful conversations in an intercultural environment.</li> </ul>
Häufigkeit des Angebots	every semester
Anerkannte Module	none
Medienformen	Interactive lecture, multi media tools, cases, seminar paper, textbook
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ralf G. Nichols; Leonard A. Stevens: Harvard Business Review on Effective Communication</li> <li>• Harvard Business School Publishing: Harvard</li> </ul>

## Modul 714 Intercultural Communication and Negotiation

	<p>Business Review on Negotiation and Conflict Resolution</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Luthans, Do: International Management. Culture, Strategy and Behavior, McGraw Hill, International Edition, 7<sup>th</sup> edition, 2009.</li><li>• Stone, Paton, Heen: Difficult Conversations, Penguin Book, London, New York 2000</li><li>• Fischer, Ury: Getting to Yes, Random House, London 1999.</li></ul>
--	--

Modul 721 BM B-to-B Marketing Management

Modulbezeichnung	B-to-B Marketing Management
Code	721 BM
Studiengang/Verwendbarkeit	Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.) The Module can also be relevant for any other degree programme, where students need specialized knowledge in B-to-B Marketing Management.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Schellhase
Dozent(in)	Prof. Dr. Schellhase
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung: Final Exam Prüfungsvorleistung: Assignment (20%), Case Study (20%)
Sprache	Englisch
Inhalt	<p>This course focuses on specialized knowledge of B-to-B Marketing Management in an international business environment:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dimensions and nature of international Industrial Marketing,</li> <li>• Industrial Marketing vs. Consumer Marketing</li> <li>• Types of Industrial Markets, Classifying Industrial Products</li> <li>• Economics of Industrial demand and Resellers structures in international markets</li> <li>• The global Industrial Marketing Environment</li> <li>• Nature of international Industrial buying: Organisational buying Activity, Buying models and buying centre concept, Inter Personal Dynamics of Industrial Buying Behavior, Roles of Buying centre</li> <li>• Global Market Segmentation: Choosing Target Segments, Positioning, Differentiated and Un-Differentiated Markets, Concentrated and Niche Markets, Positioning Strategies, Difference between Industrial Market Research and Consumer Market Research</li> <li>• International Product Planning: Developing Product Strategy, Analyzing Industrial Product Life Cycle, Developing Strategies for new and existing products</li> <li>• International Business Service Marketing: Special Challenges</li> <li>• Formulating the international Channel Strategy:</li> </ul>

Modul 721 BM B-to-B Marketing Management

	<p>Industrial Distributors, Geographical Distribution, choice of the right Distributors, Participation of other Channel Members in Industrial Distribution- Channel Logistics- Relationship of Logistics &amp; Physical Distribution, Total Cost approach</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• International Pricing Strategies: Price Determinants, Factors that Influence the Pricing Strategies, concept of learning curves</li> <li>• International Promotional Strategies: Advertising in Industrial Markets, Message Formulation, policies, media ,budgetary support, evaluation of advertising- sales Promotion- Use of Sales Promotion in Industrial Markets, trade shows and exhibitions</li> <li>• B 2 B Forms of E-Commerce</li> <li>• Managing the Industrial Sales Force in an intercultural environment: Organizing and controlling the international industrial sales force activity, planning for the sales force Deployment, Personal Selling: Selecting and Recruitment of Industrial sales person, sales training, motivating, compensation, measuring the effectiveness of sales force.</li> </ul>
Niveaustufe / Level	Master / Specialized level course
Lehrform/SWS	Lecture/Seminar 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	Principles of Marketing
Empfohlene Voraussetzungen	Principles of Marketing
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Having followed this course, students should be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• describe the nature of international business markets and the related concepts and theories involved in business activities among business organizations</li> <li>• recognize the similarities and differences between consumer markets and business markets with a focus on intercultural aspects</li> </ul>

Modul 721 BM B-to-B Marketing Management

	<ul style="list-style-type: none"> <li>familiarize the business organization buying behavior with particular emphasis on the globalization of modern business and related ethical issues and consideration of corporate social responsibility</li> <li>understand the various marketing concepts involved in organizational buying</li> <li>analyze business situations in international business in the context of buyer-seller relationships.</li> <li>apply concepts and theories to business marketing situations and take appropriate decisions using a strategic marketing perspective</li> </ul>
Häufigkeit des Angebots	annually
Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	A variety of methods will be used to accomplish the course objectives including instructor's lectures, in class group discussions & assignments, case studies, videos & films.
Literatur	<p>jeweils neueste Auflage:</p> <p>Hutt; Speh: Business Marketing Management</p> <p>James C. Anderson, James A. Narus, Das Narayandas Business Market Management: Understanding, Creating, and Delivering Value, Prentice Hall International</p>

Modul 722 BM International Marketing Research

Modulbezeichnung	International Marketing Research
Code	722 BM
Studiengang/Verwendbarkeit	Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.) The Module can also be relevant for any other degree programme, where students need specialized knowledge in International Marketing Research
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Schellhase
Dozent(in)	n.n.
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung: Final Exam Prüfungsvorleistung: Assignment (20%), Case Study (20%)
Sprache	Englisch
Inhalt	<p>This course focuses on specialized knowledge of Marketing Research in an international business environment:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• A general framework for International Marketing Research</li> <li>• The role of International Marketing Research in the strategy finding process</li> <li>• Gathering information in an intercultural environment</li> <li>• The International Marketing Research process</li> <li>• Primary and secondary research</li> <li>• Quantitative and qualitative Methods and their usability in International Marketing Research</li> <li>• Relevance of the Internet for International Marketing Research</li> <li>• Characteristics of Marketing Research in selected cultural areas</li> </ul>
Niveaustufe / Level	Master / Specialized level course
Lehrform/SWS	Lecture/Seminar 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), im wesentlichen Vermittlung von Fachkompetenz
Units (Einheiten)	n/a

Modul 722 BM International Marketing Research

Notwendige Voraussetzungen	none
Empfohlene Voraussetzungen	Business Research Methods
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Having followed this course, students should be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• describe and explain the international marketing research process and the importance of marketing research in international marketing</li> <li>• differentiate between market research and marketing research and explain both concepts</li> <li>• describe and explain the most important quantitative and qualitative methods of marketing research</li> <li>• identify challenges of international marketing research based on intercultural differences</li> <li>• explain the problems of gathering primary and secondary data in foreign countries</li> <li>• do applied international marketing research on their own and develop an appropriate research design</li> <li>• present research findings for an international audience</li> <li>• evaluate marketing research findings</li> </ul>
Häufigkeit des Angebots	annually
Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	A variety of methods will be used to accomplish the course objectives including instructor's lectures, in class group discussions & assignments, case studies, videos & films.
Literatur	<p>jeweils neueste Auflage:</p> <p>Zikmund; Babin: Marketing Research</p> <p>Craig; Douglas: International Marketing Research</p>

## Modul 723 BM Relationship Marketing

Modulbezeichnung	Relationship Marketing
Code	723 BM
Studiengang/Verwendbarkeit	<p>Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.)</p> <p>The Module can also be relevant for any other degree programme, where students need specialized knowledge in Relationship Marketing.</p>
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Schellhase
Dozent(in)	n.n.
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	<p>Prüfungsleistung: Final Exam</p> <p>Prüfungsvorleistung: Assignment (20%), Case Study (20%)</p>
Sprache	Englisch
Inhalt	<p>This course focuses on specialized knowledge of Relationship Marketing in an international business environment:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Culture, intercultural differences and relationships</li> <li>• Introduction to international Relationship Management</li> <li>• Strategic Relationship Management</li> <li>• Buying Behaviour and Decision Making</li> <li>• Customer Expectations, Satisfaction and Loyalty</li> <li>• Building lasting Relationships through Customer Service</li> <li>• The importance of Quality, Control and Monitoring</li> <li>• Direct Marketing and Personal Selling</li> </ul>
Niveaustufe / Level	Master / Specialized level course
Lehrform/SWS	Lecture/Seminar 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung), im wesentlichen Vermittlung von Fachkompetenz

