



KATHOLISCHE UNIVERSITÄT
EICHSTÄTT-INGOLSTADT



Modulkatalog | Sommersemester 2021 Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.)

Vorläufige Version
Letzte Aktualisierung: 11. Februar 2021

Module Catalogue | Summer Term 2021 Business Administration (M.Sc.)

Preliminary version
Last update: February 11th, 2021

Modulbeschreibungen

Advanced Consulting Case	8
Fortgeschrittene Themen der Verbraucherpsychologie für eine bessere Welt	10
Advanced Topics in Marketing	12
Algorithmen und Datenstrukturen	16
Behavioral Finance	18
Benchmarking & Positioning in Strategic Management (advanced)	20
Bilanzsteuerrecht	22
Business Model & Strategy	24
Change Management.....	28
Data Analytics Challenge	31
Data Science Methoden.....	35
Digital Business Models and Technologies	39
Empirical Finance.....	43
Entrepreneurial Networks and Start-up Management	47
Europäisches Wirtschaftsrecht	48
Fallstudien im Internationalen Management	50
Forschungs-Projektstudium	54
Forschungsprojekt Finance and Banking	58
Führung, Personal und Kooperation	60
Innovation and Creativity in Individuals, Teams and Organizations	63
Innovation und Produktentwicklung im Tourismus: Gegenwärtige Theorie und Praxis am Beispiel von Sharing Economy, China Outbound Tourismus, Boutique Hotels und Experience Design	68
Insolvenzrecht.....	72
Internationale Rechnungslegung, Prüfung und Unternehmensbewertung.....	74
Kapitalmarktorientierte Rechnungslegung.....	76
Koordinationsorientiertes Controlling	78
Kostenmanagement.....	82
Learning Agility.....	84
Lektürekurs: Data Science Konzepte.....	88
Lektürekurs zur Statistik.....	91
Management und Strategien von Automobil-Unternehmen.....	95

MA-Seminar „Aktuelle Fragen der Unternehmensbesteuerung“	99
Masterarbeit.....	102
Modelle unternehmerischer Verantwortung.....	104
Modellierung und Analyse von Retail Operations.....	108
Multinationale Unternehmen und ihre Besteuerung	112
Objektorientierte Programmierung von Heuristiken	115
Operations Scheduling	119
Projekt im Dienstleistungs- und Innovationsmanagement	122
Project in service and innovation management	122
Projektmodule Wirtschaftsinformatik.....	126
Psychologie sozialer und wirtschaftlicher Prozesse: Konflikte und Wirtschaftsmediation..	128
Restrukturierung, Sanierung und Insolvenz	132
Handelsmanagement	134
Return on Service Design & Customer Experience	138
Ringvorlesung „Nachhaltigkeit in China“ (AKII)	142
Risikomanagement	146
Seminar Accounting & Controlling	148
Seminar: „Europäisches und Internationales Handels- und Wirtschaftsrecht“	150
Seminar im Dienstleistungsmanagement	152
Seminar Operations Research.....	156
Seminar zum strategischen Management.....	160
Seminar zum Supply Chain Management.....	163
Service Analytics	167
Service Operations.....	171
Social Innovation I: Basics and Concept Development	175
Social Innovation II: Implementation und Evaluation	179
Steuerfunktion 4.0 – Kernelemente einer Digitalisierungsstrategie	183
Stochastische Modelle	186
Supply Chain Planspiel.....	190
Tax Policy	194
Theorien und Strategien des Destinationsmanagements und -marketings.....	198
The Science of Happiness: A Multi-Disciplinary and Multi-Cultural Approach to Happiness and Well-being	202

Transportlogistik	208
Unternehmensethik	212
Umsatzsteuerrecht	216
Umwandlungsrecht	219
Umwandlungssteuerrecht	221
Wirtschaftliches Prüfungswesen	223
Wirtschafts- und Unternehmensethik.....	227
Zeitreihenanalyse	228

Wirtschaftssprachen

Gestión Empresarial en España y Latinoamérica	232
Interkulturelle Kommunikation.....	234
La gestion de l'entreprise	238

