

# Module Handbook

---

## „International Management (M.A.)”



### Document information

Version	3.0
Created on	30.03.2023
Created by	Claudia Maier & Kathrin Müller, Faculty of Business, <a href="mailto:claudia.maier@th-rosenheim.de">claudia.maier@th-rosenheim.de</a> ; <a href="mailto:kathrin.mueller@th-rosenheim.de">kathrin.mueller@th-rosenheim.de</a>
Last edited	19.09.2023
Valid from	01.10.2023
Responsible program manager	Bettina Schiessler, <a href="mailto:bettina.schiessler@th-rosenheim.de">bettina.schiessler@th-rosenheim.de</a>

## Table of contents

Table of contents.....	2
1 Business Management.....	3
1.1 Sustainable Corporate Management .....	4
1.2 Management Simulation .....	5
2 International Business .....	8
2.1 International Strategic Management .....	9
2.2 Intercultural Management and Business Ethics .....	10
3 Data Driven Business Management & Controlling .....	13
3.1 Working with Data: Research Methods in Business Administration.....	14
3.2 Portfolio Management & Controlling .....	15
3.3 Process Mining .....	16
4 Steuerrecht und Wirtschaftsprüfung .....	19
4.1 Internationales Steuerrecht.....	19
4.2 Wirtschaftsprüfung.....	21
5 Finance and Accounting.....	23
5.1 International Finance .....	24
5.2 International Accounting .....	25
6 European Economics and European Law.....	27
6.1 European Economics.....	28
6.2 European Law .....	30
7 Strategic Marketing Management.....	33
7.1 International Marketing Management.....	34
7.2 Strategic Marketing Projects .....	37
8 Change Management.....	40
8.1 Change Management .....	43
8.2 Change Management Case Studies .....	45
9 Supply Chain Management .....	48
9.1 Added Values and Sales Management.....	48
9.2 Concepts in Creation and Development of Supply Chains .....	50
10 Innovation and Entrepreneurship.....	53
10.1 Innovation.....	53
10.2 Entrepreneurship .....	55
11 Mindful Leadership.....	58
11.1 Leadership.....	58
11.2 Mindful Business.....	61
Master thesis.....	64

1 Business Management	
Module code	1
Module name	Business Management
Semester or trimester	Semester
Duration of the module	1 Semester
Type of course (mandatory, optional, etc.)	Mandatory
Courses of the module *	1.1 Sustainable Corporate Management 1.2 Management Simulation
Frequency of the module	Once a year
Access requirements	No specific requirements
Applicability of the module for other degree programmes	None
Module responsibility	Prof. Dr. Kathrin Rößle
Name of the university teacher(s)	Prof. Dr. Kathrin Rößle Prof. Dr. Valentin Schiefele
Teaching language	English
Number of ECTS credits allocated	10
Total workload and its composition	300 h total workload, of which 120 h in-class 180 h individual pre- and post-work
semester hours	8
Type of examination/ prerequisite for the award of credit points	Course 1.1: Written examination and / or examination paper Course 1.2: Written examination 90 – 120 min (80 %) and Study-related examination paper (20 %)
Weighting of the grade in the overall grade	10 of 90 ECTS = 11,11%
Qualification goals of the module	See submodules
Contents of the module	See submodules
Teaching and learning methods of the module	See submodules
Special (e.g. online component, practice visits, guest lectures, etc.)	See submodules
Literature	See submodules

1.1 Sustainable Corporate Management	
Module code	1.1
Semester or trimester	Semester
Type of course (mandatory, optional, etc.)	Mandatory
Frequency of the module	Once a year
Name of the university teacher	Prof. Dr. Kathrin Rößle
Teaching language	English
Number of ECTS credits allocated	5
Total workload and its composition	150 h total workload, of which 60 h in-class 90 h individual pre- and post-work
semester hours	4
Type of examination/ prerequisite for the award of credit points	Written examination and / or examination paper
Weighting of the grade in the overall grade	50%
<b>Qualification goals of the course</b>	
a) Professional competence - knowledge	<ul style="list-style-type: none"> <li>Students gain in-depth knowledge regarding sustainable corporate governance. In addition to ESG criteria, there is a special focus on financial sustainability.</li> </ul>
b) Professional competence - skills	<ul style="list-style-type: none"> <li>The students are enabled to independently and purposefully apply methods and instruments of sustainable corporate management.</li> <li>They can routinely handle modern software in the area of strategy and corporate management (e.g. Think-Cell) and gain an understanding of the end-to-end management of a company as well as the agilisation of companies with the help of state-of-the-art software (e.g. Jira / Confluence).</li> </ul>
c) Personal competence - social competence	<ul style="list-style-type: none"> <li>Students are able to work on complex projects in a team and to communicate their results in a concise, analytically sound and target group-specific manner (both orally and in writing).</li> </ul>
d) Personal competence - independence	<ul style="list-style-type: none"> <li>Students are enabled to critically analyse scientific or application-oriented complex issues, to process and solve them in an analytically sound and structured manner. They sharpen their understanding of an error culture, are able to obtain targeted feedback and integrate this into their learning process.</li> </ul>

Contents of the course	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. sustainable corporate governance</li> <li>2. end-to-end corporate management</li> <li>3. concepts and methods of strategy and corporate management</li> <li>4. application of state-of-the-art software</li> </ol>
Teaching and learning methods	Seminar-based teaching, case studies
Special (e.g. online share, practice visits, guest speakers etc.)	Case studies and exercises on the PC
Recommended bibliography (Teaching and learning materials, literature)	Exploring Strategy, Richard Whittington, Gerry Johnson, Patrick Regnér, 12 <sup>th</sup> edition, Pearson
<b>1.2 Management Simulation</b>	
Module code	1.2
Semester or trimester	Semester
Type of course (mandatory, optional, etc.)	Mandatory
Frequency of the module	Once a year
Name of the university teacher	Prof. Dr. Bernhard Grupp Prof. Dr. Valentin Schiefele
Teaching language	English
Number of ECTS credits allocated	5
Total workload and its composition	150 h total workload, of which 60 h in-class 90 h individual pre- and post-work
semester hours	4
Type of examination/ prerequisite for the award of credit points	Written examination 90 - 120 min (80 %) and examination paper (20 %)
Weighting of the grade in the overall grade	50%
<b>Qualification goals of the course</b>	
a) Professional competence - knowledge	<ul style="list-style-type: none"> <li>• After completing the module, the students know the problems of internationalisation of companies and can also recognise the depth and differentiation of these problems in a realistic business game.</li> <li>• They can classify the strategic importance of internationalisation for the success of the company and have argumentation aids for complex measures of internationalisation.</li> </ul>

<p>b) Professional competence – skills</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• They have the ability to analyse problems of internationalisation as well as to develop solutions for internationalisation - in the context of a simulation game with competing companies and board teams.</li> <li>• In particular, the students are able to optimise companies globally with the inclusion of strategy tools and to align them in their complexity to these extended problems.</li> <li>• The students know tools for developing international strategies (PESTE analysis, SWOT analysis, industry structure analysis) and are able to use them to prepare and design concrete internationalisation processes.</li> <li>• In the context of internationalisation, they can formulate business goals and strategies rationally and responsibly, generate decisions that correspond to goals, establish causal relationships between decisions and their consequences, and develop and analyse key figures.</li> </ul>
<p>c) Personal competence - social competence</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Students have experience in interdisciplinary and networked thinking in all main entrepreneurial tasks and can lead cross-functional discussions.</li> <li>• They are able to work together in a team, justify developed solutions to team members and defend them against criticism in plenary sessions.</li> <li>• The students are aware of the importance of emotionally relieving behaviour in team situations.</li> <li>• They are able to formulate and pursue entrepreneurial goals as a group, to communicate in the team (listening, tolerance, activating) as well as to further develop ideas of others.</li> </ul>
<p>d) Personal competence - independence</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Students are able to exchange their communication (metacommunication), evaluate their own wrong decisions and correct them.</li> <li>• Students are able to control their learning process by reviewing their periodic simulation results.</li> </ul>
<p>Contents of the course</p>	<p>In the business management game, the internationalisation process of companies is realistically modelled in competition.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. the participants in the business game take over the management of a company and experience at first hand typical conflicts of objectives in company management.</li> <li>2. they learn to use business methods and information tools and to deal with uncertainty in decision-making within the framework of internationalisation.</li> <li>2. they learn to use business management methods and information tools and to deal with uncertainty in decision-making in the context of the internationalisation strategy.</li> <li>3. they make decisions in a team - often under time</li> </ol>

	<p>pressure. The business game offers a high degree of learning transfer through lived experience, which the participants can implement in their business practice.</p>
Teaching and learning methods	<p>Business management simulation:</p> <p>The participants form competing boards of directors of an industrial company and plan the areas of marketing / sales, purchasing, production, personnel as well as all areas of controlling and financing in a team. This takes place over a (simulated) period of 4 - 6 years.</p> <p>Based on annual economic and political scenarios, the teams develop strategies and concrete action programmes that have to be broken down operationally into concrete decisions and actions of operational functional areas and implemented.</p> <p>Teaching units and supplementary group projects on PESTE and SWOT analysis and marketing support the participants in their decision-making. The contents can be applied directly in the simulation and their consequences can be understood.</p> <p>Extensive business evaluations of the annual results complete the close practical relevance.</p>
Special (e.g. online share, practice visits, guest speakers etc.)	Support of the teaching units through e-learning elements of the Learning Campus
Recommended bibliography (Teaching and learning materials, literature)	Participant manual

2 International Business	
Module code	2
Module name	International Business
Semester or trimester	Semester
Duration of the module	1 Semester
Type of course (mandatory, optional, etc.)	Mandatory
Courses of the module *	2.1 International Strategic Management 2.2 Intercultural Management and Business Ethics
Frequency of the module	Once a year (if necessary divided winter semester and summer semester)
Access requirements	No specific requirements
Applicability of the module for other degree programmes	None
Module responsibility	Prof. Dr. Carolin Fleischmann
Name of the instructors	See submodules
Teaching language	English
Number of ECTS credits allocated	10
Total workload and composition	300 h total workload, of which 120 h in-class 180 h individual pre- and post-work
semester hours	8
Type of examination/ prerequisite for the award of credit points	written exam and project work
Weighting of the grade in the overall grade	10 of 90 ECTS = 11,1%
Learning objectives of the module	<p>a) Subject matter learning goals: After completing the module, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• thoroughly explain the complexities of multinational organizations.</li> <li>• plan and develop activities of multinational organizations.</li> <li>• assess frameworks and strategies of internationalization in selected companies.</li> </ul> <p>b) Social and methodological learning goals After completing this module, students will be able to</p>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>discover and reflect on cultural systems.</li> <li>communicate effectively in an international business setting.</li> <li>critically think about challenges in international business, and to develop and implement adequate strategies and actions.</li> </ul>
Contents of the module	See submodules
Teaching and learning methods of the module	Seminar-based teaching, exercises, project work
Special (e.g. online component, practice visits, guest lectures, etc.)	Guest lectures, practice-relevant questions and case studies
Literature	See submodules
<b>2.1 International Strategic Management</b>	
Module code	2.1
Semester or trimester	Semester
Type of course (mandatory, optional, etc.)	Mandatory
Frequency of the module	Once a year (summer semester)
Name of instructor	Prof. Dr. Carolin Fleischmann, Prof. Dr. Eckhard Lachmann
Teaching language	English
Number of ECTS credits allocated	5
Total workload and its composition	150 h total workload, of which 60 h in-class 90 h individual pre- and post-work
semester hours	4
Type of examination/ prerequisite for the award of credit points	written exam and project work
Weighting of the grade in the overall grade	50%
<b>Learning objectives of the course</b>	
<i>a) Subject matter learning goals:</i>	<p>After completing this module, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>analyze and assess the economic context of multinational organizations.</li> <li>decide on strategies for multinational organizations.</li> <li>use complex methods to manage the value chain.</li> <li>assess strategic management tools for quality and cost, and use them critically.</li> <li>choose and apply suitable methods and processes for each industry and task.</li> </ul>