Modul 723 BM Relationship Marketing

Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	Principles of Marketing
Empfohlene Voraussetzungen	Principles of Marketing
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>In this module students will learn how marketing strategies are aimed at delivering quality, securing repeat business and generating customer loyalty and how these elements form the foundations for successful relationship marketing with a focus on international business-to-business markets.</p> <p>Students will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• know and explain the concept of culture and intercultural differences for the building of relationships and the development of relationship strategies</li> <li>• identify market forces and customer expectations in international markets</li> <li>• discuss the various models of buyer behavior</li> <li>• understand the importance of quality in exceeding customer expectations</li> <li>• explain the various elements of successful customer services</li> <li>• develop appropriate business marketing strategies for specific cultural areas</li> </ul>
Häufigkeit des Angebots	annually
Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	A variety of methods will be used to accomplish the course objectives including instructor's lectures, in class group discussions & assignments, case studies, videos & films.
Literatur	<p>Egan, John: Relationship Marketing, Pearson 2011</p> <p>Hollensen, Svend: Marketing Management - A Relationship Approach, Pearson 2010</p>

Modul 721 MC Strategic Management

Modulbezeichnung	Strategic Management
Code	721 MC
Studiengang/Verwendbarkeit	Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.) The Module can also be relevant for any other degree programme, where students need specialized knowledge in Strategic Management
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Anke Kopsch
Dozent(in)	n.a.
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung: usually Final Exam
Sprache	German or English
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conceptual an historical development of the Strategic Management</li> <li>• Theoretical perspectives and empirical research empirische</li> <li>• Strategic process: Strategic planning, strategic analysis, development and implementation of strategies, evaluation of strategies. Strategic control</li> <li>• Strategic Management on business level</li> <li>• Strategic Management on corporate level</li> </ul>
Niveaustufe / Level	Master / Specialized level course
Lehrform/SWS	Lecture/Seminar 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworload	64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung) mit ca. 15 Stunden für außerfachliche Kompetenzen
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	see § 5 Abs.2 BBPO
Empfohlene Voraussetzungen	

Modul 721 MC Strategic Management

<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p>The students are entitled to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Explain the development path of the strategic management in the historic context.</li> <li>• Explain the concept of strategic management. Also evaluate the applicability of the concept in case studies in the international context.</li> <li>• Put strategic management in a theoretical perspective and empirical science. The student will be able to explain structure and apply a critical review.</li> <li>• Present and review the different phases of the strategic management concept.</li> <li>• Use tools and methodologies of strategic goals, strategic analysis and planning tools. Also to use instruments to evaluate the strategy process including implementation and controlling. The student will be able to structure, present, review and apply these tools in case studies.</li> <li>• Evaluate the main differences between the business and corporate level and to use the tools in an appropriate way.</li> <li>• Evaluate the main differences between national and international management. The student will be able to determine and explain in case studies the main challenges of international management.</li> <li>• Use and apply instruments and methodologies in an international business environment.</li> </ul>
<p>Häufigkeit des Angebots</p>	<p>Annually</p>
<p>Anerkannte Module</p>	<p>See § 19 ABPO</p>
<p>Medienformen</p>	<p>A variety of methods will be used to accomplish the course objectives including instructor's lectures, in class group discussions &amp; assignments, case studies, videos &amp; films.</p>
<p>Literatur</p>	<p>Latest edition:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welge, M.K.; Al-Laham, A.: Strategisches Management, Grundlagen – Prozeß – Implementierung, Wiesbaden</li> <li>• Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen, Ziele – Prozesse – Verfahren, Wiesbaden</li> <li>• Hungenberg, H.; Meffert, J.: Handbuch Strategisches Management, Wiesbaden</li> </ul>

## Modul 721 MC Strategic Management

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Zentes, J.; Morschett, D.; Schramm-Klein, H.: Strategic International Management, Text and Cases, Wiesbaden</li><li>• Bea, F.X.; Haas, J.: Strategisches Management, Stuttgart</li><li>• Müller-Stewens, G.; Lechner, C.: Strategisches Management: Wie strategische Initiative zum Wandel führt; Stuttgart</li><li>• Kutschker, M.; Schmid, S.: Internationales Management, München</li><li>• Zentes, J.; Swoboda, B: Fallstudien zum Internationalem Management, Wiesbaden</li></ul>
--	--

Modul 722 MC Corporate Governance

Modulbezeichnung	Corporate Governance
Code	722 MC
Studiengang/Verwendbarkeit	Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Anke Kopsch
Dozent(in)	n.a.
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung: Final Exam
Sprache	German or English
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meaning of Corporate Governance</li> <li>• Divergence indicators</li> <li>• Influence potential of different interest groups</li> <li>• Theory and historical context</li> <li>• Functionality, control elements end levels</li> <li>• Principals and Systems</li> <li>• Corporate Governance in the international context</li> </ul>
Niveaustufe / Level	Master / Specialized level course
Lehrform/SWS	Lecture/Seminar 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung) mit ca. 15 Stunden für außerfachliche Kompetenzen
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	See § 5 Abs.2 BBPO
Empfohlene Voraussetzungen	

<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p>The students are entitled to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluate basic aspects of corporate governance.</li> <li>• Determine the impact of different cultures for the development of corporate governance.</li> <li>• Evaluate the usage and implication of corporate governance in a critical context.</li> <li>• Identify different interest groups and verify its particular interests.</li> <li>• Explain interest divergence as a determination of corporate governances.</li> <li>• To evaluate, structure and explain the fundamental theory of corporate governance.</li> <li>• Put the historical development in a historical context and to evaluate the different stages of the course of time.</li> <li>• Explain, functions, control systems and -levels.</li> <li>• Compare, evaluate and present the legal structure and corporate governance in various countries.</li> </ul>
<p>Häufigkeit des Angebots</p>	<p>Annually</p>
<p>Anerkannte Module</p>	<p>See § 19 ABPO</p>
<p>Medienformen</p>	<p>A variety of methods will be used to accomplish the course objectives including instructor's lectures, in class group discussions &amp; assignments, case studies, videos &amp; films.</p>
<p>Literatur</p>	<p>Latest edition:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Schewe, G.: Unternehmensverfassung, Corporate Governance im Spannungsfeld von Leitung, Kontrolle und Interessensvertretung, Berlin</li> <li>• Müller-Stewens, G.; Brauer, M.: Corporate Strategy &amp; Governance: Wege zur nachhaltigen Wertsteigerung im diversifizierten Unternehmen, Stuttgart</li> <li>• Salmon, W.J.; Lorsch, J.W.: Harvard Business Review on Corporate Governance</li> <li>• Hommelhoff, P.; Hopt, K.J.; Von Werder, A.: Handbuch Corporate Governance: Leitung und Überwachung börsennotierter Unternehmen in der Rechts- und Wirtschaftspraxis, Stuttgart</li> <li>• Zeitschrift für Corporate Governance - ZCG, Berlin</li> <li>• Tricker, B.: Corporate Governance: Principles, Policies and Practices, Oxford</li> </ul>

## Modul 722 MC Corporate Governance

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Von Werder, A.: Führungsorganisation: Grundlagen der Corporate Governance, Spitzen- und Leitungsorganisation , Wiesbaden</li><li>• Mallin: C.: Corporate Governance von Christine Mallin, Oxford</li><li>• Macharzina; Wolf: Unternehmensführung, Wiesbaden</li></ul>
--	---

Modul 723 MC Human Resources Management

Modulbezeichnung	Human Resources Management
Code	723 MC
Studiengang/Verwendbarkeit	Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Werner Stork
Dozent(in)	n.a.
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung: Final Exam Prüfungsvorleistung: Case Study (40%)
Sprache	English
Inhalt	<p>This course focuses and deepens the following topics:</p> <p>Principles, Basic Concepts and Approaches in International Human Resource Management</p> <p>Interdependencies and Relationships between Strategy, Organization and Human Resource Management</p> <p>Actors and Stake Holders in HR Management; External and Internal Conditions (Contexts)</p> <p>Current Trends and Developments in international Human Resource Management, including Forms of International Strategies</p> <p>Leadership, Human Resources Development, Human Resources Marketing and Recruitment, Personnel Controlling, Compensation Systems, Personnel Evaluation, Personal Care &amp; Health Services</p> <p>The influence of Human Characteristics, certain patterns of Social Behavior, Communication and Culture on the Management and Business Success</p> <p>Character-Based Leadership and Relationship-Oriented Management; Intercultural Aspects of HRM</p> <p>Ethical, Social and Environmental Aspects of Corporate Governance</p>

Modul 723 MC Human Resources Management

Niveaustufe / Level	Master / Specialized level course
Lehrform/SWS	Lecture/Seminar/Case Studies 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	siehe § 5 Abs.2 BBPO
Empfohlene Voraussetzungen	/
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Having followed this course, students should be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• identify the challenges, objectives and framework (context) of international human resource management</li> <li>• understand the relationships between the strategies of firms and the appropriate HRM</li> <li>• explain the specifics of HR issues (human resources development, human resources marketing and recruitment, personnel controlling, compensation systems, personnel evaluation, personal care &amp; health services) in an international context</li> <li>• identify, explain and evaluate aspects of international human resource management</li> <li>• present tools and methods of international human resource planning and selection</li> <li>• explain and evaluate possibilities for the design of international workforce planning</li> <li>• present and compare possibilities of organizational coordination of personnel departments</li> <li>• present different ways of payment and forms to</li> </ul>