Advanced Consulting Case	9
Advanced Topics in Consumer Psychology for a Better World.....	10
Advanced Topics in Marketing	14
Algorithms and Data Structures.....	17
Behavioral Finance	18
Benchmarking & Positioning in Strategic Management (advanced)	21
Tax accounting law	23
Business Model & Strategy	26
Change Management.....	30
Data Analytics Challenge.....	33
Data Science Methods.....	37
Digital Business Models and Technologies	41
Empirical Finance	45
European Business Law.....	49
Case Studies in International Management.....	52
Research Projects Seminar	56
Research Project Finance and Banking	59
Leadership, staff and cooperation	62
Innovation and Creativity in Individuals, Teams and Organizations	66
Innovation and product development in tourism: Current theory and practice at the example of sharing economy, China outbound tourism, boutique hotels and experience design.....	70
Insolvency Law	73
International Financial Reporting, Auditing and Corporate Valuation	75
Capital Market-Based Accounting	77
Coordination and Management Accounting.....	80
Cost Management	83
Learning Agility.....	86
Lecture Course: Data Science Concepts.....	89
Lectures on Statistics.....	93
Management and Strategies of Automotive Companies.....	97
MA-Seminar „Current Issues in Company Taxation“	101
Master’s Thesis.....	103

Models of entrepreneurial responsibility	106
Modeling and Analysis of Retail Operations	110
Multinational Firms and their Taxation.....	114
Object-oriented programming of heuristics.....	117
Operations Scheduling	121
Project in Service and Innovation Management	124
Projekt im Dienstleistungs- und Innovationsmanagement	124
Project Business Intelligence	127
Psychology of social and economical processes: Conflicts and business mediation.....	130
Restructuring, Reorganisation and Insolvency	133
Retail Management	136
Return on Service Design & Customer Experience	140
Lecture Series “Sustainability in China” (AKII)	144
Risk Management	147
Seminar Accounting & Controlling	149
Seminar: “European and International Commercial Law and Business Law”	151
Seminar in Service Management	154
Operations Research Seminar.....	158
Seminar on Strategic Management	162
Supply Chain Management Seminar.....	165
Service Analytics	169
Service Operations.....	173
Social Innovation I – Basics and Concept Development.....	177
Social Innovation II: Implementation and Evaluation	181
Tax function 4.0 – Core elements of a digitization strategy.....	185
Stochastic Modeling.....	188
Supply Chain Business Game	192
Tax Policy	196
Theory and Strategy in Destination management and -marketing	200
The Science of Happiness: A Multi-Disciplinary and Multi-Cultural Approach to Happiness and Well-being	205
Transportation Logistics	210
Advanced Business Ethics	214

Value Added Tax (VAT).....	218
Commutation Law	220
Restructuring of Organizations	222
Internal and external auditing.....	225
Advanced Economic Ethics.....	227
Time Series Analysis	230

Business Languages

Gestión Empresarial en España y Latinoamérica	233
Intercultural Communication.....	236
French for Management	239

Advanced Consulting Case

Advanced Consulting Case

Modulnummer | 88-021-UF03-S-VL-0408

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommersemester

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 15

Anrechenbar für | Wahlpflicht (Entrepreneurship, MARKT)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Personal und Organisation

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Referent/in | Prof. Dr. Andrej Vizjak

Lernziele/ Kompetenzen

- Studenten des Moduls wenden Ihre Kenntnisse des Theorie-/ Praxistransfers bei projektbezogenem Umgang mit einer Themenstellung aus der Praxis an.
- Die Teilnehmer entwickeln Fähigkeiten, wissenschaftliche Arbeitsmethoden für die übergreifenden Zusammenhänge des betriebswirtschaftlichen Studiums in der Praxis anzuwenden.
- Ferner können die Studenten die erlernten Präsentationsfähigkeiten übertragen und dadurch komplexes Fachwissen präsentieren.
- Studenten des Moduls entwickeln zudem ihre Projektmanagementfähigkeiten.
- Nach Abschluss des Moduls erkennen die Studenten zudem Ansätze sich einer Problemstellung aus der Sicht einer Unternehmensberatung zu nähern und können diese unter Berücksichtigung wirtschaftsbezogener Rahmenbedingungen bewerten.