b) <i>Social and methodological learning goals:</i>	After completing this module, students will be able to <ul style="list-style-type: none"> <li>• recognize cultural behaviors in international business.</li> <li>• apply the basic rules of intercultural communication</li> <li>• transfer theories and frameworks to different business context and arrive at research-backed decisions.</li> </ul>
Contents of the course	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. International Management: Frameworks, Strategies, Challenges</li> <li>2. Strategic Management: Internationalization and Globalization</li> <li>3. Holistic process model of internationalization</li> <li>4. Process design including technical, organizational, business, and legal aspects.</li> <li>5. Methods and tools for optimizing the international value chain</li> <li>6. International financial and currency management</li> <li>7. Case studies in International Management</li> </ol>
Teaching and learning methods	Seminar-based teaching, exercises, case studies, practical project, excursions
Special (e.g. online share, practice visits, guest speakers etc.)	Practice project
Recommended bibliography (Teaching and learning materials, literature)	<p><i>Textbooks:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hill, C., Hult, G. T. (2020): International Business. Competing in the Global Marketplace, 13e, McGrawHill.</li> <li>• PENG, M. (2014): Global Strategic Management, 3e, South-Western Cengage.</li> <li>• Cases and articles assigned in class</li> </ul>

## 2.2 Intercultural Management and Business Ethics

Module code	2.2
Semester or trimester	Semester
Type of course (mandatory, optional, etc.)	Mandatory
Frequency of the module	Once a year
Name of instructor	Prof. Dr. Carolin Fleischmann, M.A. Julia Drexler
Teaching language	English
Number of ECTS credits allocated	5

Total workload and its composition	150 h total workload, of which 60 h in class 90 h individual pre- and post-work
semester hours	4
Type of examination/ prerequisite for the award of credit points	Project work and written examination
Weighting of the grade in the overall grade	50%
<b>Learning objectives of the course</b>	
a) <i>Subject-matter learning goals:</i>	<p>After completing this module, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• apply their knowledge about culture, communication, and management in multinational business settings.</li> <li>• understand diversity and its implications in multinational organizations.</li> <li>• create an inclusive organizational culture that integrates stakeholders from different backgrounds in a goal-oriented way</li> <li>• understand cultural characteristics and act accordingly in cross-cultural interaction</li> <li>• assess the ethical behavior of multinational organizations.</li> <li>• deal with the fundamentals and current questions and problems in the field of business ethics and explain and critically comment on them, taking into account the course content and the upcoming acute decisions</li> </ul>
b) <i>Social and methodological learning goals:</i>	<p>After completing this module, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• think critically and analyze their behaviors.</li> <li>• communicate in an emotionally intelligent way</li> <li>• collaborate effectively in global virtual teams</li> <li>• become aware of their own values, reflect on them in the context of economic activity, derive actions from them and recognize and avoid misconduct control their learning process by reviewing and discussing the case studies.</li> </ul>

Contents of the course	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Culture: terminology, definitions, elements</li> <li>2. Language in multinational organizations</li> <li>3. Global and virtual team collaboration</li> <li>4. Cross-cultural comparative management: cultural dimension frameworks</li> <li>5. Culture, identity, and power</li> <li>6. Ethics and Business Ethics</li> <li>7. Intercultural training</li> <li>8. Case studies</li> </ol>
Teaching and learning methods	Seminar-based teaching, training, role plays, project work
Special (e.g. online share, practice visits, guest speakers etc.)	Guest lectures, practice-relevant questions and case studies
Recommended bibliography (Teaching and learning materials, literature)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meyer, E.: The Culture Map: Decoding How People Think, Lead, and Get Things Done Across Cultures, 2016. (2)</li> <li>• Mahadevan, J.: A Very Short, Fairly Interesting and Reasonably Cheap Book About Cross-Cultural Management, 2017.</li> <li>• Cases and articles assigned in class</li> </ul>

<b>3 Data Driven Business Management &amp; Controlling</b>	
Module code	3
Module name	Data Driven Business Management & Controlling
Semester or trimester	Semester
Duration of the module	1 Semester
Type of course (mandatory, optional, etc.)	Compulsory elective module
Courses of the module *	3.1 Working with Data: Research Methods in Business Administration 3.2 Portfolio Management & Controlling 3.3 Process Mining
Frequency of the module	Once a year
Access requirements	None
Applicability of the module for other degree programmes	With its fundamental data-oriented orientation, this subject forms an integrating subject bracket around all Master's subjects. Thus, the contents of this subject are fundamentally relevant for the entire Master's programme.
Module responsibility	Prof. Dr. Kathrin Rößle
Name of the university teacher(s)	See submodules
Teaching language	English
Number of ECTS credits allocated	10
Total workload and its composition	300 h total workload, of which 120 h in-class 180 h individual pre- and post-work
semester hours	8
Type of examination/ prerequisite for the award of credit points	Course 3.1: Examination paper (40% of the credit points) Course 3.2: Written examination and/or examination paper (40% of the credit points) Course 3.3: Written examination of 90 - 120 min. (20% of the credit points)
Weighting of the grade in the overall grade	10 of 90 ECTS = 11,1%
Qualification goals of the module	See submodules
Contents of the module	See submodules
Teaching and learning methods of the module	See submodules
Special (e.g. online component, practice visits, guest lectures, etc.)	See submodules
Literature	See submodules

3.1 Working with Data: Research Methods in Business Administration	
Module code	3.1
Semester or trimester	Semester
Type of course (mandatory, optional, etc.)	Compulsory in compulsory elective module 3
Frequency of the module	Once a year
Name of the university teacher	Prof. Dr. Stephanie Kapitza
Teaching language	English
Number of ECTS credits allocated	4
Total workload and its composition	150 h total workload, of which 60 h in-class 90 h individual pre- and post-work
semester hours	3
Type of examination/ prerequisite for the award of credit points	Examination study paper to check the application and transfer performance (especially case-related)
Weighting of the grade in the overall grade	40%
a) <i>Subject matter learning goals:</i>	After completing this module, students will be able to <ul style="list-style-type: none"> <li>• use statistical methodology in terms of good scientific practice</li> <li>• analyze and evaluate</li> <li>• understand and interpret quantitative data</li> <li>• conduct a number of uni- and multivariate statistical analyses</li> </ul>
b) <i>Social and methodological learning goals:</i>	After completing this module, students will be able to <ul style="list-style-type: none"> <li>• present and discuss empirical data</li> <li>• overcome statistical misconceptions</li> <li>• apply critical &amp; analytical thinking</li> <li>• apply sharpened scientific communication skills</li> </ul>
Contents of the course	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Empirical Research foundations</li> <li>2. Hypothesis Testing</li> <li>3. Interpretation of Parameters</li> <li>4. Uni- and multivariate methods</li> <li>5. Factor analysis (exploratory)</li> <li>6. Linear Regression</li> </ol>

Teaching and learning methods	Seminar style (Seminaristischer Unterricht), case studies, presentations by participants, independent work on seminar topic guided by coaching
Special (e.g. online share, practice visits, guest speakers etc.)	Exercise research project including work with SPSS (statistics software)
Recommended bibliography (Teaching and learning materials, literature)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Roni, S.J., Djajadikerta, H.G. (2022) Data Analysis with SPSS for Survey-based Research, Berlin, Heidelberg, New York: Springer-Verlag.</li> <li>• Bortz, J., Döring, Nicola (2006). Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, 4. Edition, Berlin, Heidelberg, New York: Springer-Verlag.</li> <li>• Bühl, A. (2018). SPSS 16. Einführung in die moderne Datenanalyse ab SPSS 25. München: Pearson Studium.</li> <li>• Bühner, M. (2010). Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion. München: Pearson Studium</li> </ul>

### 3.2 Portfolio Management & Controlling

Module code	3.2
Semester or trimester	Semester
Type of course (mandatory, optional, etc.)	Compulsory in compulsory elective module 3
Frequency of the module	Once a year
Name of the university teacher	Prof. Dr. Kathrin Rößle
Teaching language	English
Number of ECTS credits allocated	4
Total workload and its composition	120 h total workload, of which 48 h in-class 72 h individual pre- and post-work
semester hours	3
Type of examination/ prerequisite for the award of credit points	Written examination and/or examination paper
Weighting of the grade in the overall grade	40%

<b>Qualification goals of the course</b>	
a) Professional competence - knowledge	<ul style="list-style-type: none"> <li>Students gain in-depth knowledge regarding portfolio management (e.g. data-driven optimisation of the product portfolio) and controlling.</li> </ul>
b) Professional competence – skills	<ul style="list-style-type: none"> <li>A special focus is on strategic decision-making through data analysis and advanced analytics.</li> <li>Students are able to apply methods and tools independently and in a targeted manner.</li> <li>They are enabled to routinely handle state-of-the-art software in the area of portfolio management &amp; controlling (e.g. Tableau).</li> </ul>
c) Personal competence - social competence	<ul style="list-style-type: none"> <li>Students are able to work on complex topics in a team and to communicate solutions in a concise, analytically sound and target group-specific manner (both orally and in writing).</li> </ul>
d) Personal competence - independence	<ul style="list-style-type: none"> <li>Students are enabled to critically analyse scientific or application-oriented complex issues, to process and solve them in an analytically sound and structured manner.</li> <li>They sharpen their understanding of an error culture, are able to obtain targeted feedback and integrate this into their learning process.</li> </ul>
Contents of the course	<ol style="list-style-type: none"> <li>Controlling</li> <li>Portfolio Management</li> <li>Concepts and methods of data analytics</li> <li>Application of state-of-the-art software</li> </ol>
Teaching and learning methods	Exercise on the computer, seminar-based teaching
Special (e.g. online share, practice visits, guest speakers etc.)	Practical work (exercises, case studies) on the computer
Recommended bibliography (Teaching and learning materials, literature)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Competing on analytics, Davenport / Harris, Harvard Business Press, 2017</li> </ul>
<b>3.3 Process Mining</b>	
Module code	3.3
Semester or trimester	Semester
Type of course (mandatory, optional, etc.)	Compulsory in compulsory elective module 3



Frequency of the module	Once a year
Name of the university teacher	Prof. Dr. Heinrich Seidlmeier
Teaching language	English
Number of ECTS credits allocated	2
Total workload and its composition	60 h total workload, of which 24 h in-class 36 h individual pre- and post-work
semester hours	2
Type of examination/ prerequisite for the award of credit points	Written exam (90 - 120 min.) to check conceptual performance (especially in modelling)
Weighting of the grade in the overall grade	20%
<b>Qualification goals of the course</b>	
a) Professional competence – knowledge	<ul style="list-style-type: none"> <li>The students recognise and understand process mining as an important competence for achieving competitive advantages.</li> <li>They are aware of the necessary methodical procedure on a current scientific basis.</li> </ul>
b) Professional competence – skills	<ul style="list-style-type: none"> <li>The students are able to analyse and optimise company processes with the support of tools in a methodologically sound manner.</li> <li>They can take responsibility for smaller process mining projects.</li> <li>They can also develop innovative solutions for companies.</li> </ul>
c) Personal competence - social competence	<ul style="list-style-type: none"> <li>Students know about the special importance of social aspects in organisational change.</li> <li>They can help to break down individual barriers.</li> </ul>
d) Personal competence - independence	<ul style="list-style-type: none"> <li>The students can also independently approach and solve more advanced problems and critically reflect on their possibilities and limitations in this regard.</li> </ul>
Contents of the course	<ol style="list-style-type: none"> <li>Basics of process mining</li> <li>Process model mining and process data mining</li> <li>Practical introduction to a process mining tool</li> <li>Exercises on the computer</li> <li>Working on an in-depth case study</li> </ol>