Modul 723 MC Human Resources Management

	<p>release staff</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>processing of new challenges such as the demographic change and develop possible solutions</li> </ul>
Häufigkeit des Angebots	Annually
Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	A variety of methods will be used to accomplish the course objectives including instructor´s lectures, in class group discussions & assignments, case studies, video & films, role play.
Literatur	<p>Peter J. Dowling, Denice E. Welch, Allen D. Engle: International Human Ressource Management</p> <p>Dennis Briscoe, Randall Schuler, Ibraiz Tarique: International Human Resource Management: Policies and Practices for Multinational Enterprises</p> <p>Robin Kramar, Jawad Syed: Human Resource Management in a Global Context: A Critical Approach</p>

Modul 721 PL Materialfluss, Lagerlogistik und Arbeitsorganisation

Modulbezeichnung	Materialfluss, Lagerlogistik und Arbeitsorganisation
Code	721 PL
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: Klausur
Sprache	Deutsch oder Englisch
Inhalt	<p>Materialfluss:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufgaben und Ziele von Materialflusssystemen</li> <li>• Systematik der Kommissioniersysteme, der Sortier- und Verteilsysteme</li> <li>• Auswahlkriterien und Systemvergleiche von Kommissioniersysteme, Sortier- und Verteilsystemen</li> <li>• Planung von Materialflusssystemen</li> </ul> <p>Lagerlogistik:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestaltung von Lagersystemen und Warenumschatz</li> <li>• Cross-Docking</li> <li>• Warehouse-Management-Systeme</li> </ul> <p>Arbeitsorganisation:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planung, Gestaltung und Optimierung von Arbeitssystemen in Theorie und Praxis</li> <li>• Grundlagen der Arbeitsorganisation und Arbeitssystemgestaltung in Produktion und Logistik</li> </ul>
Niveaustufe / Level	Master / Specialized level course
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 721 PL Materialfluss, Lagerlogistik und Arbeitsorganisation

Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagenmodul 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	jährlich
Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	(Folien-)Präsentation, Übungen, vorlesungsbegleitende Unterlagen
Literatur	jeweils neueste Auflage <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fischer, Dittrich: Materialfluss und Logistik, Springer</li> <li>• Dickmann: Schlanker Materialfluss: mit Lean Production, Kanban und Innovationen, Springer</li> <li>• Arnold: Materialfluss in Logistiksystemen, Springer</li> </ul> weitere Literaturhinweise werden in der Lehrveranstaltung gegeben

Modul 722PL: Transport- und Distributionslogistik

Modulbezeichnung	Transport- und Distributionslogistik
Code	722 PL
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaft (M.Sc.) Verwendbar in Wirtschaftsinformatik
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Rebstock
Dozent(in)	NN
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung: Klausur Prüfungsvorleistung: Hausarbeit/Fallstudie (40%)
Sprache	Deutsch oder Englisch
Inhalt	<p>Transportlogistik / Verkehrssysteme</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Transportsysteme</li> <li>• Transportnetzstruktur</li> <li>• Versorgungs-, Belieferungsstrukturen (Kanban, JIT)</li> <li>• Verkehrsträger</li> <li>• intermodaler, multimodaler Verkehr, kombinierter Verkehr</li> </ul> <p>Distributionslogistik</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzeption einer Distributionsstruktur</li> <li>• Transportplanung</li> <li>• Nachschub- und Versorgungskonzepte</li> <li>• Retourenmanagement</li> <li>• Distributionscontrolling</li> <li>• Optimierung von Distributionsstrukturen</li> </ul> <p>Internationale Logistiksysteme</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Besonderheiten der internationalen Logistik</li> <li>• Gestaltung internationaler Logistiksysteme</li> <li>• Finanzwirtschaftliche Aspekte der internationalen Logistik</li> </ul>
Niveaustufe / Level	Master / Specialized level course
Lehrform/SWS	Seminaristische Vorlesung mit Übungen / 4 SWS

Modul 722PL: Transport- und Distributionslogistik

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	Grundlagenmodul 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. Die Studierenden sind in der Lage internationale Logistiksysteme zu analysieren und zu bewerten.
Häufigkeit des Angebots	jährlich
Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	(Folien-)Präsentation, Fallbeispiele, Übungen, vorlesungsbegleitende Unterlagen
Literatur	jeweils neueste Auflage <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pfohl, Hans-Christian: Logistiksysteme</li> <li>• Göpfert, Ingrid; Braun, David (hrsg.): Internationale Logistik</li> <li>• Martin: Transport- und Lagerlogistik: Planung, Struktur, Steuerung und Kosten von Systemen der Intralogistik, Vieweg-Teubner</li> <li>• Schulte, Christof: Logistik.</li> </ul> weitere Literaturhinweise werden in der Lehrveranstaltung gegeben

Modul 723 PL Advances in Operations Research

Modulbezeichnung	Advances in Operations Research
Code	723 PL
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: Klausur
Sprache	Deutsch oder Englisch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transportoptimierung</li> <li>• Maschinenbelegungsplanung</li> <li>• Design-Optimierung, Tourenplanung</li> <li>• Graphen- und Netzwerkmodelle</li> <li>• Projekt- und Reihenfolgeplanung</li> <li>• (klassischen) Methoden der Netzplantechnik (CPM, MPM) -</li> <li>• Termin- und Ressourcenplanung</li> <li>• Optimierung zeitdiskreter dynamischer Prozesse</li> </ul>
Niveaustufe / Level	Specialized level course
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	Grundlagenmodul in Operations Research auf Bachelorniveau

Modul 723 PL 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>jährlich</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"> <li>• Günther: Management logistischer Netzwerke. Entscheidungsunterstützung, Informationssysteme und OR-Tools: Entscheidungsunterstützung, Informationssysteme Und OR-Tool, Physica-Verlag</li> </ul> <p>weitere Literaturhinweise werden in der Lehrveranstaltung gegeben</p>

Modul 724: Elective 1

Modulbezeichnung	Elective 1
Code	724
Studiengang/Verwendbarkeit	Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ralf Schellhase
Dozent(in)	n.a.
Dauer	4 SWS
Credits <sup>1</sup>	6 CP
Prüfungsart	Referat und/oder Referat plus Fachgespräch; Klausur und/oder Klausur und Fachgespräch Wird zu Beginn der jeweiligen Veranstaltung bekanntgegeben
Sprache	Deutsch, Englisch sonstige Fremdsprache
Inhalt	<p>Als Wahlpflichtmodule können beispielsweise belegt werden (jeweils auf Master-Level):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Module aus dem sozial- und kulturwissenschaftlichen Begleitstudium (SuK)</li> <li>- weitere Sprachen entsprechend des Angebots des Sprachenzentrums oder in bereits gewählten Sprachen vertiefende Module</li> <li>- Vertiefungsveranstaltungen des Master-Studiengangs BWL (Dieburg)</li> <li>- spezielle Angebote des Fachbereichs Wirtschaft (Exkursionen)</li> <li>- Summer Schools (Koordination: Referat Internationalisierung, Auslandsbeauftragter des fbw)</li> <li>- ausgewählte Veranstaltungen der übrigen Fachbereiche auf Master Niveau</li> </ul> <p>Der jeweils aktuelle Wahlpflichtkatalog ist auf der Website des Fachbereichs Wirtschaft einsehbar.</p>
Niveaustufe / Level	Master / Advanced oder specialized level
Lehrform/SWS	verschieden

Modul 724: Elective 1

Arbeitsaufwand/ Gesamtworload	Gesamtarbeitsaufwand ca. 180 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	Betriebswirtschaftliche Grundlagenmodule
Empfohlene Voraussetzungen	Betriebswirtschaftliche Grundlagenmodule
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Die fachübergreifenden Kompetenzen sollen zur fachkundigen und kritischen Auseinandersetzung mit den eigenen beruflichen Aufgaben und dem eigenen Berufsfeld und Fachgebiet im gesamtgesellschaftlichen Kontext zu zukunftsorientiertem und verantwortungsbewusstem Handeln im demokratischen und sozialen Rechtsstaat sowie zu interdisziplinärer Kooperation und interkultureller Kommunikation befähigen. Die fachübergreifenden Kompetenzen schließen Kompetenzen mit Berufsfeld (Schlüsselkompetenzen) als auch solche ohne unmittelbaren Berufsbezug (Studium Generale) sowie Fremdsprachen ein.</p> <p>Methodenkompetenz, Strukturierungs- und Orientierungswissen aus verschiedenen Disziplinen zur Bewältigung der künftigen beruflichen und gesellschaftlichen Anforderungen im Berufsfeld Betriebswirtschaftslehre werden vermittelt und trainiert. Aneignung von vertiefendem Wissen in ausgewählten Feldern oder Sprachen.</p>
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Anerkannte Module	
Medienformen	Verschieden
Literatur	Die relevante Literatur wird in der jeweiligen Veranstaltung bekanntgegeben.