Modulinhalt

- Auseinandersetzung mit aktuellen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen
- Methoden des Business Research
- Verständnis der Situation und der Herausforderung durch die Entwicklung des notwendigen Branchenwissens bzw. Marktverständnisses, Analyse von Unternehmensdaten und Erarbeitung notwendiger Managementtheorien.

Lehr-/Lernformen

- Arbeitstreffen/Diskussionsrunden
- Regelmäßige Treffen und Präsentationen des Projekt-Status.

Prüfungsmodalitäten

Zwischenpräsentation	40%
Endpräsentation	40%
Management Summary	20%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Die Studenten erarbeiten eine praxisbezogene Fragestellung selbständig und präsentieren die Zwischenergebnisse in regelmäßigen Arbeitstreffen. Hier werden die Ergebnisse hinsichtlich der Inhalte, Vorgehensweise Struktur und der Mitarbeit bewertet. Die abschließende Projektpräsentation (ca. 20-30 Minuten mit anschließender Diskussion) wird nach gleichen Kriterien bewertet.
- Die Teilung der Prüfungsleistung dient dem Erlernen projektarbeitsspezifischer Kompetenzen und der Entzerrung der Prüfungsbelastung.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

42 h = Präsenzzeit Seminar
108 h = Eigenständige Ausarbeitung Case Studies
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Hilfreich sind erste Erfahrungen bei Praktika

Advanced Consulting Case

Advanced Consulting Case

Module Number | 88-021-UF03-S-VL-0408

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Project

Participation Limit | 15

Creditable for | Compulsory elective (Entrepreneurship, MARKT)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | ABWL, Human Resource Management and Organizational Theory

Chair Owner | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Lecturer | Prof. Dr. Andrej Vizjak

Learning Outcomes

- Students of the module apply their knowledge of theory / practice transfer for project-related handling of a topic from practice.
- They develop skills and scientific working methods for the overall context of business studies in practice and can apply them
- Furthermore, the students can transfer the learned presentation skills and thus present complex expertise.
- After completion of the module, the students also recognize approaches to solve a problem from the point of view of a management consultancy and can evaluate those approaches subject to economic conditions.

Module Content

- Understanding of genuine management topics
- Business Research Methods
- Situation analysis and identification of major challenges through: Developing industry knowledge and/or market knowledge, analysis of company data
- Developing a Case
- Deriving a project plan
- Final Presentation

Teaching Methods

- Work Meetings/ open discussions
- Regular/ periodic meetings and presentation of project-status to senior consultants

Grading

Mid-Term Presentation		40%
Final Presentation	40%	
Management Summary		20%

Assessment criteria in detail

- Students have to present their approach in a kick-off meeting as well as their work in progress (mid-term presentation). Content, problem solving methods and structure are one of the main evaluation criteria. The final presentation (20-30 minutes with follow up discussion) is evaluated in the same way.
- Splitting the assessment enables students to gain project-based experience and equalize examination periods.

Average Workload

42 h = Time of attendance seminar
108 h = Independent Case study preparations
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Helpful: first practical experiences through internships

Advanced Topics in Consumer Psychology for a Better World

Fortgeschrittene Themen der Verbraucherpsychologie für eine bessere Welt

Module Number | 88-021-MS28-H-0220

Degree | Master

Semester | Summer

Type of Course | Lecture/Tutorial

Participation Limit | None

Creditable for | Mandatory elective (Business and Psychology; MARKT)

Contact Hours | 5 SWS

Number of Credits | 10 ECTS

Language | English

Chair | Innovation and Creativity

Chair Owner | Prof. Dr. Shashi Matta

Lecturer | Prof. Dr. Shashi Matta

Learning outcomes

This course on Advanced Topics in Consumer Psychology for a Better World is designed for students who want a deep dive into consumer psychology research and are prepared for designing, conducting, analyzing, and reporting original, primary consumer research.