Teaching and learning methods	Exercise on the computer, seminar teaching
Special (e.g. online share, practice visits, guest speakers etc.)	Practical work (exercises, tasks, case studies) on the computer, guest lectures
Recommended bibliography (Teaching and learning materials, literature)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aalst van der, W. M. P., Process Mining – Data Science in Action, 2. Auflage, 2016 (Springer)</li> <li>• Dumas, M. u.a., Fundamentals of Business Process Management, 2. Auflage, 2018 (Springer)</li> <li>• IEEE Task Force on Process Mining, Process Mining Manifesto (in verschiedenen Sprachen), <a href="https://www.pads.rwth-aachen.de/cms/PADS/Forschung/Ressourcen/~qlum/Process-Mining-Manifest/lidx/1/">https://www.pads.rwth-aachen.de/cms/PADS/Forschung/Ressourcen/~qlum/Process-Mining-Manifest/lidx/1/</a>; zuletzt abgerufen am 13.06.22</li> <li>• Reinkemeyer, L. (hrsg.), Process Mining in Action, 2020 (Springer)</li> <li>• Seidlmeier, H. Prozessmodellierung mit ARIS, 5. Auflage, 2019 (Springer Vieweg)</li> <li>• Seidlmeier, H., Grundlagen der modellbasierten Prozessanalyse, in: WISU, Heft 1/16, S. 70 – 78</li> </ul>

4 Steuerrecht und Wirtschaftsprüfung	
Modul-Nr./ Code	4
Modulbezeichnung	Internationales Steuerrecht und Wirtschaftsprüfung
Semester oder Trimester	Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	4.1 Internationales Steuerrecht 4.2 Wirtschaftsprüfung
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortung	Prof. Dr. Stephan List
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Stephan List
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt-Workload, davon 120 h Präsenzzeit und 180 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Studienarbeit über alle Teilmodule
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,1%
Qualifikationsziele des Moduls	Siehe Teilmodule
Inhalte des Moduls	Siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminarveranstaltung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Gastvorträge von Steuerberatern/Wirtschaftsprüfern zu praxisrelevanten Themen.
Literatur	Siehe Teilmodule
4.1 Internationales Steuerrecht	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	4.1
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 4

Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	keine
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Stephan List
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
<b>Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung</b>	
Fachkompetenz – Wissen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Studierenden beherrschen die Grundlagen der Besteuerung grenzüberschreitender Sachverhalte und können damit Steuerkonzepte entwickeln.</li> </ul>
Personale Kompetenz – Selbstständigkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>Durch Erarbeitung der Konzepte im Team werden die Diskussionsfähigkeit und Argumentationsfähigkeit gestärkt sowie Teamorientierung gelebt.</li> </ul>
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ol style="list-style-type: none"> <li>Ziele des internationalen Steuerrechts</li> <li>Maßnahmen zur Vermeidung internationaler Doppelbesteuerung – Analyse der Doppelbesteuerungsabkommen</li> <li>Besteuerung inländischer Unternehmen bei Aktivitäten im Ausland</li> <li>Besteuerung ausländischer Unternehmen mit Inländischen Aktivitäten</li> </ol>
Lehr- und Lernmethoden	Seminarveranstaltung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Gastvorträge von Steuerberatern/Wirtschaftsprüfern zu praxisrelevanten Themen.

Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wilke, Kay-Michael: Lehrbuch Internationales Steuerrecht, 15. Auflage, NWB Verlag Herne 2020, ISBN 978-3-482-63965-4- 6</li> <li>• Wilke (Hrsg.): Fallsammlung Internationales Steuerrecht, 14. Auflage, NWB-Verlag Herne 2021, ISBN: 978-3-482-65914-0</li> </ul>
<b>4.2 Wirtschaftsprüfung</b>	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	4.2
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 4
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzung	keine
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Stephan List
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
<b>Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung</b>	
Fachkompetenz – Wissen	Die Studierenden werden die notwendigen theoretischen Kenntnisse und das fachspezifischen Wissen über die Rechnungslegung und Prüfung von Konzernen beherrschen, um Aufgabenstellungen selbständig bearbeiten und präsentieren zu können.
Personale Kompetenz – Selbstständigkeit	Durch Erarbeitung der Konzepte im Team werden die Diskussionsfähigkeit und Argumentationsfähigkeit gestärkt sowie Teamorientierung gelebt.
Inhalte der Lehrveranstaltung	Orientierung an der aktuellen WPO für das Wirtschaftsprüferexamen
Lehr- und Lernmethoden	Seminarveranstaltung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Gastvorträge von Steuerberatern/Wirtschaftsprüfern zu praxisrelevanten Themen der Prüfung

Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Institut der Wirtschaftsprüfer (Hrsg.): WP-Handbuch 2020, Wirtschaftsprüfung und Rechnungslegung, 17. Auflage, Düsseldorf 2020, ISBN: 978-3-8021-2493-8</li><li>• Institut der Wirtschaftsprüfer (Hrsg.): International Financial Reporting Standards IFRS, 14. Auflage, Düsseldorf 2021, ISBN: 978-3-8021-2519-5</li><li>• IDW (Hrsg.): IDW Prüfungsstandards, IDW Stellungnahmen zur Rechnungslegung, Band I – III, IDW-Verlag, Düsseldorf</li></ul>
---	--

5 Finance and Accounting	
Module code	5
Module name	Finance and Accounting
Semester or trimester	Semester
Duration of the module	One semester
Type of course (mandatory, optional, etc.)	Compulsory elective module
Courses of the module *	5.1 International Finance 5.2 International Accounting
Frequency of the module	Once a year
Access requirements	None
Applicability of the module for other degree programmes	None
Module responsibility	Prof. Dr. Bernd Hacker
Name of the university teacher(s)	Prof. Dr. Bernd Hacker Prof. Dr. Valentin Schiefele
Teaching language	English
Number of ECTS credits allocated	10
Total workload and its composition	300 h total workload, of which 120 h in-class 180 h individual pre- and post-work
semester hours	8
Type of examination/ prerequisite for the award of credit points	Course 5.1: Written examination and / or examination paper Course 5.2: Written examination and / or examination paper
Weighting of the grade in the overall grade	10 of 90 ECTS = 11,1%
Qualification goals of the module	See submodules
Contents of the module	See submodules
Teaching and learning methods of the module	Seminar event
Special (e.g. online component, practice visits, guest lectures, etc.)	---
Literature	See submodules

5.1 International Finance	
Module code	5.1
Semester or trimester	Semester
Type of course (mandatory, optional, etc.)	Compulsory in compulsory elective module 5
Frequency of the module	Once a year
Name of the university teacher	Prof. Dr. Valentin Schiefele
Teaching language	English
Number of ECTS credits allocated	5
Total workload and its composition	150 h total workload, of which 60 h in-class 90 h individual pre- and post-work
semester hours	4
Type of examination/ prerequisite for the award of credit points	---
Weighting of the grade in the overall grade	50%
<b>Qualification goals of the course</b>	
a) Professional competence – knowledge	After the course, students know the essential theories in the field of the use, valuation and combination of operational financial instruments.
b) Professional competence – skills	After the course, students are able to work on central issues of corporate finance and to solve them in a theory-based manner.
c) Personal competence - social competence	Students complete their skills in teamwork and joint solution in a team.



d) Personal competence - independence	Students sharpen their analytical skills and practise working out theory-based solutions in a structured way.
Contents of the course	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Use and valuation of debt capital</li> <li>• Use and valuation of equity capital</li> <li>• Capital structure theory</li> <li>• Portfolio theory</li> </ul>
Teaching and learning methods	Seminar-based teaching
Special (e.g. online share, practice visits, guest speakers etc.)	---
Recommended bibliography (Teaching and learning materials, literature)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perridon / Steiner / Rathgeber, Finanzwirtschaft der Unternehmung</li> <li>• Kruschwitz / Husmann, Finanzierung und Investition</li> <li>• Brealey / Myers / Allen, Principles of corporate finance</li> <li>• Copeland / Weston / Shastri, Financial theory and corporate policy</li> </ul>
<b>5.2 International Accounting</b>	
Module code	5.2
Semester or trimester	Semester
Type of course (mandatory, optional, etc.)	Compulsory in compulsory elective module 5
Frequency of the module	Once a year
Name of the university teacher	Prof. Dr. Bernd Hacker
Teaching language	English
Number of ECTS credits allocated	5
Total workload and its composition	150 h total workload, of which 60 h in-class 90 h individual pre- and post-work
semester hours	4
Type of examination/ prerequisite for the award of credit points	
Weighting of the grade in the overall grade	50%

Qualification goals of the course	
a) Professional competence – knowledge	After the course, students know the essential regulations, institutions and analysis options in the field of international accounting.
b) Professional competence – skills	After the course, students are able to work on central issues of international accounting and balance sheet analysis and to solve them in an application-oriented manner.
c) Personal competence - social competence	Students complete their skills in teamwork and joint solution as well as presentation in a team. Field trips to companies focus on interaction with potential employers.
d) Personal competence – independence	Students sharpen their analytical skills and practise the structured development of theory-based and application-oriented solutions in the field of international accounting.
Contents of the course	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisational and institutional foundations of IFRS</li> <li>• Content and application of IFRS</li> <li>• Essential differences to HGB accounting</li> <li>• Preparation of consolidated financial statements with</li> <li>• Dealing with complex IFRS problems in case studies</li> <li>• Analysis of IFRS financial statements</li> </ul>
Teaching and learning methods	Seminar-based teaching
Special (e.g. online share, practice visits, guest speakers etc.)	Regular excursions and guest speakers Online possible
Recommended bibliography (Teaching and learning materials, literature)	<p>International GAAP 2021 by EY (2021) <b>ebook</b></p> <p>Financial Statements – International Accounting (IFRS) by Carsten Berkau (7<sup>th</sup> edition, 2022) <b>ebook</b></p> <p>International Financial Reporting Standards (IFRS): An Introduction by Ruth Picker, Ken J. Leo, and Janice Loftus (third edition, 2021)</p> <p>Comparative International Accounting by Christopher Nobes and Robert Parker (13<sup>th</sup> edition, 2019)</p> <p>Global Financial Accounting and Reporting: Principles and Analysis by Peter Walton and Walter Aerts (fourth edition, 2019)</p>

6 European Economics and European Law	
Module code	6
Module name	European Economics and European Law
Semester or trimester	Semester
Duration of the module	One semester
Type of course (mandatory, optional, etc.)	Compulsory elective module
Courses of the module *	6.1 European Economics 6.2 European Law
Frequency of the module	Once a year
Access requirements	None
Applicability of the module for other degree programmes	None
Module responsibility	Prof. Dr. Stephan Hornig
Name of the university teacher(s)	Prof. Dr. Stephan Hornig Prof. Dr. Andreas Kupsch
Teaching language	English
Number of ECTS credits allocated	10
Total workload and its composition	300 h total workload, of which 120 h in-class 180 h individual pre- and post-work
semester hours	8
Type of examination/ prerequisite for the award of credit points	Written examination and / or examination paper
Weighting of the grade in the overall grade	10 of 90 ECTS = 11,1%
Qualification goals of the module	See submodules
Contents of the module	See submodules
Teaching and learning methods of the module	See submodules
Special (e.g. online component, practice visits, guest lectures, etc.)	See submodules
Literature	See submodules