## Modul 731 BM Innovation Management

Modulbezeichnung	Innovation Management
Code	731 BM
Studiengang/Verwendbarkeit	Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.) The Module can also be relevant for any other degree programme, where students need specialized knowledge in Innovation Management.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Schellhase
Dozent(in)	n.n.
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung: Klausur Prüfungsvorleistung: Hausarbeit/Fallstudie (40%)
Sprache	Englisch
Inhalt	<p>This course will focus on the role of innovation in enabling firms to generate competitive advantage in an international business environment, and the types of problems faced by firms in their new product development. In particular the course will focus at the links which need to be made between R&amp;D and marketing in the development and design of new products and services in a global scale; at the links between innovation and business strategy, and at the role that accounting and financial management plays in supporting or obstructing innovation. The ways in which innovation develops and evolves over time will be discussed.</p> <p>Topics:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definition of innovation and sources of innovation</li> <li>• Technological change and technology waves</li> <li>• Theories of innovation development and adoption</li> <li>• Process innovation</li> <li>• The process of innovation: managing NPD</li> <li>• Customers and the innovation process</li> <li>• Global Organising for innovation</li> <li>• International Innovation strategy</li> <li>• Funding innovation</li> <li>• Innovation policy and national systems of innovation</li> </ul>

Modul 731 BM Innovation Management

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Social innovation</li> <li>• Culture, intercultural differences and innovation</li> </ul>
Niveaustufe / Level	Master / Specialized level course
Lehrform/SWS	Lecture/Seminar 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	Principles of marketing
Empfohlene Voraussetzungen	Principles of marketing
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Students will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• know and understand key concepts and principles concerning types, processes and models of innovation and the contribution of innovation to sustainable competitive advantage</li> <li>• describe activities and competencies involved in new product / service development</li> <li>• analyse the role of networks in sustaining innovation;</li> <li>• explain the importance of scanning and searching the organisational environment to identify signals about potential innovations</li> <li>• describe the importance of intercultural differences for the innovation process</li> <li>• recognise the steps involved in the implementation of the innovation within the organisation from the R&amp;D to the final launch;</li> <li>• to reflect and review the process to identify critical success factors in international innovation management;</li> <li>• analyse case studies about innovation management and to develop a global innovation strategy</li> </ul>
Häufigkeit des Angebots	annually

## Modul 731 BM Innovation Management

Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	A variety of methods will be used to accomplish the course objectives including instructor's lectures, in class group discussions & assignments, case studies, videos & films.
Literatur	David Smith, Exploring Innovation, McGraw Hill Melissa Schilling, Strategic Management of Technological Innovation, McGrawHill

Modul 732 BM Sales Management

Modulbezeichnung	Sales Management
Code	732 BM
Studiengang/Verwendbarkeit	Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.) The Module can also be relevant for any other degree programme, where students need specialized knowledge in Sales Management.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Schellhase
Dozent(in)	n.n.
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung: Final Exam Prüfungsvorleistung: Case Study (20%)
Sprache	Englisch
Inhalt	<p>The course is focused on professional, business-to-business (B2B) sales issues and sales management in a multinational and intercultural context. Students will be exposed to the responsibilities of sales managers and the strategic role of sales within the international organization. The course is designed to teach students how to formulate, implement, and evaluate an international sales program. The focus of the course is on the management of a sales program and salespeople, however personal selling will be introduced, and integrated into the syllabus.</p> <p>Topics:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Overview of global Sales Management</li> <li>• Overview of Personal Selling</li> <li>• Personal Selling Approaches</li> <li>• Strategic Role of Sales</li> <li>• Industrial Buying</li> <li>• Organization &amp; Structure</li> <li>• Sales Territories</li> <li>• Sales Forecasting</li> <li>• Recruiting &amp; Hiring</li> <li>• Sales Training</li> <li>• Leadership</li> <li>• Motivation and Reward</li> <li>• Evaluating the Organization</li> <li>• Cost Analysis</li> </ul>

Modul 732 BM Sales Management

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salesperson Performance Evaluation</li> </ul>
Niveaustufe / Level	Master / Specialized level course
Lehrform/SWS	Lecture/Seminar 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	Principles of Marketing
Empfohlene Voraussetzungen	Principles of Marketing
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>By the end of the course, students should be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• gain a solid understanding of professional B-to-B sales including its planning and staffing, structure, and evaluation</li> <li>• explain the relationship between sales and marketing</li> <li>• explain the strategic role of personal selling in different business strategies</li> <li>• develop sales forecasts using objective and subjective methods</li> <li>• design sales territories</li> <li>• explain the processes by which to hire, train, motivate and evaluate salespeople</li> <li>• to understand how to manage a professional B2B sales force from the perspectives of a sales manager (authority) and a marketing manager (influence)</li> <li>• understand and perform the sales process from prospecting to closing.</li> </ul>
Häufigkeit des Angebots	annually
Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	A variety of methods will be used to accomplish the course objectives including instructor's lectures, in class group discussions & assignments, case studies, videos & films.

## Modul 732 BM Sales Management

Literatur	Guenzi; Geiger: Sales Management: A Multinational Perspective  Ingram; La Forge; Avila: Sales Management: Analysis and Decision Making
-----------	--

## Modul 733 BM International Business Marketing and Sales Management

Modulbezeichnung	International Business Marketing and Sales Management
Code	733 BM
Studiengang/Verwendbarkeit	Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Schellhase
Dozent(in)	n.n.
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung: Case Studies, Presentation
Sprache	Englisch
Inhalt	Current topics in the field of International Business Marketing and Sales Management, Case Studies
Niveaustufe / Level	Master / Specialized level course
Lehrform/SWS	Seminaristische Lehrveranstaltungen, Selbststudium, Gruppenarbeit mit Fallstudien; 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 Stunden Präsenzstudium, 116 Stunden Selbststudium (Anfertigung von Hausarbeiten zu Fallstudien),
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	Principles of marketing
Empfohlene Voraussetzungen	Principles of marketing
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• know and are able to apply the basic methods of applied research and presenting</li> <li>• are able to identify relevant literature for their subject and to evaluate it accordingly</li> <li>• are able to analyze and develop a given problem with appropriate methods</li> <li>• are able to apply knowledge and methods acquired during their studies to a practical problem from everyday work life</li> <li>• are able to work out and evaluate alternative solutions and to present them in class</li> </ul>

## Modul 733 BM International Business Marketing and Sales Management

Häufigkeit des Angebots	annually
Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	A variety of methods will be used to accomplish the course objectives including in class group discussions & assignments, case studies, videos & films.
Literatur	Relevant literature and case studies will be handed out in class

Modul 731 MC Value Based Management

Modulbezeichnung	Value Based Management
Code	731 MC
Studiengang/Verwendbarkeit	Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.) The module is also used in the master program "Betriebswirtschaftslehre" in a similar way.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Hensberg
Dozent(in)	NN
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung: Final Exam
Sprache	English
Inhalt	This course focuses on: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Value Based Management in a global environment</li> <li>• Concepts of Value Based Management</li> <li>• Value Controlling (e.g. Economic Value Added, Balanced Scorecard)</li> <li>• Value-based compensation schemes</li> <li>• Basics of capital market theory (e.g. Capital Asset Pricing Model, Arbitrage Pricing Theory)</li> <li>• Business Valuation: Discounted Cash Flow Valuation (Entity Approach, Equity Approach)</li> <li>• Real Option Valuation</li> <li>• Further approaches to Business Valuation: (e.g. Ertragswertverfahren, Multiples Method)</li> <li>• Risk Controlling and Risk Management</li> <li>• Risk Measurement (e.g. Value-at-Risk, Earnings-at-Risk)</li> <li>• International Accounting Standards and Business Valuation</li> </ul>
Niveaustufe / Level	Master / Specialized level course
Lehrform/SWS	Lecture; Tutorial; Seminar with e.g. Presentation, Discussion, Case Studies, Team Working 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 hours attendance, 116 hours self-study (preparation for lectures, review of lectures, exam preparation) with approximately 15 hours of not subject related competences