The main objectives of this course are to:

- Critically investigate advanced theories in consumer psychology, through an immersive research project on a substantive topic on consumption
- Acquire skills for developing and executing an intensive consumer psychology research project that examines a complex issue in consumption
- Identify and examine factors that influence ethical and moral consumer behavior
- Develop and synthesize theories on how to motivate consumers to behave sustainably
- Identify and be able to explain different dimensions of consumer well-being and their relation
- Learn and apply theories and frameworks on what drives activism and organized group behavior
- Learn how to design implementable interventions for a better world using consumer psychology

Besides knowledge on advance topics in consumer psychology, students will gain soft skills such as teamwork and communication. As lectures and tutorials are held in English, and students have to write a detailed research report in English, students will have the opportunity to enhance their language skills in a professional, research setting

Module Content

Part I: Introduction to Consumer Psychology for a Better World

- Consumer Psychology and its Public Policy Impact
- Designing Marketplace Interventions using Consumer Psychology

Part II: Consumer Psychology and Marketplace Morality

- Ethical and Moral Behaviors in the Marketplace
- What Affects Consumer Ethics? Can Ethics be Primed or Trained?

Part III: Consumer Psychology and Sustainable Behaviors

- What affects (and motivates) consumers to behave sustainably?
- Can Individual Differences and Social Norms predict Sustainable behavior?

Part IV: Consumer Psychology and Well-Being

- Defining Well-Being and Understanding Dimensions of Consumer Well-Being
- Are Physical and Financial Well-Being related? How?

Part V: Consumer Psychology and Activism

- The Consumer Psychology of Political Beliefs
- Activism and Group Behavior shaped by Consumer Psychology

Teaching Methods

- Lecture
- Tutorial

Grading

Advanced Consumer Psychology Research Project and Report

100%

Assessment criteria in detail

50% of the report will consist of a team deliverable, and

50% of the report will consist of an individual deliverable for each student)

Students are required to form teams (4 students) for the Advanced Consumer Psychology Research Project. Teams will be given a choice of advanced research topics to choose from, all of which will be related to the course theme of Consumer Psychology for a Better World. Student teams will present their findings and detailed research report (30 pages, 1.5 space) during the last week of the course. Each student will submit their report which will consist of a common, team deliverable, and an individual deliverable, each valued at 50% of the total examination points.

Average Workload

64 h = Time of attendance: Lectures and Tutorials

96 h = Pre and post preparation for Lectures and Tutorials

140 h = Structured Research Project

300 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Consumer Psychology and Decision Making

Readings

- The required readings for this course include research articles published in A and A+ research journals in consumer psychology and social psychology, which will be assigned based on the choice of research topic by each student team.

Advanced Topics in Marketing

Modulnummer | 88-021-MS30-H-0221

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommersemester

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 15

Anrechenbar für | Wahlpflicht (MARKT)

Unterrichtsstunden | 2 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Absatzwirtschaft und Marketing

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Joachim Büschken

Referent/in | Prof. Dr. Joachim Büschken und Mitarbeiter

Lernziele/Kompetenzen

Die Teilnehmer:

- vertiefen ihr Wissen über wissenschaftliche Marketingtheorie,
- vertiefen ihre Fähigkeit, aktuelle Forschungsbeiträge zu Kernbereichen des Marketing zu verarbeiten, ihren Inhalt zu kommunizieren und sich selbständig Zugang zum Wissen darin zu verschaffen,
- verbessern ihre Fähigkeit, Ergebnisse aus State-of-the-Art Forschung auf Marketingentscheidungen zu transferieren,
- verbessern im Ergebnis die Fähigkeit, neues Marketingwissen unabhängig zu erwerben und dieses auf konkrete Marketingaufgaben anzuwenden.