6.1 European Economics	
Module code	6.1
Semester or trimester	Semester
Type of course (mandatory, optional, etc.)	Compulsory in compulsory elective module 6
Frequency of the module	Once a year
Name of the university teacher	Prof. Dr. Stephan Hornig
Teaching language	English
Number of ECTS credits allocated	5
Total workload and its composition	150 h total workload, of which 60 h in-class 90 h individual pre- and post-work
semester hours	4
Type of examination/ prerequisite for the award of credit points	Written examination or examination paper
Weighting of the grade in the overall grade	50%
Qualification goals of the course	
a) Professional competence – knowledge	<p>Students should learn to evaluate scientifically complex interrelationships and assess their effects in order to use them as a framework for entrepreneurial decisions in an international context. E.G.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conceptual and historical foundations of the European Union, institutional architecture, fields of action and development perspectives, external relations.</li> <li>• Scientific treatment of current, real macroeconomic or microeconomic crises and conflicts within Europe or with the economic partner countries.</li> </ul>
b) Professional competence – skills	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Students learn to think in a complex and structured way beyond the nation-state perspective and should develop European awareness.</li> </ul>

c) Personal competence - social competence	<ul style="list-style-type: none"> <li>• In the context of group work, students practise leadership behaviour and team orientation.</li> <li>• As the seminar language is English, the students consolidate their competence to work in international teams.</li> </ul>
d) Personal competence – independence	<ul style="list-style-type: none"> <li>• The students independently develop a new topic area based on scientific methods and focus it on a concrete question within the framework of a seminar paper.</li> <li>• The students develop and give a long (30-minute) presentation and discuss the results in the plenary.</li> </ul>
Contents of the course	<p>The following thematic areas are given as examples, which are varied according to current developments:</p> <p>Part I: Introduction</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analytical Tools</li> <li>• History and Institutions of European Economic Integration</li> </ul> <p>Part II: Selected Common EU Policies</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• The Common Market</li> <li>• Competition Policy</li> <li>• Industrial Policy</li> <li>• The Common Agricultural Policy</li> <li>• Regional Policy</li> <li>• Social Policy</li> <li>• Environmental Policy</li> <li>• Transport Policy</li> </ul> <p>Part III: Specific Trade Policies of the EU</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trade Relationships with the USA</li> <li>• Trade Relationships with China</li> </ul> <p>Part IV: Migration</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Intra-EU Migration</li> <li>• Migration into the EU via the Mediterranean Sea</li> <li>• Migration into the EU via Turkey/Greece</li> <li>• The Refugee Agreement between Turkey and the EU – Background and who Gains from it?</li> </ul> <p>Part V: Specific Policies of the EU</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• The European Green Deal – Background and Possible Effects</li> <li>• The Role of the European Union in Health Policy</li> <li>• The Role of the European Union in Defence Policy</li> <li>• The Future of the Schengen Agreement – Economic and Political Analysis</li> <li>• Economic-policy Measures against the Corona Crisis on the EU Level</li> <li>• The European Rule-of-Law Mechanism and Poland</li> <li>• The European Rule-of-Law Mechanism and Hungary</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brexit – Economic and Political Analysis</li> <li>• China´s New Silk Road and the Implications for Europe</li> <li>• Advantages and Disadvantages of the EU-membership for Germany</li> </ul> <p>Part VI: European Monetary Integration</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• History of the European Monetary Integration</li> <li>• The European Monetary System</li> <li>• Costs and Benefits of a Common Currency</li> <li>• The European Monetary Integration and the Theory of Optimum Currency Areas</li> <li>• European Monetary Union: The Euro</li> <li>• Monetary and Fiscal Policy in a Monetary Union: The Operation of the Economic and Monetary Union (EMU)</li> </ul>
Teaching and learning methods	Seminary teaching, seminar
Special (e.g. online share, practice visits, guest speakers etc.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Constant, up-to-date reference of scientific abstraction and theories with practice-relevant questions</li> <li>• Guest lectures</li> <li>• Involvement of professors from foreign (usually European) universities</li> <li>• Strongly interactive teaching and learning atmosphere</li> </ul>
Recommended bibliography (Teaching and learning materials, literature)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baldwin, R., Wyplosz, C. (2019): The Economics of European Integration. 6th ed. New York: McGraw Hill.</li> <li>• Cini, M., Pérez-Solórzano Borragán, N. (2019): European Union Politics. 6th ed. Oxford: Oxford University Press.</li> <li>• De Grauwe, P. (2020): Economics of Monetary Union. 13th ed. Oxford et al.:Oxford University Press.</li> <li>• McCormick, J. (2020): Understanding the European Union: A Concise Introduction. 8th ed. Houndmills, New York: Palgrave Macmillan.</li> <li>• Molle, W.T.M. (2017): The Economics of European Integration: Theory, Practice, Policy. 5th ed. Aldershot, Burlington: Ashgate.</li> </ul>
<b>6.2 European Law</b>	
Module code	6.2
Semester or trimester	Semester
Type of course (mandatory, optional, etc.)	Compulsory in compulsory elective module 6
Frequency of the module	Once a year

Name of the university teacher	Professor Dr. Andreas Kupsch
Teaching language	English
Number of ECTS credits allocated	5
Total workload and its composition	150 h total workload, of which 60 h in-class 90 h individual pre- and post-work
semester hours	4
Type of examination/ prerequisite for the award of credit points	Written examination or examination paper
Weighting of the grade in the overall grade	50%
<b>Qualification goals of the course</b>	
a) Professional competence – knowledge	Students are familiar with the structure and legal nature of the EU. They know the European legal sources and forms of action and have developed a deeper understanding of the legislative competences and the legislative procedure in the EU. The students have acquired solid knowledge of the legal framework of the European internal market, in particular the fundamental freedoms.
b) Professional competence – skills	Students will be able to analyse economic situations with regard to their implications under European law. They are also able to recognise and appropriately consider European law influences on national law. They are able to inform themselves independently about current developments in European law.
c) Personal competence - social competence	Students improve their ability to present complex issues in an understandable way, to defend their argumentative point of view and to respond appropriately to critical queries.
d) Personal competence – independence	The students improve their ability to reduce complex issues to their core questions that are relevant for decision-making. They are able to filter out the information relevant to their specific question from a variety of data. They learn to independently define suitable application or research-oriented goals and master the use of common research tools.
Contents of the course	Seminary teaching, seminar
Teaching and learning methods	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Constant, up-to-date reference of scientific abstraction and theories with practice-relevant questions</li> <li>• Guest lectures</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Involvement of professors from foreign (usually European) universities</li><li>• Strongly interactive teaching and learning atmosphere</li></ul>
Special (e.g. online share, practice visits, guest speakers etc.)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Herdegen: Europarecht, 27. Aufl. 2021</li><li>• Hakenberg: Europarecht, 9. Aufl. 2021</li><li>• Purnhagen: Europarecht, 4. Aufl. 2022</li><li>• Schroeder: Grundkurs Europarecht, 7. Aufl. 2021</li><li>• Davies/van Munster/Düsterhöft: Understanding European Union Law, 8. Aufl. 2022</li></ul>



7 Strategic Marketing Management	
Modul-Nr./ Code	7
Modulbezeichnung	Strategic Marketing Management
Semester oder Trimester	Wintersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	7.1 International Marketing Management 7.2 Strategic Marketing Projects
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Grundkenntnisse des Marketing
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Keine
Modulverantwortung	Prof. Dr. Brigitte Kölzer
Name der/des Hochschullehrer/s	Siehe Teilmodule
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt-Workload, davon 120 h Präsenzzeit und 180 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Die Prüfung besteht aus zwei Teilleistungen. <ul style="list-style-type: none"> <li>Schriftliche Prüfung im Umfang von 90-120 min für die Teilleistungen 7.1 zur Überprüfung der erworbenen Kenntnisse zum Themengebiet (50% der Leistungspunkte)</li> <li>Prüfungsstudienarbeit mit Abschlusspräsentation in der Teilleistung 7.2 zur Überprüfung der Anwendungs- und Transferleistung des erworbenen Wissens (50% der Leistungspunkte)</li> </ul>
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,1%
Qualifikationsziele des Moduls	a) Fachkompetenz – Wissen: Die Studierenden kennen und verstehen nach Abschluss des Moduls die Methoden und Besonderheiten der strategischen Marketingplanung im internationalen Management, die Möglichkeiten und Probleme der internationalen Informationsbeschaffung und verstehen die Besonderheiten des Marketing-Planungsprozess und

	<p>der Instrumente des Marketingmix (insb. der Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik) sowohl in mittelständischen als auch international tätigen Unternehmen.</p> <p>b) Fachkompetenz – Fertigkeiten: Die Studierenden können mit Abschluss dieses Moduls die Kenntnisse auf konkrete Projekte anwenden und Marketing- und Markteintrittsstrategien in einem international tätigen Unternehmen zielgerichtet planen und umsetzen.</p> <p>c) Personale Kompetenz – Sozialkompetenz: Die Studierenden erlernen in Gruppenarbeit Führungsverhalten und Teamorientierung und erarbeiten durch Diskussionen und sozialen Austausch gemeinsame Lösungswege.</p> <p>d) Personale Kompetenz – Selbständigkeit Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls selbständig die Ausgangssituation von komplexen Marketing-Projekten analysieren, diese mit Methoden des Projektmanagements inhaltlich strukturieren und eigenständig für ein konkretes Unternehmen umsetzbare Maßnahmen entwickeln sowie diese professionell präsentieren.</p>
Inhalte des Moduls	Siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Siehe Teilmodule
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktive Verwendung der E-learning-Plattform Moodle / Learning Campus</li> <li>• Intensive Einbindung von Unternehmensprojekten, Gastreferenten und Exkursionen</li> </ul>
Literatur	<p>Siehe spezielle Literatur zu den Lehrveranstaltungen des Moduls sowie Grundlagen-Literatur zum Marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bruhn, M.: Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis , 14. Aufl., Wiesbaden 2019.</li> <li>• Homburg, C./ Krohmer, H.: Marketingmanagement. Studienausgabe: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, 7. Überarbeitete Aufl., Wiesbaden 2020</li> <li>• Kotler P./ Keller L.-K.: Marketing-Management: Konzepte-Instrumente-Unternehmensfallstudien (Pearson Studium - Economic BWL) 15. Aufl.</li> <li>• Meffert, H./ Burmann, C./ Kirchgeorg, M.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 12. Aufl., Wiesbaden 2019.</li> </ul>
<b>7.1 International Marketing Management</b>	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	7.1
Semester/Trimester	Wintersemester

Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 7
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzung	Grundkenntnisse des Marketing
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Markus Beinert
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung von 90-120 min.
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
<b>Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung</b>	
a) Fachkompetenz – Wissen:	Die Studierenden... <ul style="list-style-type: none"> <li>• kennen den Prozess der internationalen Marketingplanung und der Besonderheiten im internationalen Marketing-Mix,</li> <li>• verstehen die Unterschiede und Besonderheiten zwischen internationalen Märkten,</li> <li>• verstehen alternative internationale Marktbearbeitungsstrategien und können sie bewerten,</li> </ul>
b) Fachkompetenz - Fertigkeiten	Die Studierenden können mit Abschluss dieses Moduls: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenntnisse auf konkrete Projekte anwenden und Marketing- und Markteintrittsstrategien in einem mittelständischen Unternehmen zielgerichtet planen und umsetzen.</li> <li>• Recherchen im internationalen Kontext durchführen und Konsequenzen für die internationale Marketingplanung ableiten.</li> </ul>
c) Personale Kompetenz – Sozialkompetenz	Die Studierenden erlernen in Gruppenarbeit und durch interaktive Übungen die Reflexion der theoretischen Inhalte. Die Diskussionsfähigkeit der Studenten wird anhand von Aufgabenbesprechungen und Fallstudien gestärkt.

d) Personale Kompetenz – Selbstständigkeit	Die Teilnehmer lernen über Fallstudien und Gruppenarbeiten, ihr theoretisches Wissen auf konkrete Aufgabenstellungen der Unternehmen anzuwenden und eigenständig Problemlösungen zu entwickeln. Die Fähigkeit zur Selbstorganisation wird über Inverted Classrooms – also Aufgaben in häuslicher Vor- und Nacharbeit – gestärkt.
Inhalte der Lehrveranstaltung	<p>Teil A: Internationales Marketing</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Einführung Internationales Marketing</li> <li>2. Strategische Planung im internationalen Marketing <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Planungsprozess im internationalen Marketing</li> <li>b) Informationsgrundlagen im internat. Marketing</li> <li>c) Marktselektion und -auswahl</li> <li>d) Markteintrittsstrategien</li> <li>e) Grundsätzliche Marktbearbeitungsstrategien</li> </ol> </li> <li>3. Operative Planung des internationalen Marketing-Mix <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Produktpolitik und Brandmanagement</li> <li>b) Preis- und Konditionenpolitik</li> <li>c) Kommunikationspolitik</li> <li>d) Distributionspolitik</li> </ol> </li> <li>4. Besonderheiten der Internationalen Marktforschung</li> <li>5. Praxisorientierte Fallstudien</li> </ol>
Lehr- und Lernmethoden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vermittlung der Inhalte in kurzen thematischen Einheiten mit Übungsaufgaben und Referaten</li> <li>• Inverted Classroom – häusliche Erarbeitung der theoretischen Inhalte und Diskussion bzw. Anwendung im Unterricht</li> <li>• Fallstudien zur Vertiefung in der häuslichen Vor- bzw. Nachbereitung</li> </ul>
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Gastreferenten, Fallstudien und praktische Beispiele
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Backhaus, K./ Büschken, J./ Voeth, M.: Internationales Marketing, 6. Aufl., Stuttgart 2010</li> <li>• Berndt, R., Fantapié Altobelli, C., Sander, M.: Internationales Marketing-Management, 5. Aufl., Berlin, Heidelberg, New York 2016.</li> <li>• Hollensen, S.: Global Marketing, A Decision-oriented Approach, 7th ed., Pearson 2016.</li> <li>• Meffert, H./ Burmann, Chr./ Becker, Chr. : Internationales Marketing-Management, 4. Auflage, Wiesbaden 2010.</li> <li>• Zentes, J./ Swoboda, B./ Schramm-Klein, H.: Internationales Marketing, 3. Aufl., München 2013.</li> </ul>

7.2 Strategic Marketing Projects	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	7.2
Semester/Trimester	Wintersemester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 7
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzung	Grundkenntnisse des Marketing
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Brigitte Kölzer
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit mit Abschlusspräsentation
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
<b>Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung</b>	
a) Fachkompetenz – Wissen:	Die Studierenden verstehen die Herausforderungen der Anwendung theoretischer Kenntnisse auf praktische Fragestellungen im Marketing des Mittelstands und kennen die Vorgehensweise zur Bearbeitung von praktischen Marketingprojekten.
b) <i>Fachkompetenz - Fertigkeiten</i>	Die Studierenden können mit Abschluss dieses Moduls die Kenntnisse auf konkrete Projekte anwenden und Marketingstrategien und -instrumente in einem mittelständischen Unternehmen zielgerichtet planen und umsetzen.
c) <i>Personale Kompetenz – Sozialkompetenz</i>	Die Studierenden erlernen in der Projektarbeit in kleinen Gruppen Führungsverhalten, Kommunikationsfähigkeiten, Konfliktfähigkeit und Teamorientierung. Sie erarbeiten durch Diskussionen und sozialen Austausch gemeinsame kreative und strukturierte Lösungswege.

d) <i>Personale Kompetenz – Selbstständigkeit</i>	Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls selbständig die Ausgangssituation von komplexen Projekten analysieren, mit Methoden des Projektmanagements inhaltlich strukturieren und eigenständig für ein konkretes Unternehmen umsetzbare Maßnahmen entwickeln sowie diese professionell präsentieren.
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Vorstellung der Praxisprojekte und Briefing durch die Auftraggeber</li> <li>2. Konzeptionelle Grundlagen der strategischen Marketingplanung im internationalen Kontext und Vorgehensweise zur Entwicklung von Strategien im Mittelstand inkl. Projektstrukturierung bzw. -management</li> <li>3. Strategische Situationsanalyse und Erarbeitung einer SWOT-Analyse für ein konkretes Unternehmen</li> <li>4. Entwicklung der Positionierung und der Marketing- bzw. Markteintrittsstrategie für ein konkretes Unternehmen</li> <li>5. Entwicklung umsetzbarer Marketing-Maßnahmen für ein konkretes Unternehmen</li> <li>6. Präsentation der Konzepte</li> </ol>
Lehr- und Lernmethoden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seminaristische Vermittlung ausgewählter Lehrinhalte, auch über Gastreferenten aus Unternehmen</li> <li>• Vermittlung von Präsentationstechniken und Projektmanagement-Methoden</li> <li>• Bearbeitung von Themen in Projektgruppen von ca. 3-6 Personen</li> <li>• Wöchentliches Coaching der Teams in ihren spezifischen Fragestellungen durch den/die Dozent:in</li> </ul>
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmensprojekte, Gastvorträge und Exkursionen</li> <li>• Wöchentliches Coaching durch Dozent:in und 2-3 Präsentationen vor den Unternehmen/ Auftraggebern</li> <li>• Unterstützung der Lehreinheiten durch E-Learning-Elemente (Learning Campus / Moodle) wie z.B. Wikis, Online- Übungsaufgaben, etc.</li> </ul>
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bruhn, M.: Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis , 14. Aufl., Wiesbaden 2019.</li> <li>• Homburg, C./ Krohmer, H.: Marketingmanagement. Studienausgabe: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, 7. Überarbeitete Aufl., Wiesbaden 2020</li> <li>• Kotler P./ Keller L.-K.: Marketing-Management: Konzepte-Instrumente-Unternehmensfallstudien (Pearson Studium - Economic BWL) 15. Aufl.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Meffert, H./ Burmann, C./ Kirchgeorg, M.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 12. Aufl., Wiesbaden 2019.</li></ul>
--	---

8 Change Management	
Modul-Nr./ Code	8
Modulbezeichnung	Change Management
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	8.1 Change Management 8.2 Change Management Case Studies
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Kenntnisse in den Bereichen „Personalmanagement“ und „Organisation“ sind wünschenswert
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	
Modulverantwortung	Prof. Dr. Bettina Schiessler
Name der/des Hochschullehrer/s	Siehe Teilmodule
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt- Workload, davon 120 h Präsenzzeit und 180 h Vor- und Nacharbeit individuell und im Team
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Die Prüfung besteht aus zwei Teilleistungen: 8.1: Schriftliche Prüfung 90-120 Min. oder Prüfungsstudienarbeit 8.2: Schriftliche Prüfung 90-120 Min. oder Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,1%
Qualifikationsziele des Moduls	Die erlangten fachlichen Kenntnisse sowie persönlichen und methodischen Fähigkeiten befähigen die Teilnehmer, Veränderungsprozesse in Organisationen als Projektleiter oder Führungskräfte erfolgreich und aktiv zu gestalten  Fachliche Qualifikationsziele: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Teilnehmer lernen Gründe für Veränderungen kennen sowie die zunehmende Umweltdynamik und –komplexität zu verstehen und somit den organisationalen Wandel als einen kontinuierlichen und überlebensrelevanten Prozess zu begreifen</li> <li>• Sie lernen verschiedene Konzepte organisationalen</li> </ul>



	<p>Wandels und deren wissenschaftliche Grundlagen kennen. Die Studierenden erkennen Change Management als ein interdisziplinäres Forschungs- und Praxisfeld, indem sie die wissenschaftlichen Grundlagen/Konzepte sowohl aus der Betriebswirtschaftslehre als auch insbesondere aus der Wirtschaftspsychologie erlernen und verstehen, diese zielgerichtet zu kombinieren.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Die Studierenden erlangen Kenntnisse, wie sie im Rahmen eines wissenschaftlich fundierten, ganzheitlichen Change-Management-Ansatzes Veränderungsprozesse erfolgreich planen und praktisch umsetzen können</li><li>• Sie setzen sich mit den Barrieren organisationaler Veränderungen und deren Ursachen auseinander und lernen, mit den Widerständen und Emotionen von Mitarbeitern erfolgreich umzugehen</li><li>• Sie erlangen vertiefende wissenschaftliche und praktische Kenntnisse darüber, wie erfolgreiche Veränderungskommunikation funktioniert und lernen die Bedeutung der Mitarbeiterpartizipation als einen wesentlichen Erfolgsfaktor kennen</li><li>• Die Studierenden erlernen wesentliche Interventionsmethoden und Instrumente für die individuelle, situationsgerechte Anwendung in Veränderungsprozessen</li></ul> <p>Überfachliche Qualifikationsziele:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Durch die aktive Teilnahme an einem mehrtägigen, interaktiven „Training für Change Manager“ sammeln die Studierenden über die wissenschaftlichen Kenntnisse hinaus auch eigene praktische Erfahrungen im Change Management.</li><li>• Im Rahmen der praktischen Umsetzung des Erlernten in simulierten Veränderungsprozessen bzw. Krisensituationen erweitern die Studierenden ihre individuellen persönlichen und methodischen Fähigkeiten. Das eigene Agieren in praxisnahen Situationen und das gemeinsame Reflektieren der erlebten Situationen in der Gruppe ermöglichen erfahrungsgeladene, nachhaltige und individuelle Lernprozesse. Zudem wird durch das Training nicht nur die Selbsterkenntnis gefördert, sondern vor allem auch das Wahrnehmen/Verstehen/Akzeptieren anderer Teammitglieder und deren unterschiedlicher Verhaltensweisen und Einstellungen. Schließlich wird auch die Teamfähigkeit insgesamt gestärkt.</li><li>• Durch Praxisberichte von Gastreferenten und die Bearbeitung von Fallstudien werden die individuelle Analyse- und Problemlösungsfähigkeit sowie die Diskussions- und Argumentationsfähigkeit der Studierenden gestärkt. UnternehmensvertreterInnen schildern aktuelle Veränderungsprozesse in ihren</li></ul>
--	--