Modul 731 MC Value Based Management

Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	see § 5 Abs.2 BBPO
Empfohlene Voraussetzungen	Non
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Students have the ability:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• to explain the methodology of Value Based Management for international enterprises and to evaluate its applicability to practical cases.</li> <li>• to specify instruments of Value Controlling, Risk Management and Risk Controlling and to discuss their application critically.</li> <li>• to apply instruments of Value Controlling, Risk Management and Risk Controlling to practical problems in the context of Value Based Management.</li> <li>• to analyze, structure and design value-based compensation schemes.</li> <li>• to understand basics of capital market theory and to solve subject related problems on the basis of examples.</li> <li>• to explain methods of business valuation, to identify similarities and differences of these methods and to review their practical applicability for special cases.</li> <li>• to carry out a business valuation for a case example and to evaluate the result critically.</li> <li>• to present the subject and related research results in accordance with international management reporting standards.</li> </ul>
Häufigkeit des Angebots	Annually
Anerkannte Module	see § 19 ABPO
Medienformen	PowerPoint Presentation, Overhead Presentation, Black-board Illustration, Seminar, Case Studies, Exercise
Literatur	<p>Each with current edition:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Büschgen, H.E.: Internationales Finanzmanagement, Frankfurt.</li> <li>• Coenenberg, A.G., Salfeld, R.: Wertorientierte Unternehmensführung, Stuttgart.</li> <li>• Crouhy, M., Galai, D., Mark, R.: The Essentials of Risk</li> </ul>

Modul 731 MC Value Based Management

	<p>Management, Mcgraw-Hill.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kruschwitz, L., Loeffler, A.: Discounted Cash Flow - A Theory of the Valuation of Firms, John Wiley &amp; Sons</li><li>• Pape, U.: Wertorientierte Unternehmensführung und Controlling, Berlin.</li><li>• Schierenbeck, H., Lister, M.: Value Controlling, Oldenbourg.</li><li>• Seppelfricke, P.: Handbuch Aktien- und Unternehmensbewertung, Stuttgart.</li><li>• Shapiro, A.C.: Multinational Financial Management, Wiley.</li><li>• Von Wunsch, M; Bach, S: Wertorientierte Steuerplanung und Unternehmensführung in der globalen Wirtschaft, Oldenbourg Verlag</li><li>• Weber, J., Bramsemann, U., Heineke, C., Hirsch, B.: Wertorientierte Unternehmenssteuerung- Konzepte - Implementierung – Praxisstatements.</li><li>• Young, S.D.: EVA and Value-Based Management, Mcgraw-Hill.</li></ul>
--	---

Modul 732 MC Managerial Accounting

Modulbezeichnung	Managerial Accounting
Code	732 MC
Studiengang/Verwendbarkeit	Internationale BWL (M.Sc.)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Claudia Hensberg
Dozent(in)	NN
Dauer	1
Credits	6
Prüfungsart	Final Exam
Sprache	Englisch or German
Inhalt	<p>The course covers approaches and methods of cost accounting with a focus on both establishing a sound background on costing mechanisms and its application principles in business. The participants are expected to participate in discussions and work assignments in order to enhance their understanding of the underlying logic and their ability to form and express an informed opinion on it.</p> <p>Managerial Accounting in a Dynamic Business Environment</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Managerial Accounting and Cost Concepts</li> <li>• Basic Cost Management Concepts and Accounting for Mass Customization Operations</li> <li>• Value Chain</li> <li>• Relevant Costs for Decision Making</li> <li>• Activity Analysis, Cost Behavior, and Cost Estimation</li> <li>• Cost-Volume-Profit Analysis</li> </ul> <p>Cost Management Concepts</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Variable Costing and Throughput Costing</li> <li>• Process Costing</li> <li>• Product Costing and Cost Accumulation in a Batch Production Environment</li> <li>• Hybrid Product-Costing Systems</li> <li>• Job-Order Costing</li> <li>• Activity-Based Costing</li> <li>• Target Costing and Cost Analysis for Pricing Decisions</li> <li>• Investment Centers and Transfer Pricing</li> <li>• Responsibility Accounting, Quality Control and Environmental Cost Management</li> </ul> <p>Budgeting and Performance Evaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Profit Planning, Activity-Based Budgeting, and e-</li> </ul>

Modul 732 MC Managerial Accounting

	<p>Budgeting</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Standard Costs and Operating Performance Measures</li> <li>• Flexible Budgets and Performance Analysis</li> <li>• Flexible Budgeting and the Management of Overhead and Support Activity Costs</li> <li>• Segment Reporting, Decentralization, and the Balanced Scorecard</li> <li>• Customer Profitability Analysis</li> <li>• Capital Budgeting Decisions</li> </ul>
Niveaustufe / Level	Master / Specialized level course
Lehrform / SWS	Lecture / seminar / 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	180 hours
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	See § 5 Abs. 2 BBPO
Empfohlene Voraussetzungen	none
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Having followed this course, students should</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• have developed of a set of knowledge on costing and pricing mechanisms</li> <li>• have the ability to recognize, evaluate and apply costing methods in an international business context</li> <li>• be able to participate in management level discussions of costing topics</li> <li>• have an understanding of the basic role, need concepts and issues in cost management and of various control measures applicable in a global business set up</li> <li>• have an appreciation for the application of the cost techniques for strategic decision making and the role of accounting in global business strategy</li> <li>• be able to understand the day to day functions of a finance manager in a global firm providing a variety of products/ services</li> <li>• know how to study financial and cost reports to assist data based decision making through information acquisition and management</li> <li>• appreciate the role of Risks including Political Risks and Risk Management techniques for profitable international operations</li> </ul>

Modul 732 MC Managerial Accounting

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• have a basic Understanding of the intercultural, behavioural and ethical aspects and the social responsibilities of finance management</li> </ul>
Häufigkeit des Angebots	annually
Anerkannte Module	-
Medienformen	Textbook, PowerPoint presentations, video materials, case studies
Literatur	<p>State of the art edition</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Atrill, P. / McLaney, E.: Management Accounting for Decision Makers, Financial Times Prentice Hall.</li> <li>- Bhimani, A., Horngren, C.T., Srikant M., Datar, S.M., Foster, G.: Management and Cost Accounting, Prentice Hall International.</li> <li>- Coenenberg, A.G., Fischer, T.M., Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart.</li> <li>- Hansen, D.R., Mowen, M.M., Heitger: Managerial Accounting, Cengage Learning Emea.</li> <li>- Hilton, R.W.: Managerial Accounting, Mcgraw-Hill Higher Education.</li> <li>- Joos-Sachse, T.: Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement, Wiesbaden.</li> <li>- Noreen, E., Brewer, P., Garrison, R.: Managerial Accounting for Managers, McGraw Hill Higher Education.</li> <li>- Stelling, J.N.: Kostenmanagement und Controlling, München.</li> <li>- Zell, M.: Kosten- und Performance Management, Wiesbaden.</li> </ul>

Modul 733 MC International Group and Subsidiary Controlling

Modulbezeichnung	International Group and Subsidiary Controlling
Code	733 MC
Studiengang/Verwendbarkeit	Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.) The module could also be used in the master program "Betriebswirtschaftslehre".
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Hensberg
Dozent(in)	NN
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung: Final Exam
Sprache	English
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Group, Subsidiary Company, Holding Company</li> <li>• International Controlling, differentiation between Group Controlling and Subsidiary Controlling</li> <li>• Planning and Control Systems in international groups, impact of exchange-rate-volatility on Planning and Control</li> <li>• Transfer Pricing</li> <li>• Acquisition Process (especially Acquisition Transaction), Due Diligence</li> <li>• Post-Merger-Integration, Balanced Scorecard during the integration of an acquired company, integration of Planning and Control Systems after acquisition</li> <li>• Effect of cultural differences on controlling</li> </ul>
Niveaustufe / Level	Master / Specialized level course
Lehrform/SWS	Lecture; Tutorial; Seminar with e.g. Presentation, Discussion, Case Studies, Team Working 4 SWS
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	64 hours attendance, 116 hours self-study (preparation for lectures, review of lectures, exam preparation) with approximately 15 hours of not subject related competences
Units (Einheiten)	n/a