Modulinhalt

Marketing-Strategie und tägliche Marketingpraxis dreht sich in vielen Unternehmen um fundamentale Aufgaben wie Produktmanagement, Marktsegmentierung oder Pricing. In vielen Konsumgüterbranchen hat das Aufkommen von "Big Data" daran nichts verändert

Die wissenschaftliche Marketingforschung in Bezug auf die "Fundamentals" ihrer Disziplin hat in den letzten Jahren z.T. dramatische Fortschritte erzielt, die sich in neuen empirischen wie konzeptionellen Erkenntnissen äußern. Eine wichtige Aufgabenstellung für Studierende dieser Disziplin (und Praktiker) ist daher die Fähigkeit, neue Forschungsbeiträge verarbeiten und sie zu praktischen Marketingaufgaben gezielt in Beziehung setzen zu können.

Zu diesem Zweck diskutieren wir eine Auswahl von aktuellen, fortgeschrittenen Forschungsbeiträgen zu zentralen Marketingthemen wie:

- Konsumentenverhalten
- Marktsegmentierung, Produktdifferenzierung und Pricing
- Produkt- und Service-Design
- Marketingkommunikation
- Verkauf und Distribution

und diskutieren ihre Implikationen für die Marketingpraxis. Denn Marketing ist zu allererst eine (unternehmerische) Praxis. In der Lage zu sein, Forschung mit Verbesserung dieser Praxis zu verknüpfen, steht daher im Mittelpunkt dieses Kurses.

Lehr-/Lernformen

- Diskussion der Forschungsbeiträge
- Referate und deren Diskussion
- Seminargespräch

Prüfungsmodalitäten

Portfolio bestehend aus Referat (50%) und Hausarbeit (50%).

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Jede/r Teilnehmer/in präsentiert zwei Forschungsbeiträge als mündliches Referat. Grundlage für das Referat ist eine von der/dem Teilnehmer/in erstellte, schriftliche Zusammenfassung für einen Beitrag (ca. 2 Seiten). Diese Zusammenfassung wird allen Teilnehmern vor dem Referat zur Verfügung gestellt.

Für die Hausarbeit wählt sich jede/r Teilnehmer/in einen Forschungsbeitrag selbst aus. Die Hausarbeit besteht aus einer (schriftlichen) Zusammenfassung und Diskussion der Implikationen der Ergebnisse für die Marketing-Praxis. Die Hausarbeit soll zeigen, dass ein/e Teilnehmer/in in der Lage ist, sich das Wissen in einem Forschungsbeitrag selbstständig zu erschließen und dass er/sie dieses Wissen zu Marketing als unternehmerischer Funktion in Beziehung setzen kann.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

20 h = Präsenzzeit Seminar
70 h = Literatur
20 h = Referat und –vorbereitung
40 h = Hausarbeit
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Voraussetzungen zur Teilnahme und Teilnehmersauswahl (sofern erforderlich)

Die Teilnehmer müssen mindestens 30 ECTS Punkte in Marketing- oder Marketingbezogenen Kursen auf BSc oder MSc Ebene erworben haben. Dies schließt bisher (erfolgreich) besuchte Kurse aus dem Master MARKT Programm ein. Sollte die Zahl der Interessenten 15 übersteigen, werden die Teilnehmer auf der Grundlage ihrer Leistungen in diesen Kursen ausgesucht. Bewerbungen müssen diese Information enthalten.

Literatur

Eine vollständige Liste der im Kurs diskutierten Forschungsbeiträge wird zu Beginn des Semesters veröffentlicht. Die Beiträge werden über die ILIAS Homepage des Kurses zugänglich gemacht

Advanced Topics in Marketing

Module Number | 88-021-MS30-H-0221

Degree | Master

Semester | Summer

Type of Course | Seminar

Participation Limit | 15

Creditable for | Mandatory elective (MARKT)

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Sales and Marketing

Chair Owner | Prof. Dr. Joachim Büschken

Lecturer | Prof. Dr. Joachim Büschken and assistants

Learning Outcomes

Participants:

- deepen their understanding of fundamental marketing theory,
- deepen their ability to process and communicate the content of advanced research papers on fundamental marketing topics,
- learn how to access the knowledge contained in advanced research papers independently and how to apply results to marketing management practice,
- improve on their ability to acquire new conceptual marketing knowledge independently and apply this knowledge to actual marketing tasks.