	<p>Unternehmen und diskutieren Lösungsmöglichkeiten und Strategien mit den Studierenden. Die Studierenden wenden ihre wissenschaftlichen Kenntnisse in konkreten realen Unternehmenssituationen erfolgreich an und lernen durch die vielfältigen Erfahrungsberichte der UnternehmensvertreterInnen auch, aus Fehlern erfolgreich zu lernen.</p>
Inhalte des Moduls	Siehe im Einzelnen Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Siehe Teilmodule
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Training für Change Manager (Dauer: 2-3 Tage)</li> <li>• Gastvorträge von Experten aus der Praxis</li> <li>• Unterstützung der Lehreinheiten durch E-Learning-Elemente im Learning Campus (Online- Übungsaufgaben, Bearbeitung von Fallstudien, interaktive Online-Gruppenarbeiten, Padlets, Videos etc.)</li> </ul>
Literatur	<p>Z.B.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Doppler, K./Lauterburg, C.: Change Management – Den Unternehmenswandel gestalten, Wiesbaden, 2019, 14. Aufl.</li> <li>• Frey, D./Gerhardt, M./Fischer, P. et al.: Change Management in Organisationen – Widerstände und Erfolgsfaktoren der Umsetzung, in: Rosenstiel, L. v./Domsch, M./Regnet, E. (Hrsg.): Führung von Mitarbeitern, Stuttgart, 2009, 6. Aufl., S. 561-572</li> <li>• French, W.L./Bell, C.H.: Organisationsentwicklung, Bern/Stuttgart, 1977</li> <li>• Gebert, D.: Organisationsentwicklung, in: Schuler, H. (Hrsg.): Organisationspsychologie, Bern, 2007, 4. Aufl., S. 601-616</li> <li>• Glasl, F.: Konfliktmanagement, Stuttgart, 2013, 11. Aufl.</li> <li>• Greif, S./Runde, B./Seeberg, I.: Erfolge und Misserfolge beim Change Management, Göttingen/Bern/Toronto/Seattle/Oxford/Prag, 2004</li> <li>• Kotter, J.P.: Leading Change: Why Transformation Efforts Fail, Harvard Business Review, März/April, 1995, S. 59-67</li> <li>• Kotter, J.P.: Leading Change, München, 2016, 4. Aufl.</li> <li>• Kotter, J.P./Rathgeber, H.: Das Pinguin-Prinzip – Wie Veränderung zum Erfolg führt, München, 2015</li> <li>• Landes, M./Steiner, E.: Psychologische Auswirkungen von Change Prozessen: Widerstände, Emotionen, Veränderungsbereitschaft und Implikationen für Führungskräfte; in: Landes, M./Steiner, E. (Hrsg.) Psychologie der Wirtschaft, Wiesbaden, 2013, S. 723-750</li> <li>• Lewin, K.: Group Decision and Social Change, in: Maccoby, E., Newcomb, T./Hartley, E. (Hrsg.): Readings in Social Psychology, New York, 1958, 3.</li> </ul>

	<p>Aufl., S. 197-211</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rosenberg, M.B.: Gewaltfreie Kommunikation, Paderborn, 2016, 12. Aufl.</li> <li>• Rosenstiel, L. von : Grundlagen der Organisationspsychologie, Stuttgart, 2007, 6. Aufl.</li> <li>• Schiessler, B.: Die Rolle der Organisationsentwicklung im Change Management, in: Landes, M./Steiner, E. (Hrsg.): Psychologie der Wirtschaft, Wiesbaden, 2013, S. 598-611</li> <li>• Schreyögg, G./Geiger, D.: Organisation – Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, Wiesbaden, 2016, 6. Aufl.</li> <li>• Schreyögg, G./Noss, C.: Von der Episode zum fortwährenden Prozess – Wege jenseits der Gleichgewichtslogik im Organisatorischen Wandel, in: Schreyögg, G./Conrad, P. (Hrsg.): Organisatorischer Wandel und Transformation, Wiesbaden, 2000, S. 33-62</li> <li>• Vahs, D.: Organisation, Stuttgart, 2015, 9. Aufl.</li> <li>• Zeitschrift Organisationsentwicklung</li> </ul> <p>Weitere Literatur wird in den Veranstaltungen bekanntgegeben</p>
--	---

## 8.1 Change Management

Nr./ Code der Lehrveranstaltung	8.1
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 8
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzung	Siehe oben
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Bettina Schiessler
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h Vor- und Nacharbeit individuell und im Team
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung 90-120 Min. oder Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%

<b>Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung</b>	
<p><i>Fachliche Qualifikationsziele:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Teilnehmer lernen Gründe für Veränderungen kennen sowie die zunehmende Umweltdynamik und –komplexität zu verstehen und somit den organisationalen Wandel als einen kontinuierlichen und überlebensrelevanten Prozess zu begreifen</li> <li>• Sie erlernen verschiedene wissenschaftliche Grundlagen/Konzepte organisationalen Wandels - sowohl aus der Betriebswirtschaftslehre als auch aus der Wirtschaftspsychologie - und verstehen, diese zielgerichtet zu kombinieren</li> <li>• Die Studierenden erlangen Kenntnisse, wie sie im Rahmen eines ganzheitlichen, wissenschaftlich fundierten Change-Management-Ansatzes Veränderungsprozesse nachhaltig erfolgreich planen und umsetzen können</li> <li>• Sie setzen sich mit den Barrieren organisationaler Veränderungen und deren Ursachen auseinander und lernen, mit den Widerständen und Emotionen von Mitarbeitern erfolgreich umzugehen</li> <li>• Sie erlangen vertiefende Kenntnisse darüber, wie erfolgreiche Veränderungskommunikation erfolgt und lernen die Bedeutung der Mitarbeiterpartizipation kennen</li> <li>• Die Studierenden lernen verschiedene Interventionsmethoden und Instrumente für die individuelle, situationsgerechte Anwendung in Veränderungsprozessen kennen</li> </ul> <p><i>Überfachliche Qualifikationsziele:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Siehe Modulbeschreibung oben</li> </ul>	
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisationen und Wandel</li> <li>• Strukturell-technologische und sozialwissenschaftliche Konzepte des Managements organisationalen Wandels und deren wissenschaftliche Grundlagen</li> <li>• Anforderungen an ein zeitgemäßes Change Management</li> <li>• Vorgehensweise im Rahmen eines ganzheitlichen Change Management-Konzepts</li> <li>• Widerstände und Emotionen von Mitarbeitern</li> <li>• Wie sollte die Kommunikation in Veränderungsprozessen gestaltet werden?</li> <li>• Partizipation - ein bedeutender Erfolgsfaktor</li> <li>• Kennenlernen vielfältiger Interventionsmethoden/ Instrumente für ein erfolgreiches, situationsbezogenes Veränderungsmanagement</li> <li>• Bedeutende Erfolgs- und Misserfolgskriterien im Change Management</li> <li>• Erfolgreiches Projektmanagement in Veränderungsprozessen</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Übungen, Diskussionen, konkrete Fallbeispiele aus der Praxis, Videos

Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seminaristischer Unterricht, Übungen, Diskussionen, Videos, Fallstudien</li> <li>• Unterstützung der Lehreinheiten durch E-Learning-Elemente im Learning Campus (Online- Übungsaufgaben, Bearbeitung von Fallstudien, interaktive Online-Gruppenarbeiten, Padlets, Videos etc.)</li> </ul>
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Siehe Modulbeschreibung oben
<b>8.2 Change Management Case Studies</b>	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	8.2
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 8
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzung	Siehe oben
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Bettina Schiessler / LB Florian Blencke
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h Vor- und Nacharbeit individuell und im Team
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung 90-120 Min. oder Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%

<b>Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung</b>	
<p><i>Fachliche Qualifikationsziele:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden wenden ihre in Teilmodul 8.1 gewonnenen Change Management-Kenntnisse in Fallstudien konkret an</li> <li>• Durch Erfahrungsberichte von Experten (Gastvorträge) erhalten die Studierenden weitere Einblicke in die aktuelle betriebliche Praxis. Sie erlangen wesentliche Kenntnisse über die Anwendung des Erlernten anhand konkreter Praxisfälle und diskutieren verschiedene Lösungsstrategien und Handlungsalternativen</li> <li>• In einem „Training für Change Manager“ (Dauer 2-3 Tage) erweitern die Studierenden ihre individuellen Fähigkeiten (Methoden- und Sozialkompetenzen) und Einstellungen zielgerichtet und nachhaltig, um Veränderungsprozesse in ihrer späteren betrieblichen Praxis erfolgreich gestalten zu können</li> </ul> <p><i>Überfachliche Qualifikationsziele:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zielsetzung des Moduls ist es, die Studierenden bei der praktischen Umsetzung des in Teilmodul 1 Erlernten zu unterstützen und ihre individuellen Fähigkeiten entsprechend zu erweitern.</li> <li>• Durch die Bearbeitung von Fallstudien und die Praxisberichte von Gastreferenten mit anschließenden intensiven Diskussionsrunden sollen die individuelle Analyse- und Problemlösungsfähigkeit sowie die Diskussions- und Argumentationsfähigkeit sowie Moderationsfähigkeit der Studierenden gestärkt werden.</li> <li>• Im Rahmen der aktiven Teilnahme an einem mehrtägigen „Training für Change Manager“ sammeln die Studierenden über die wissenschaftlichen Kenntnisse hinaus auch eigene praktische Erfahrungen und erweitern ihre persönlichen Fähigkeiten, Handlungsweisen und Einstellungen nachhaltig. Das eigene Agieren in praxisnahen Situationen und Reflektieren in der Gruppe ermöglicht erfahrungsgeleitete, individuelle Lernprozesse und fördert die Teamfähigkeit</li> </ul>	
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gastvorträge von UnternehmensvertreterInnen zu verschiedenen Themen aus Teilmodul 1 vorbereiten, moderieren, diskutieren und nachbereiten</li> <li>• Bearbeiten und Diskutieren von Fallstudien zu den Themen aus Teilmodul 1 (anwendungsorientierte Umsetzung der Kenntnisse)</li> <li>• Interaktives Training zur Förderung der individuellen persönlichen Kompetenzen und Einstellungen, um Change-Prozesse als (Teil)Projektleiter und/oder Führungskräfte in der Praxis erfolgreich planen und umsetzen zu können</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden	Bearbeiten von Fallstudien, Übungen, Gastvorträge, Diskussionen, interaktives Training
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Training (Dauer: 2-3 Tage)</li> <li>• Gastvorträge von UnternehmensvertreterInnen</li> <li>• Bearbeiten von Fallstudien, Übungen, Diskussionen, Seminaristischer Unterricht</li> <li>• Unterstützung der Lehreinheiten durch E-Learning-</li> </ul>

	Elemente im Learning Campus (Online-Übungsaufgaben, Bearbeitung von Fallstudien, interaktive Online-Gruppenarbeiten, Padlets, Videos etc.)
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Siehe Modulbeschreibung oben

9 Supply Chain Management	
Module code	9
Module name	Supply Chain Management
Semester or trimester	Semester
Duration of the module	1 semester
Type of course (mandatory, optional, etc.)	Compulsory elective module
Courses of the module *	9.1 Added Value and Sales Management 9.2 Concepts in Creation and Development of Supply Chains
Frequency of the module	Once a year
Access requirements	None
Applicability of the module for other degree programmes	None
Module responsibility	Prof. Dr. Ralph Kriechbaum
Name of the university teacher(s)	Prof. Dr. Ralph Kriechbaum, Prof. Dr. Eckhard Lachmann
Teaching language	English
Number of ECTS credits allocated	10
Total workload and its composition	300 h total workload, of which 120 h in-class 180 h individual pre- and post-work
semester hours	8
Type of examination/ prerequisite for the award of credit points	Written exam
Weighting of the grade in the overall grade	10 of 90 ECTS = 11,11%
Qualification goals of the module	See submodules
Contents of the module	See submodules
Teaching and learning methods of the module	See submodules
Special (e.g. online component, practice visits, guest lectures, etc.)	See submodules
Literature	See submodules
9.1 Added Values and Sales Management	
Module code	9.1
Semester or trimester	Semester