Modul 733 MC International Group and Subsidiary Controlling

Notwendige Voraussetzungen	see § 5 Abs.2 BBPO
Empfohlene Voraussetzungen	Non
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Students have the ability:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• to execute controlling tasks in international groups.</li> <li>• to list controlling instruments with international focus, to evaluate their practical applicability critically and to assess their usability in practical cases.</li> <li>• to apply controlling instruments to problems in the area of international group controlling and subsidiary controlling.</li> <li>• to combine controlling instruments with instruments of financial management in order to cope with specialties of controlling in international groups.</li> <li>• to analyze complex issues of M&amp;A and to work on and evaluate practical tasks in the field of M&amp;A .</li> <li>• to classify issues of planning and control in international groups and to suggest and implement practical solutions.</li> <li>• to present the subject and related research results in accordance with international management reporting standards.</li> </ul>
Häufigkeit des Angebots	Annually
Anerkannte Module	see § 19 ABPO
Medienformen	PowerPoint Presentation, Overhead Presentation, Black-board Illustration, Seminar, Case Studies, Exercise
Literatur	<p>Each with current edition:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bomer, M.: Due Diligence – Definitive Steps to Successful Business Combinations, Prentice Hall.</li> <li>• Burger, A., Ulbrich, P.R.: Beteiligungscontrolling, München.</li> <li>• Carleton, J.R., Lineberry, C., Carleton: Achieving Post-Merger Success, Pfeiffer.</li> <li>• Epstein, M.J., Manzoni, J.-F.: Performance Measurement and Management Control, Elsevier.</li> </ul>

## Modul 733 MC International Group and Subsidiary Controlling

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Horváth &amp; Partners: Balanced Scorecard umsetzen, Stuttgart.</li><li>• Littkemann, J., Zündorf, H.: Beteiligungscontrolling, Herne/Berlin.</li><li>• Merchant, K.A., Van der Stede, W.A.: Management Control Systems, Prentice Hall.</li><li>• Smolenski, F.: Controlling im internationalen Unternehmen, Bremen / Hamburg.</li><li>• Vogel, D.H.: M&amp;A Ideal und Wirklichkeit, Wiesbaden.</li><li>• Wurl, H.-J.: Industrielles Beteiligungscontrolling, Stuttgart.</li></ul>
--	---

Modul 731 PL Logistikcontrolling

Modulbezeichnung	Logistikcontrolling
Code	731 PL
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: Klausur
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen, Aufgaben und Ziele des Logistikcontrollings</li> <li>• Strategisches und operatives Logistikcontrolling</li> <li>• Aufbau und Logistikkostenrechnung</li> <li>• Aufbau einer Logistikleistungsrechnung</li> <li>• Kennzahlensysteme in der Logistik</li> <li>• Internationales Logistikcontrolling</li> </ul>
Niveaustufe / Level	Master / Specialized level course
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 731 PL Logistikcontrolling

<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p>Absolventen dieses Moduls sind in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• wichtige grundlegende Begriffe zu definieren und die Bedeutung des Logistikcontrolling als Teilfunktion der internationalen Logistik zu erklären.</li> <li>• die Aufgaben des internen Rechnungswesens, insbesondere der Kosten- und Leistungsrechnung im Zusammenhang mit Fragestellungen der Logistik zu verstehen und zu erklären.</li> <li>• wichtige Funktionen, Methoden, Techniken und Instrumente des Logistikcontrolling darzustellen, anzuwenden und in die Praxis, insbesondere in die Praxis international agierender Unternehmen zu übertragen.</li> <li>• bestehende Praxis- und Berufserfahrungen mit den neuen Wissensinhalten zu verknüpfen</li> <li>• unterschiedlichen Controlling- sowie Kennzahlensysteme zu erklären und diese auf Fragestellungen mit internationalem Hintergrund anzuwenden.</li> </ul>
<p>Häufigkeit des Angebots</p>	<p>jährlich</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"> <li>• Czenskowsky, Piontek; Logistikcontrolling, Marktorientiertes Controlling der Logistik und der Supply Chain, Betriebswirte-Verlag</li> <li>• Piontek: Bausteine des Logistikmanagements: Supply Chain Management. E-Logistics. Logistikcontrolling, NWB</li> <li>• Jürgen (Hrsg.): Praxis des Logistik-Controlling Schäffer-Poeschel Verlag</li> <li>• Weber, Jürgen: Logistik-Controlling, Schäffer-Poeschel Verlag</li> </ul>

Modul 732 PL IT-Systeme in der Logistik und E-Logistik

Modulbezeichnung	IT-Systeme in der Logistik und E-Logistik
Code	732 PL
Studiengang/Verwendbarkeit	Betriebswirtschaft (M.Sc.)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Rebstock
Dozent(in)	NN
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung: Klausur
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informationsflüsse in internationalen Logistikketten</li> <li>• Anwendungssysteme in Logistik und Supply Chain Management; inner- und überbetriebliche Planungs-, Optimierungs- und Dispositionssysteme</li> <li>• Verzahnung logistischer Informationen mit weiteren betrieblichen IT-Aufgaben (Produktion, Marketing, Rechnungswesen)</li> <li>• GPS- und RFID-gestütztes Transportmanagement</li> <li>• Tracking und Tracing in der internationalen Distributionslogistik und bei Logistikdienstleistern</li> <li>• Elektronisches Bestandsmanagement</li> </ul>
Niveaustufe / Level	Master / Specialized level course
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 732 PL IT-Systeme in der Logistik und E-Logistik

<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p>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 internationale 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, insbesondere im internationalen Kontext.</p>
<p>Häufigkeit des Angebots</p>	<p>jährlich</p>
<p>Anerkannte Module</p>	<p>siehe § 19 ABPO</p>
<p>Medienformen</p>	<p>(Folien-)Präsentation, Fallbeispiele, Übungen, vorlesungsbegleitende Unterlagen</p>
<p>Literatur</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chopra/ Meindl (2004): Supply Chain Management - Strategy, Planing, and Operations. Pearson Education</li> <li>• Schulte, Christof (2009): Logistik.</li> <li>• Straube, Frank (2004): e-Logistik. Ganzheitliches Logistikmanagement. Springer</li> <li>• Pfohl, Hans-Christian (2010): Logistiksysteme - betriebswirtschaftliche Grundlagen. Springer</li> <li>• Stadler, Hartmut/ Kilger, Ch. (2207): Supply Chain Management and Advanced Planning: Concepts, Models, Software, and Case Studies. Springer</li> </ul>

Modul 733 PL: Planung und Steuerung von Logistik-Systemen

Modulbezeichnung	Planung und Steuerung von Logistik-Systemen
Code	733 PL
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: Klausur
Sprache	Deutsch/Englisch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufgaben, Ziele und Phasen der Logistikplanung</li> <li>• Logistikstrategien in international tätigen Unternehmen</li> <li>• Aufbau- und Ablauforganisation von internationalen Logistiksystemen</li> <li>• Prozessmanagement</li> <li>• Internationales Supply Chain Management</li> <li>• Planung der Logistiktiefe</li> <li>• Auswahl und Einsatz von Logistikdienstleistern</li> <li>• Leistungsmessung in der Logistik</li> <li>• Qualitätsmanagement in der Logistik</li> <li>• Globalisierung als Treiber des internationalen Transport- und Logistikmanagements</li> </ul>
Niveaustufe / Level	Specialized level course
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

Modul 733 PL: Planung und Steuerung von Logistik-Systemen

Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Logistik auf Bachelorniveau
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Die Studierenden sollen in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• wichtige grundlegende Begriffe zu definieren und einzuordnen und die Bedeutung der Logistik zu erklären.</li> <li>• ein umfangreiches Verständnis über Einflussfaktoren und Problemstellungen im Management von internationalen Logistiksystemen zu entwickeln</li> <li>• Zusammenhänge von Logistik, sonstigen Funktionsbereichen eines Unternehmens und General Management zu identifizieren und abzuleiten.</li> <li>• wichtige Methoden, Techniken und Instrumente der Planung und Steuerung von Logistiksystemen zu beherrschen, anzuwenden und in die Praxis international agierender Unternehmen zu übertragen.</li> <li>• Logistikprobleme zu analysieren, zu erklären und kritisch zu würdigen.</li> <li>• eine auf einer Situationsanalyse basierende internationale Logistikstrategie zu entwickeln</li> </ul>
Häufigkeit des Angebots	jährlich
Anerkannte Module	siehe § 19 ABPO
Medienformen	(Folien-)Präsentation, Fallbeispiele, Übungen, vorlesungsbegleitende Unterlagen
Literatur	<p>jeweils neueste Auflage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pfohl, Logistikmanagement: Konzeption und Funktionen, Springer</li> <li>• Schuh; Stich: Logistikmanagement, Springer Vieweg</li> <li>• Kummer; Schramm; Sudy: Internationales Transport- und Logistikmanagement, UTB</li> </ul> <p>weitere Literaturhinweise werden in der Lehrveranstaltung gegeben</p>