Module Content

Marketing strategy and day-to-day marketing practice in many firms is centered around marketing fundamentals such as product management, market segmentation or pricing. In many consumer industries, the advent of “big data” has not changed that.

Academic marketing research with respect to the fundamentals of the discipline has progressed rapidly in recent years, generating a wealth of new conceptual and empirical insights. A relevant issue for students (and practitioners) is to develop the capability to process the content of such advanced research and successfully relate it to marketing practice.

Towards this end, we discuss a set of advanced research papers on fundamental marketing topics such as:

- Consumer behavior
- Market segmentation, product differentiation and pricing
- Product- and service design
- Marketing communication
- Sales and distribution

and discuss their implications for marketing practice. Note that marketing is foremost a practice. To be able to link research to improvement of marketing practice is therefore at the core of this course.

Teaching Methods

- Discussion of research papers
- Presentations
- Seminar interaction

Grading

- Portfolio consisting of presentations (50%) and term paper (50%).

Assessment criteria in detail

Each participant will (orally) present two research papers in class, based on a written (1-2 page) summary of each paper. The written summary will be made available prior to presentations to all class members.

For the term paper, each participant chooses her/his “own” research paper. The paper consists of a 1-2 page summary and a discussion (3-4 pages) of the implications of the results for marketing practice. With the term

paper, participants demonstrate that they can access the knowledge in a marketing research paper independently and that they can relate its implications to marketing as a firm's function.

Workload (in hours)

20 h = Attendance Seminar
70 h = Readings
20 h = Paper and –presentation
40 h = Term paper
150 h = Total workload

Requirements and selection of participants (if needed)

Participants must have acquired at least 30 ECTS in marketing (or marketing-related) courses at BSc and/or MSc level, including Master MARKT courses. Should the number of applicants exceed 15, participants are selected based on prior grades in these courses. Applications must include this information.

Reading

A complete list of papers for in-class discussion will be made available in the first session of the course. Papers will be made accessible through the ILIAS page of the course.

Algorithmen und Datenstrukturen

Algorithms and Data Structures

Modulnummer | 88-021-MG06-H-0408

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht (BA&OR)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Lehrstuhl für Mathematik – Statistik

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Wolfgang Bischoff

Referenten | Prof. Dr. Günther Wirsching/ Prof. Dr. Wolfgang Bischoff

Lernziele/Kompetenzen

Studierende

- wenden theoretische Grundlagen des Programmierens an.
- können verschiedene Datentypen und deren Anwendung definieren.
- erlangen Einblick in Theorie und Anwendungen von Algorithmen.
- sind in der Lage Algorithmen zu analysieren und deren Funktion zu erklären.
- können die Komplexität von Algorithmen beurteilen und Maßnahmen zur Verbesserung vorschlagen.
- konzipieren und entwickeln eigene Algorithmen.

Modulinhalt

- Definition von Algorithmen und Anwendungsfälle
- Programmiersprachen und Entwicklungsumgebungen, z.B. Python
- Programmierstile
- Operatoren, Datentypen, Datenstrukturen und Kontrollstrukturen
- Sortieralgorithmen als Beispielanwendung
- Rekursion
- Komplexitätstheorie

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Übung
- Übungsaufgaben

Prüfungsmodalitäten

Klausur oder mündliche Prüfung 100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Benotung von Klausur (90 Minuten) oder mündlicher Prüfung am Ende des Semesters
- Die genaue Prüfungsform wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

45 h = Präsenzzeit Vorlesung und Übung
75 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung und Übung
30 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine

Literatur

- Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Algorithms and Data Structures

Algorithmen und Datenstrukturen

Module Number | 88-021-MG06-H-0408

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Lecture/Tutorial

Participation Limit | None

Creditable for | Mandatory elective (BA&OR)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | Deutsch

Chair | Chair of Mathematics – Statistics

Chair Owner | Prof. Dr. Wolfgang Bischoff

Lecturer | Prof. Dr. Günther Wirsching/ Prof. Dr. Wolfgang Bischoff

Learning Outcomes

Students

- apply theoretical principles of programming.
- explain several data structures and their applications.
- gain insight into the theory and applications of algorithms.
- are able to analyze algorithms and explain their function.
- can evaluate the complexity of algorithms and suggest measures for improvement.
- design and develop own algorithms.