Type of course (mandatory, optional, etc.)	One semester
Frequency of the module	Winter Semester
Name of the university teacher	Prof. Dr. Ralph Krichbaum, Prof. Dr. Eckhard Lachmann
Teaching language	English
Number of ECTS credits allocated	5
Total workload and its composition	150 h total workload, of which 60 h in-class 90 h individual pre- and post-work
semester hours	4
Type of examination/ prerequisite for the award of credit points	Written examination lasting 90 min
Weighting of the grade in the overall grade	50%

#### Qualification goals of the course

##### a) Subject-related qualification objectives:

- Participants will understand the challenges in added value processes
- Students will understand the historical progression of successful added value management
- They will be able to evaluate the outcomes of different processes in value chains
- Students will learn to find ways of identifying the underlying issues in supply chains in order to influence outcomes positively
- They will understand the role of active management and leadership in managing supply chain activities
- Differences and common patterns of internal and external activities within added value chains will be discussed
- Students will understand the relationships and resulting tasks for management in procurement, storage, transport, distribution and disposal of products, services and administrative processes within added value management activities
- Students will be capable of explaining the tools of Supply Chain Management and use them in a solution-oriented manner
- Participants will understand the importance of strategic sales decisions especially in an international context
- Students will be able to decide on the pros and cons of typical sales techniques
- Students will learn to evaluate possible decision outcomes in sales management
- They will understand the role of active international selling and the necessity of customer acquisition and customer care
- Students will be capable of explaining the tools of Sales Management and use them in a solution-oriented manner

##### b) General qualification objectives

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ability to discuss problem-based questions in English in particular with an international background</li> <li>• Students will learn to work on case study problems, to find solutions, and to prepare presentations in English</li> <li>• Participants will present the outcome in front of the class, they have to justify their reasoning and will learn from each other by discussing different approaches</li> </ul>	
Contents of the course	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Added value management</li> <li>• Operations Leadership</li> <li>• Supply and market management</li> <li>• Total Cost Management</li> <li>• Strategic Sales Management</li> <li>• Sales Techniques</li> <li>• International Selling</li> </ul>
Teaching and learning methods	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentation of material in teaching units structured as seminars</li> <li>• Exercises for preparation and homework</li> <li>• Repetition questions</li> <li>• Deepening of the material based on practical cases</li> </ul> <p>Working on theory-based case studies and presenting answers to special questions</p>
Special (e.g. online share, practice visits, guest speakers etc.)	<p>Practical excercises in simulations and experiments - both practical and mental</p> <p>Excursions to relevant companies in the region</p> <p>Discussions with entrepreneurs and leading managers on questions in Added Value and Sales Management</p>
Recommended bibliography (Teaching and learning materials, literature)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concept of the Corporation (Peter Drucker, 1946)</li> <li>• Out of the Crisis (W. Edwards Deming, 1950)</li> <li>• The Machine That Changed the World: The Story of Lean Production - Toyota's Secret Weapon in the Global Car Wars That Is Now Revolutionizing World Industry (James Womack, Daniel Jones, Daniel Roos, 1991)</li> <li>• Lean Thinking: Banish Waste And Create Wealth In Your Corporation (James P. Womack Daniel T. Jones, 2003)</li> <li>• International Business: The Challenge of Global Competition, 13<sup>th</sup> ed. (Donald A. Ball, 2012)</li> <li>• Selling and Sales Management, 10<sup>th</sup> ed. (David Jobber / Geoff Lancaster, 2015)</li> <li>• How to Sell. Selling anything to anyone (Jo Qwen, 2010)</li> </ul>

## 9.2 Concepts in Creation and Development of Supply Chains

Module code	9.2
Semester or trimester	Semester
Type of course (mandatory, optional, etc.)	One semester

Frequency of the module	Winter Semester
Name of the university teacher	Prof. Dr. Ralph Kriechbaum
Teaching language	English
Number of ECTS credits allocated	5
Total workload and its composition	150 h total workload, of which 60 h in-class 90 h individual pre- and post-work
semester hours	4
Type of examination/ prerequisite for the award of credit points	Oral Exam lasting 30 min
Weighting of the grade in the overall grade	50%
<b>Qualification goals of the course</b>	
<p>a) Subject-related qualification objectives:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Participants will be able to describe Supply Chains in their complexity overarching companies and added value processes</li> <li>• Students will understand the possibilities to create and develop supply chains</li> <li>• They will be understanding and utilizing problem solving methods influences developed under the concepts of what American authors called “Lean Management”</li> <li>• Participants will be able to identify opportunities and initiate new concepts to develop multiple successful supply chain activities</li> </ul> <p>b) Interdisciplinary qualification objectives:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Case studies in small groups will reinforce the discussion and argumentation skills of the students</li> <li>• Seminar-based presentation of course content in individual units</li> <li>• Interactive preparation of class topics in groups</li> <li>• Putting theoretical knowledge into practice using concrete case studies in group work</li> <li>• Lab Days will give opportunities to apply concepts</li> </ul>	
Contents of the course	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Quality management within supply chain management</li> <li>2. Inventory management within supply chain management</li> <li>3. Concepts developed in the understanding of what American authors call Lean Management</li> </ol>
Teaching and learning methods	Class room simulations to identify challenges that may be overcome with the development of new supply chain concepts Lab work in interactive simulations of supply chain processes Excursions to relevant companies in the region
Special (e.g. online share, practice visits, guest speakers etc.)	Guest lecturers from Japan and the United States of America integrated into class discussions with students

	Live interaction with professors from the United States and Japan (online and face to face).
Recommended bibliography (Teaching and learning materials, literature)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Learning to See: Value-Stream Mapping to Create Value and Eliminate Muda (Lean Enterprise Institute, Mike Rother, John Shook, 1999)</li><li>• Zero Quality Control: Source Inspection and the Poka-Yoke System (Shigeo Shingo, Andrew Dillon) 1991</li><li>• Quality is Free (Philip Crosby, 1980)</li><li>• A Revolution in Manufacturing: The SMED System: Single- minute Exchange of Die System (Shigeo Shingo, Andrew P. Dillon)</li><li>• Managing to Learn (John Shook, 2008)</li></ul>

<b>10 Innovation and Entrepreneurship</b>	
Module code	10
Module name	Innovation and Entrepreneurship
Semester or trimester	Semester
Duration of the module	1 Semester
Type of course (mandatory, optional, etc.)	Compulsory elective module
Courses of the module *	10.1 Innovation 10.2 Entrepreneurship
Frequency of the module	Once a year
Access requirements	None
Applicability of the module for other degree programmes	None
Module responsibility	Prof. Dr. Stephanie Kapitza
Name of the university teacher(s)	NN Prof. Dr. Stephanie Kapitza
Teaching language	English
Number of ECTS credits allocated	10
Total workload and its composition	300 h total workload, of which 120 h in-class 180 h individual pre- and post-work
semester hours	8
Type of examination/ prerequisite for the award of credit points	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Examination paper for sub-module 10.1</li> <li>• Course-related examination paper for sub-module 10.2</li> </ul>
Weighting of the grade in the overall grade	10 of 90 ECTS = 11,11%
Qualification goals of the module	See submodules
Contents of the module	See submodules
Teaching and learning methods of the module	Seminar-based teaching, case studies
Special (e.g. online component, practice visits, guest lectures, etc.)	See submodules
Literature	See submodules
<b>10.1 Innovation</b>	
Module code	10.1 Innovation

Semester or trimester	Semester
Type of course (mandatory, optional, etc.)	Mandatory
Frequency of the module	Once a year
Name of the university teacher	NN
Teaching language	English
Number of ECTS credits allocated	5
Total workload and its composition	150 h total workload, of which 60 h in-class 90 h individual pre- and post-work
semester hours	4
Type of examination/ prerequisite for the award of credit points	Examination paper
Weighting of the grade in the overall grade	50%
Qualification goals of the course	<p><i>a) Subject matter learning goals:</i></p> <p>After completing this module, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• understand the importance of innovation and innovation management for successful and sustainable companies</li> <li>• recognize the innovation potential of their environment and implement it in form of innovations in companies and corporations</li> <li>• apply and evaluate methods for the development and management of innovations</li> <li>• apply tools for the development of business model innovations</li> </ul> <p><i>b) Social and methodological learning goals:</i></p> <p>After completing this module, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• develop and their own concepts in project work,</li> <li>• steer and manage their own learning process</li> <li>• discuss and argue with strengthened skills and work in a team orientated manner</li> </ul>
Contents of the course	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recognize and evaluate innovative ideas</li> <li>• Steering and controlling innovation processes</li> <li>• Innovation strategies and case studies</li> <li>• Brainstorming methods, creative processes, knowledge management</li> <li>• Success strategies of innovative companies and start-ups</li> <li>• Business Model Generation and Innovation</li> </ul>

Teaching and learning methods	Seminar style lectures
Special (e.g. online share, practice visits, guest speakers etc.)	Excursions to companies, external speakers and/or case studies possible
Recommended bibliography (Teaching and learning materials, literature)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bartl, Dietmut u.a.: Digital Innovation Playbook, Hamburg, 2016.</li> <li>• Chesbrough, Henry W.: Open innovation. The new imperative for creating and profiting from technology. Boston, 2007.</li> <li>• Lee, S. u.a.: Open innovation in small and medium enterprises – An intermediated network model, Research Policy, 39/2 (2010), S. 290-300.</li> <li>• Gassmann, U., Granig, P., Innovationsmanagement, 12 Erfolgsstrategien für KMU, Carl Hanser Verlag, München 2013</li> <li>• Verma, Rajesh / Bashir, Makhmoor: Why Business Model Innovation is the New Competitive Advantage, The IUP Journal of Business Strategy, 14 (2017), S. 7-17.</li> <li>• Tesch, Jan F. (Eds.): Business Model Innovation in the Era of the Internet of Things. Studies on the Aspects of Evaluation, Decision Making and Tooling, Cham, 2019.</li> </ul>
<b>10.2 Entrepreneurship</b>	
Module code	1.2
Semester or trimester	Semester
Type of course (mandatory, optional, etc.)	Mandatory
Frequency of the module	Once a year
Name of the university teacher	Prof. Dr. Bernhard Grupp Prof. Dr. Stephanie Kapitza
Teaching language	English
Number of ECTS credits allocated	5
Total workload and its composition	150 h total workload, of which 60 h in-class 90 h individual pre- and post-work
semester hours	4
Type of examination/ prerequisite for the award of credit points	Study-related examination paper
Weighting of the grade in the overall grade	50%

<p>Qualification goals of the course</p>	<p><i>c) Subject matter learning goals:</i></p> <p>After completing this module, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• students understand the importance of company start-ups for the national economy</li> <li>• apply central methods for the development of business models</li> <li>• Apply tools for the development, critical evaluation and placement of business ideas on the market.</li> <li>• carry out and interpret a full-fledged financial planning over the course of five years including profit and loss statement, cashflow statement and company valuation</li> </ul> <p><i>d) Social and methodological learning goals:</i></p> <p>After completing this module, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• develop their own concepts in project work, learn how to negotiate with the key interest groups involved in founding a company and present them professionally</li> <li>• discuss and argue with strengthened skills are and work in a team orientation manner</li> </ul>
<p>Contents of the course</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Development and prototyping of a real business idea</li> <li>• Creation of a business plan in exercise groups, from the business idea to the market position to determining the necessary capital requirements</li> <li>• Visualization and presentation of the concepts, defense in front of experts</li> </ul>
<p>Teaching and learning methods</p>	<p>Seminar style lectures, own case studies, presentations by participants, independent work on seminar topic guided by coaching</p>
<p>Special (e.g. online share, practice visits, guest speakers etc.)</p>	<p>Design Thinking Workshop, external speakers and/or coaches, online MOOC</p>
<p>Recommended bibliography (Teaching and learning materials, literature)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Osterwalder, A. / Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers and Challengers, New Jersey: John Wiley &amp; Sons</li> <li>• Ries, Eric (2012): Lean Startup, 1. Aufl., München: Redline</li> <li>• Hahn, C. (2018): Finanzierung von Start-up-Unternehmen: Praxisbuch für erfolgreiche Gründer: Finanzierung, Besteuerung, Investor Relations. (2.,</li> </ul>