Modul 734 Advanced Business Simulation

Modulbezeichnung	Advanced Business Simulation
Code	734
Studiengang/Verwendbarkeit	<p>Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.)</p> <p>The Module can also be relevant for any other degree programme, where students should learn to manage a company (i.e. make production decisions under uncertainty in a closed market)</p>
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Thümmel
Dozent(in)	Prof. Dr. Thümmel
Dauer	1 Semester
Credits	6 CP
Prüfungsart	<p>Prüfungsleistung: Presentation</p> <p>Prüfungsvorleistung: Results of the simulation (30%)</p> <p>Grades will be based on three aspects:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Business Plan: students have to write a business plan which will be evaluated</li> <li>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</li> <li>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.</li> </ol>
Sprache	English
Inhalt	<p>The module contains three phases:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Theoretical point out of the complexity of a firm, identifying business processes and planning needs for a global management approach</li> <li>2. Developing strategic management behavior and using additional principles from Marketing, Investment, Financing, etc. for a use in simulations</li> <li>3. Management game with use of an appropriate tool (e.g. Easy StartUp), from Business Plan up to a certain</li> </ol>

Modul 734 Advanced Business Simulation

	number of simulation rounds.
Niveaustufe / Level	Master / Advanced level course
Lehrform/SWS	work out in the first two phases individually or in small groups (2 students), third phase working in groups of up to 4 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.
Units (Einheiten)	n/a
Notwendige Voraussetzungen	Advanced knowledge in economics, esp. in marketing., cost calculation, financing, general management
Empfohlene Voraussetzungen	Advanced knowledge in economics, esp. in marketing., cost calculation, financing, general management
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Having followed this course, students should be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• explain why its important to integrate risk and uncertainty in international business decisions</li> <li>• know and understand basic concepts of game theory and decision theory</li> <li>• model business processes and to make them usable for a business simulation</li> <li>• understand the importance of solid gathering and analysis of input data</li> <li>• use simulation software and know different concepts they are based on</li> <li>• analyze business situations in international business</li> </ul>
Häufigkeit des Angebots	In every 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"> <li>• Laguna, M., und J. Marklund, Business Process Modeling, Simulation and Design, Pearson Prentice Hall</li> <li>• Liebold, G., V. Lüpertz und H. Reip, Lehraufgaben</li> </ul>

## Modul 734 Advanced Business Simulation

	<p>zur Betriebswirtschaftslehre mit computerunterstützten Unternehmenssimulationen, Europa-Lehrmittel</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Strahinger, S. (Hrsg.), Business Engineering, dpunkt</li></ul>
--	--

Modul 741: Elective 2

Modulbezeichnung	Elective 2
Code	741
Studiengang/Verwendbarkeit	Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ralf Schellhase
Dozent(in)	n.a.
Dauer	4 SWS
Credits <sup>2</sup>	6 CP
Prüfungsart	Referat und/oder Referat plus Fachgespräch; Klausur und/oder Klausur und Fachgespräch Wird zu Beginn der jeweiligen Veranstaltung bekanntgegeben
Sprache	Deutsch, Englisch sonstige Fremdsprache
Inhalt	<p>Als Wahlpflichtmodule können beispielsweise belegt werden (jeweils auf Master-Level):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Module aus dem sozial- und kulturwissenschaftlichen Begleitstudium (SuK)</li> <li>- weitere Sprachen entsprechend des Angebots des Sprachenzentrums oder in bereits gewählten Sprachen vertiefende Module</li> <li>- Vertiefungsveranstaltungen des Master-Studiengangs BWL (Dieburg)</li> <li>- spezielle Angebote des Fachbereichs Wirtschaft (Exkursionen)</li> <li>- Summer Schools (Koordination: Referat Internationalisierung, Auslandsbeauftragter des fbw)</li> <li>- ausgewählte Veranstaltungen der übrigen Fachbereiche auf Master Niveau</li> </ul> <p>Der jeweils aktuelle Wahlpflichtkatalog ist auf der Website des Fachbereichs Wirtschaft einsehbar.</p>
Niveaustufe / Level	Master / Advanced oder specialized level
Lehrform/SWS	verschieden

Modul 741: Elective 2

Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	Gesamtarbeitsaufwand ca. 180 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	Betriebswirtschaftliche Grundlagenmodule
Empfohlene Voraussetzungen	Betriebswirtschaftliche Grundlagenmodule
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Die fachübergreifenden Kompetenzen sollen zur fachkundigen und kritischen Auseinandersetzung mit den eigenen beruflichen Aufgaben und dem eigenen Berufsfeld und Fachgebiet im gesamtgesellschaftlichen Kontext zu zukunftsorientiertem und verantwortungsbewusstem Handeln im demokratischen und sozialen Rechtsstaat sowie zu interdisziplinärer Kooperation und interkultureller Kommunikation befähigen. Die fachübergreifenden Kompetenzen schließen Kompetenzen mit Berufsfeld (Schlüsselkompetenzen) als auch solche ohne unmittelbaren Berufsbezug (Studium Generale) sowie Fremdsprachen ein.</p> <p>Methodenkompetenz, Strukturierungs- und Orientierungswissen aus verschiedenen Disziplinen zur Bewältigung der künftigen beruflichen und gesellschaftlichen Anforderungen im Berufsfeld Betriebswirtschaftslehre werden vermittelt und trainiert. Aneignung von vertiefendem Wissen in ausgewählten Feldern oder Sprachen.</p>
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Anerkannte Module	
Medienformen	Verschieden
Literatur	Die relevante Literatur wird in der jeweiligen Veranstaltung bekanntgegeben.

Modul 742: Elective 3

Modulbezeichnung	Elective 3
Code	742
Studiengang/Verwendbarkeit	Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ralf Schellhase
Dozent(in)	n.a.
Dauer	4 SWS
Credits <sup>3</sup>	6 CP
Prüfungsart	Referat und/oder Referat plus Fachgespräch; Klausur und/oder Klausur und Fachgespräch Wird zu Beginn der jeweiligen Veranstaltung bekanntgegeben
Sprache	Deutsch, Englisch sonstige Fremdsprache
Inhalt	<p>Als Wahlpflichtmodule können beispielsweise belegt werden (jeweils auf Master-Level):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Module aus dem sozial- und kulturwissenschaftlichen Begleitstudium (SuK)</li> <li>- weitere Sprachen entsprechend des Angebots des Sprachenzentrums oder in bereits gewählten Sprachen vertiefende Module</li> <li>- Vertiefungsveranstaltungen des Master-Studiengangs BWL (Dieburg)</li> <li>- spezielle Angebote des Fachbereichs Wirtschaft (Exkursionen)</li> <li>- Summer Schools (Koordination: Referat Internationalisierung, Auslandsbeauftragter des fbw)</li> <li>- ausgewählte Veranstaltungen der übrigen Fachbereiche auf Master Niveau</li> </ul> <p>Der jeweils aktuelle Wahlpflichtkatalog ist auf der Website des Fachbereichs Wirtschaft einsehbar.</p>
Niveaustufe / Level	Master / Advanced oder specialized level
Lehrform/SWS	verschieden
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	Gesamtarbeitsaufwand ca. 180 Stunden

Modul 742: Elective 3

Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	Betriebswirtschaftliche Grundlagenmodule
Empfohlene Voraussetzungen	Betriebswirtschaftliche Grundlagenmodule
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Die fachübergreifenden Kompetenzen sollen zur fachkundigen und kritischen Auseinandersetzung mit den eigenen beruflichen Aufgaben und dem eigenen Berufsfeld und Fachgebiet im gesamtgesellschaftlichen Kontext zu zukunftsorientiertem und verantwortungsbewusstem Handeln im demokratischen und sozialen Rechtsstaat sowie zu interdisziplinärer Kooperation und interkultureller Kommunikation befähigen. Die fachübergreifenden Kompetenzen schließen Kompetenzen mit Berufsfeld (Schlüsselkompetenzen) als auch solche ohne unmittelbaren Berufsbezug (Studium Generale) sowie Fremdsprachen ein.</p> <p>Methodenkompetenz, Strukturierungs- und Orientierungswissen aus verschiedenen Disziplinen zur Bewältigung der künftigen beruflichen und gesellschaftlichen Anforderungen im Berufsfeld Betriebswirtschaftslehre werden vermittelt und trainiert. Aneignung von vertiefendem Wissen in ausgewählten Feldern oder Sprachen.</p>
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Anerkannte Module	
Medienformen	Verschieden
Literatur	Die relevante Literatur wird in der jeweiligen Veranstaltung bekanntgegeben.