Module Content

- Definition of algorithms and their applications
- Programming languages and programming environments (example: python)
- Programming styles
- Operators, data types, data structures, control structures
- Examples: sorting algorithms
- Recursion

ComplexityTeaching Methods

- Lecture
- Tutorial
- Exercises

Grading

Written or oral examination	100%
-----------------------------	------

Assessment criteria in detail

- Grading of written or oral examination at the end of the semester

Average Workload

45 h = Time of attendance lecture and tutorial
75 h = Preparation and postprocessing lecture and tutorial
30 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- None

Readings

- Will be announced during the lecture.

Behavioral Finance

Behavioral Finance

Module Number | 88-021-WM03-H-0120

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Lecture/Tutorial

Participation Limit | None

Creditable for | Business and Psychology (elective), Entrepreneurship and Innovation (required elective), FACT (required elective)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Economics, esp. Macroeconomics

Chair Owner | Prof. Dr. Simon Wiederhold

Lecturer | Prof. Dr. Simon Wiederhold

Learning Outcomes/Skills

- Behavioral finance uses insights from psychology to understand how human behavior influences the decisions of individual and professional investors, markets, and managers. Some decisions are simple, day-to-day choices, such as how hard we are going to study for the next test, or what brand of soda we are going to buy, but others significantly impact our financial wellbeing, such as whether we should buy a particular stock, or how we should allocate our money among various investment funds. The purpose of this lecture is to present what we have learned about financial decision-making from behavioral finance research.
- Students will develop the ability to understand how modern concepts of financial-decision making go beyond traditional concepts of finance: expected utility theory, asset pricing (CAPM), the efficient market hypothesis, and agency relationships.
- Students can describe the psychological foundations of Behavioral Finance: prospect theory, cognitive limitations and heuristics, overconfidence, and emotion. They will develop the ability to understand and assess their role in explaining investor behavior.
- Students will learn how psychology impacts financial-decision making at the level of the individual. For instance, the lecture will investigate the extent to which the faulty use of heuristics leads to suboptimal financial decision-making (e.g., familiarity bias can lead to excessive domestic and local investment; availability bias pushes people into concentrating investments in securities where information is freely available).
- Students apply the gained knowledge to assess the role of behavioral explanations for some of the central stock-market puzzles (e.g., equity premium puzzle, price bubbles, financial crisis of 2008).
- A guest lecture with PwC representatives will familiarize students with the behavior and thinking of various stakeholders (banks, investors, employees) when a firm tumbles into crisis. Based on the insights from this lecture, students will themselves develop strategies to rescue crisis-laden firms in a case study.

Module Content

- Foundations of Neoclassical Finance
 - Expected Utility Theory
 - Asset Pricing, Market Efficiency, and Agency Relationships
- Theoretical Foundations of Behavioral Finance
 - Prospect Theory
 - Framing, and Mental Accounting
- Psychological Foundations of Behavioral Finance
 - Heuristics and Biases
 - Overconfidence
- Investor Behavior
 - Implications of Heuristics and Biases for Financial Decision-Making
 - Implications of Overconfidence for Financial Decision-Making
 - Individual Investors and the Force of Emotion
- Market Outcomes
 - Behavioral Explanations for Anomalies
 - Do Behavioral Factors Explain Stock Market Puzzles?
- Case Study PwC

Teaching methods/course type

- Lecture
- Tutorial
- Case study
 - The topic of the case study is a firm that enters a severe crisis (e.g., risk of bankruptcy). From the perspective of a consultancy, students will develop strategies to rescue the firm, which at the same time meet the expectations of the stakeholders (e.g., banks and employees).
 - Successfully finishing the case study also requires a number of soft skills, such as the ability to work in a team and presentation skills.

Types of examination and grading

Written exam	100%
--------------	------

Assessment criteria in detail

- Written exam (90 minutes) at the end of the term.