	<p>vollst. akt. u. überarb. Aufl. 2018.). Wiesbaden: Springer Gabler</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Nagl, A. (2009): Der Businessplan - Geschäftspläne professionell erstellen Mit Checklisten und Fallbeispielen 4. Aufl. Wiesbaden: Gabler</li><li>• BayStartUP GmbH (Hrsg.): Handbuch Businessplan-Erstellung – Der Weg zum erfolgreichen Unternehmen, 2021</li></ul>
--	---

<b>11 Mindful Leadership</b>	
Modul-Nr./ Code	11
Modulbezeichnung	Mindful Leadership
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahl
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	11.1 Leadership 11.2 Mindful Business
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Bettina Schiessler
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Bettina Schiessler Dipl.-BW Kathrin Müller
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt-Workload, davon 120 h Präsenzzeit 180 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit für beide Teilmodule
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,11%
Qualifikationsziele des Moduls	Siehe Teilmodule
Inhalte des Moduls	Siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht, Fallstudien
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Siehe Teilmodule
Literatur	Siehe Teilmodule
<b>11.1 Leadership</b>	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	11.1
Semester/Trimester	Semester

Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Bettina Schiessler
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit mit Abschlusspräsentation
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%

### Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung

#### Fachliche Qualifikationsziele:

- Die Studierenden wenden ihre Kenntnisse in Fallstudien konkret an
- Durch Erfahrungsberichte von Experten (Gastvorträge) erhalten die Studierenden weitere Einblicke in die aktuelle betriebliche Praxis. Sie erlangen wesentliche Kenntnisse über die Anwendung des Erlernten anhand konkreter Praxisfälle und diskutieren verschiedene Lösungsstrategien und Handlungsalternativen
- In vielseitigen Trainingssequenzen werden die Studierenden gecoacht und erweitern so ihre individuellen Fähigkeiten (Methoden- und Sozialkompetenzen) und Einstellungen zielgerichtet und nachhaltig.

#### Überfachliche Qualifikationsziele:

- Zielsetzung des Moduls ist es, die Studierenden bei der praktischen Umsetzung des Erlernten zu unterstützen und ihre individuellen Fähigkeiten entsprechend zu erweitern.
- Durch die Bearbeitung von Fallstudien und die Praxisberichte von Gastreferenten mit anschließenden intensiven Diskussionsrunden sollen die individuelle Analyse- und Problemlösungsfähigkeit sowie die Diskussions- und Argumentationsfähigkeit sowie Moderationsfähigkeit der Studierenden gestärkt werden.
- Im Rahmen der interaktiven Übungs- und Coachingsequenzen sammeln die Studierenden über die wissenschaftlichen Kenntnisse hinaus auch eigene praktische Erfahrungen und erweitern ihre persönlichen Fähigkeiten, Handlungsweisen und Einstellungen nachhaltig. Das eigene Agieren in praxisnahen Situationen und Reflektieren in der Gruppe ermöglicht erfahrungsgeleitete, individuelle Lernprozesse und fördert die Teamfähigkeit und Kompetenzen zur Reflektion

Inhalte der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Was ist Leadership?</li> <li>• Worauf kommt es heute in der modernen Mitarbeiterführung an? Modernes Leadership</li> <li>• Leadership-Skills</li> <li>• Kommunikation und Gesprächsführung</li> <li>• Personalentwicklung und Coaching</li> <li>• Teams und Zusammenarbeit</li> <li>• Diversity</li> <li>• Ethik und Verantwortung im Management (Empowerment, Achtsamkeit, Empathie, Respekt, Wertschätzung, Resilienz...)</li> <li>• Persönlichkeit und Selbstreflektion</li> <li>• Kreativität und Ideenmanagement (Fehlerkultur schaffen, Veränderungsbereitschaft und -fähigkeit fördern, Vision)</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	Praxisvorträge und Gast sprecher, praktische Fallstudien, erfahrungsgeleitetes Lernen durch praktische Übungen
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<p>u.a.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Seliger, R. (2008). Das Dschungelbuch der Führung. Ein Navigationssystem für Führungskräfte. Carl-Auer.</li> <li>• Krusche, B. (2008). Paradoxien der Führung. Aufgaben und Funktionen für ein zukunftsfähiges Management. Carl-Auer.</li> <li>• Simon, F.B. (2009). Gemeinsam sind wir blöd!? Die Intelligenz von Unternehmen, Managern und Märkten. Carl-Auer.</li> <li>• Arnold, F. (2010). Von den Besten lernen. Carl Hanser Verlag.</li> <li>• Malik, F. (2006). Führen, Leisten, Leben. Heyne.</li> <li>• Pfläging, N. (2009). Die 12 neuen Gesetze der Führung. Der Kodex: Warum Management verzichtbar ist. Campus.</li> <li>• Pfläging, N. (2006). Führen mit flexiblen Zielen: Beyond Budgeting in der Praxis. Campus.</li> <li>• Narjes, F. &amp; Feltz, N. (2010). Fishing for Careers: Karrieremanagement zwischen Planung und Gelegenheit.</li> <li>• Radatz, S. (2001). Beratung ohne Ratschlag. Systemisches Coaching für Führungskräfte und BeraterInnen. Wien: ISCT.</li> <li>• König, E. &amp; Volmer, G. (2012). Handbuch Systemisches Coaching. Landsberg: Beltz.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Looss, W. (2006). Unter vier Augen: Coaching für Manager. Bergisch Gladbach: EHP.</li> <li>• Müller, G. (2006). Systemisches Coaching im Management. Das Praxisbuch für Neueinsteiger und Profis. Landsberg: Beltz.</li> <li>• Maslach, C. &amp; Leiter, M.P. (1997). The Truth About Burnout: How Organizations Cause Personal Stress and What to Do About It. Jossey-Bass.</li> <li>• Leiter, M.P. &amp; Maslach, C. (1999). Six Areas of Worklife: A Model of the Organizational Context of Burnout. Journal of Health and Human Services Administration, 21(4), 472-489.</li> </ul>
<b>11.2 Mindful Business</b>	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	11.2
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Dipl.-BW Kathrin Müller
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit mit Abschlusspräsentation
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
<b>Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung</b>	
a) <i>Fachkompetenz – Wissen</i>	Die Studierenden verstehen die neurowissenschaftlichen Grundlagen und Vorteile der Achtsamkeitspraxis für Mensch und Unternehmen. Sie können die erlernten theoretischen Kenntnisse auf praktische Fragestellungen in einer achtsamen Unternehmenskultur anwenden und verstehen es, achtsam zu Führen.

b) <i>Fachkompetenz - Fertigkeiten</i>	Die Studierenden können mit Abschluss dieses Moduls die Kenntnisse auf konkrete Projekte anwenden und in Unternehmen zielgerichtet planen und umsetzen. Sie sind in der Lage, Achtsamkeitsübungen anzuleiten und entsprechende Konzepte im Unternehmen zu implementieren.
c) <i>Personale Kompetenz – Sozialkompetenz</i>	Die Studierenden erlernen in der Projektarbeit in kleinen Gruppen Führungsverhalten, achtsame Kommunikationsfähigkeiten, Konfliktfähigkeit und Teamorientierung. Sie erarbeiten durch Diskussionen und sozialen Austausch gemeinsame kreative und strukturierte Lösungswege.
d) <i>Personale Kompetenz – Selbstständigkeit</i>	Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls selbständig Achtsamkeitsübungen durchführen und anleiten. Sie können eigenständig für ein konkretes Unternehmen umsetzbare Maßnahmen entwickeln sowie diese professionell präsentieren und im Unternehmen implementieren.
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Grundlagen der Achtsamkeit</li> <li>2. Achtsamkeit im Unternehmenskontext</li> <li>3. Vorstellung der Projektarbeiten (nach Möglichkeit mit Praxispartnern)</li> <li>4. Mindful Business</li> <li>5. Empathie und Mitgefühl in der Wirtschaft</li> <li>6. Mindful Leadership</li> <li>7. Präsentationen der Projekte</li> </ol>
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, interaktives Training
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	Praxisvorträge und Gast sprecher, praktische Fallstudien
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amberg, Martina: Führungskompetenz Achtsamkeit: Eine Einführung für Führungskräfte und Personalverantwortliche, Wiesbaden, 2016</li> <li>• Black, Anna: Achtsamkeit im Job, Stuttgart, 2018</li> <li>• Kabat-Zinn, John: Gesund durch Meditation: Das große Buch der Selbstheilung mit MBSR, München, 2019</li> <li>• Marturano, Janice: Mindful Leadership: Ein Weg zu achtsamer Führungskompetenz, Freiburg im Breisgau, 2015</li> <li>• Narbeshuber, Esther/ Narbeshuber, Johannes: Mindful Leader: Wie wir die Führung für unser Leben in die Hand nehmen und uns Gelassenheit zum Erfolg führt, München, 2019</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nhat Hanh, Thich: achtsam sprechen - achtsam zuhören: Die Kunst der bewussten Kommunikation, München, 2019</li><li>• Ott, Ulrich: Meditation für Skeptiker: Ein Neurowissenschaftler erklärt den Weg zum Selbst, München, 2019</li><li>• Singer, Tanja/ Ricard, Matthieu: Mitgefühl in der Wirtschaft: Ein bahnbrechender Forschungsbericht, München, 2015</li><li>• Tan, Chade-Meng: Search Inside Yourself: Optimierte dein Leben durch Achtsamkeit, Leipzig, 2015</li></ul>
--	--

Master thesis	
Module code	
Module name	Master thesis
Semester or trimester	Summer or winter semester
Duration of the module	6 months after issue
Type of course (mandatory, optional, etc.)	Mandatory
Courses of the module *	--
Frequency of the module	Every semester
Access requirements	Attainment of at least 30 ECTS from the previous semesters and achievement of the 3rd study semester
Applicability of the module for other degree programmes	--
Module responsibility	Programme Management, Prof. Dr. Bettina Schiessler
Name of the university teacher(s)	2 lecturers, at least 1 lecturer is a full-time professor of the TH Ro and of the BW Faculty
Teaching language	German or English (summary in German mandatory)
Number of ECTS credits allocated	30
Total workload and its composition	900 h total workload
semester hours	--
Type of examination/ prerequisite for the award of credit points	Graded, written documentation + defence/ oral examination
Weighting of the grade in the overall grade	30 of 90 ECTS = 33,3%
Qualification goals of the module	The student demonstrates the following qualifications within the scope of the given topic
Contents of the module	Practically and / or theoretically oriented, scientific work from the field of business, economics or leadership
Teaching and learning methods of the module	Independent, scientific development of solutions for a given topic
Special (e.g. online component, practice visits, guest lectures, etc.)	--
Literature	Depending on the topic