Modul 743: Elective 4

Modulbezeichnung	Elective 4
Code	743
Studiengang/Verwendbarkeit	Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ralf Schellhase
Dozent(in)	n.a.
Dauer	4 SWS
Credits <sup>4</sup>	6 CP
Prüfungsart	Referat und/oder Referat plus Fachgespräch; Klausur und/oder Klausur und Fachgespräch Wird zu Beginn der jeweiligen Veranstaltung bekanntgegeben
Sprache	Deutsch, Englisch sonstige Fremdsprache
Inhalt	<p>Als Wahlpflichtmodule können beispielsweise belegt werden (jeweils auf Master-Level):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Module aus dem sozial- und kulturwissenschaftlichen Begleitstudium (SuK)</li> <li>- weitere Sprachen entsprechend des Angebots des Sprachenzentrums oder in bereits gewählten Sprachen vertiefende Module</li> <li>- Vertiefungsveranstaltungen des Master-Studiengangs BWL (Dieburg)</li> <li>- spezielle Angebote des Fachbereichs Wirtschaft (Exkursionen)</li> <li>- Summer Schools (Koordination: Referat Internationalisierung, Auslandsbeauftragter des fbw)</li> <li>- ausgewählte Veranstaltungen der übrigen Fachbereiche auf Master Niveau</li> </ul> <p>Der jeweils aktuelle Wahlpflichtkatalog ist auf der Website des Fachbereichs Wirtschaft einsehbar.</p>
Niveaustufe / Level	Master / Advanced oder specialized level
Lehrform/SWS	verschieden
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	Gesamtarbeitsaufwand ca. 180 Stunden

Modul 743: Elective 4

Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	Betriebswirtschaftliche Grundlagenmodule
Empfohlene Voraussetzungen	Betriebswirtschaftliche Grundlagenmodule
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Die fachübergreifenden Kompetenzen sollen zur fachkundigen und kritischen Auseinandersetzung mit den eigenen beruflichen Aufgaben und dem eigenen Berufsfeld und Fachgebiet im gesamtgesellschaftlichen Kontext zu zukunftsorientiertem und verantwortungsbewusstem Handeln im demokratischen und sozialen Rechtsstaat sowie zu interdisziplinärer Kooperation und interkultureller Kommunikation befähigen. Die fachübergreifenden Kompetenzen schließen Kompetenzen mit Berufsfeld (Schlüsselkompetenzen) als auch solche ohne unmittelbaren Berufsbezug (Studium Generale) sowie Fremdsprachen ein.</p> <p>Methodenkompetenz, Strukturierungs- und Orientierungswissen aus verschiedenen Disziplinen zur Bewältigung der künftigen beruflichen und gesellschaftlichen Anforderungen im Berufsfeld Betriebswirtschaftslehre werden vermittelt und trainiert. Aneignung von vertiefendem Wissen in ausgewählten Feldern oder Sprachen.</p>
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Anerkannte Module	
Medienformen	Verschieden
Literatur	Die relevante Literatur wird in der jeweiligen Veranstaltung bekanntgegeben.

Modul 744: Exkursion / Summer School

Modulbezeichnung	Exkursion / Summer School
Code	744
Studiengang/Verwendbarkeit	Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ralf Schellhase
Dozent(in)	Dozenten des FBW
Dauer	4 SWS
Credits	6 CP
Prüfungsart	<p>Prüfungsleistung: Hausarbeit</p> <p>Prüfungsvorleistung: Teilnahme an Begleitseminar und Exkursion</p> <p>Alternativ: Teilnahme an Summer School im Ausland</p>
Sprache	Deutsch, Englisch sonstige Fremdsprache
Inhalt	<p>Die Studierenden nehmen teil an einer ca. zehntägigen Auslandsexkursion und einem Begleitseminar. Während der Exkursion werden Unternehmen und Organisationen/Verbände besucht, im Begleitseminar werden diese Besuche inhaltlich vorbereitet, außerdem werden landeskundliche und wirtschaftsbezogene Informationen vermittelt.</p> <p>Alternativ: Die Studierenden nehmen an einer internationalen Summer School im Ausland teil.</p>
Niveaustufe / Level	Advanced oder specialized level
Lehrform/SWS	verschieden
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	Gesamtarbeitsaufwand ca. 180 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	Betriebswirtschaftliche Grundlagenmodule
Empfohlene Voraussetzungen	Betriebswirtschaftliche Grundlagenmodule
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Absolventen dieses Moduls sind in der Lage,

Modul 744: Exkursion / Summer School

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• das bislang vermittelte Fachwissen fachübergreifend in einen interkulturellen Kontext einzuordnen</li> <li>• das bislang vermittelte Fachwissen in einen praxisbezogenen, internationalen Kontext zu stellen und kritisch zu diskutieren</li> <li>• sich in einem anderen Land/Kulturkreis und Wirtschaftsraum zu orientieren und das Handeln dort tätiger Unternehmen zu verstehen, einzuordnen und zu hinterfragen</li> <li>• sich fachkundig und kritisch mit den eigenen beruflichen Aufgaben und dem eigenen Berufsfeld im internationalen Kontext auseinander zu setzen</li> <li>• das durch Exkursion oder Summer School vermittelte Wissen in den Kontext der eigenen beruflichen Tätigkeit zu stellen und zu bewerten</li> </ul>
Häufigkeit des Angebots	Jedes Semester
Anerkannte Module	
Medienformen	Verschieden
Literatur	Die relevante Literatur wird zu Beginn des Begleitseminars bekanntgegeben.

Modul 751: Master-Thesis-Modul

Modulbezeichnung	Master-Thesis-Modul
Code	751
Studiengang/Verwendbarkeit	Internationale 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	24 CP
Prüfungsart	Individualisierte Projekt-Berichte als Prüfungsleistung Abschluss-Arbeit als Prüfungsleistung
Sprache	Deutsch / English
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Projektfragestellung orientiert sich an betrieblichen Problemen, die einen bestimmten Komplexitätsgrad aufweisen und vorzugsweise auch internationale Dimensionen enthalten.</li> <li>• 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 und mit internationalem Bezug) 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.</li> </ul>
Niveaustufe / Level	Specialized level course
Lehrform/SWS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Angeleitete Projektarbeit mit internationalem Bezug, je nach Umfang und Komplexität auch in Gruppen</li> <li>• Eigene empirische oder deduktive wissenschaftliche Arbeit mit internationalem Bezug, Selbststudium, wissenschaftliche Diskussion</li> </ul>
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	Gesamtarbeitsaufwand ca. 720 Stunden
Units (Einheiten)	n/a

Modul 751: Master-Thesis-Modul

Notwendige Voraussetzungen	siehe § 12 Abs. 7 Nr.2 BBPO
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"> <li>• nach wissenschaftlichen Methoden selbständig zu analysieren,</li> <li>• Lösungsalternativen zu erarbeiten und zu bewerten sowie</li> <li>• ein Umsetzungskonzept samt Kosten und Erfolgsschätzung zu formulieren.</li> </ul> <p>Nach Bearbeitung der Master-Thesis sollen die Studierenden in der Lage sein</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die relevante wissenschaftliche Literatur geistig zu durchdringen und zu bewerten</li> <li>• wirtschaftswissenschaftliche Methoden eigenständig anzuwenden</li> <li>• ein Thema aus dem Bereich der internationalen Betriebswirtschaftslehre wissenschaftlich und praxisorientiert zu bearbeiten</li> <li>• Instrumente zur elektronischen Suche, Archivierung und Integration in ein Textverarbeitungsprogramm anwenden zu können</li> <li>• elektronisch erstellte Literatur- und Quellenverzeichnisse anzufertigen</li> <li>• mit Wissensdatenbanken zu arbeiten</li> <li>• einen wissenschaftlichen Anforderungen genügenden Texte abzufassen</li> <li>• ihre Arbeit zu präsentieren und mit den Referenten sowie Studienkollegen kritisch zu diskutieren</li> </ul>
Häufigkeit des Angebots	jedes Semester
Anerkannte Module	keine
Medienformen	Projektspezifisch
Literatur	Abhängig von den Projektfragestellungen bzw. dem Thema der Abschlussarbeit