Workload

28 h = Time of attendance lecture
32 h = Preparation and postprocessing lecture
28 h = Time of attendance tutorial
30 h = Preparation and postprocessing tutorial (including the case study)
32 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites in accordance with examination regulation

- Basic knowledge in microeconomics and finance

Readings

- Main reading
 - Ackert, Lucy F. and Richard Deaves (2010). Behavioral Finance Psychology, Decision-Making, and Markets. Cengage Learning.
- Further readings
 - Burton, Edwin and Sunit Shah (2013). Behavioral Finance: Understanding the Social, Cognitive, and Economic Debates. Wiley.
 - Daxhammer, Rolf J. and Máté Facsar (2012). Behavioral Finance. UVK Verlagsgesellschaft mbH. (in German)

Benchmarking & Positioning in Strategic Management (advanced)

Benchmarking & Positioning in Strategic Management (advanced)

Modulnummer | 88-021-UF10-S-SE-0408

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommersemester

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 15

Anrechenbar für | Wahlpflicht (MARKT)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | German

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Personal und Organisation

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Referent/in | Prof. Dr. Max Ringlstetter / N.N.

Lernziele/Kompetenzen

- Studenten entwickeln Fähigkeiten, wissenschaftliche Arbeitsmethoden des betriebswirtschaftlichen Studiums in einem praxisnahen Kontext einzusetzen.
- Nach erfolgreicher Beendigung des Moduls können die Studenten die verschiedenen Benchmarkingarten beschreiben und die nötigen theoretischen Techniken der Auswahl des präferierten Benchmarkingtools anwenden.
- Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studenten ferner über Kenntnisse hinsichtlich der Fundierung und Anwendung von Benchmarkingtools, der Ableitung strategischer Handlungsoptionen sowie deren Bewertung.

Modulinhalt

- Erörterung der Grundlagen der Benchmarkingmethoden und deren Vertiefung vor dem Hintergrund einer strategischen Positionierung.
- Auseinandersetzung mit der Analyse der strategischen Position organisationaler Einheiten.
- Methoden des Business Research.
- Eigenständige Durchführung einer Benchmarkinganalyse.
- Eigenständige Entwicklung einer Positionierungsstrategie.
- Eigenständige Ableitung von Handlungsempfehlungen und deren Bewertung.
- Entwicklung eines Projektplanes mit Zielstellung und Milestones.
- Ausarbeitung und Präsentation der Falllösung in Form einer PPT sowie einer Management Summary.

Lehr-/Lernformen

- Arbeitstreffen/Diskussionsrunden
- Regelmäßige Treffen und Präsentationen des Projektstatus

Prüfungsmodalitäten

Portfolio

100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

In dem Kurs wird ein Case zur praktischen Vertiefung der Lehrinhalte bearbeitet. Die Ergebnisse werden im Zuge einer Präsentation vorgestellt. Zudem ist eine schriftliche Ausarbeitung ein Teil der Prüfungsmodalitäten.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

- 42 h = Präsenzzeit
- 18 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
- 90 h = Prüfungsvorbereitung
- 150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Empfohlene Vorkenntnisse: Unternehmensführung (BA)
- Empfohlene Vorkenntnisse: Erste Erfahrungen durch Praktika.

Benchmarking & Positioning in Strategic Management (advanced)

Benchmarking & Positioning in Strategic Management (advanced)

Module Number | 88-021-UF10-S-SE-0408

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Seminar

Participation Limit | 15

Creditable for | Compulsory elective (MARKT)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | ABWL, Human Resource Management and Organizational Theory

Chair Owner | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Lecturer | Prof. Dr. Max Ringlstetter / N.N.

Learning Outcomes

- Students develop skills to use scientific working methods of business studies in a practical context.
- Upon successful completion of the module, students can describe the various types of benchmarking and apply the necessary theoretical techniques to choose the preferred benchmarking tool.
- Upon completion of the module, students will also have knowledge of the foundation and application of benchmarking tools, the derivation of policy options and their evaluation.

Module Content

- Basic benchmarking methods and their application in strategic positioning
- Analysing the market position of organizational entities
- Business Research Methods
- Self-reliant conduction of a benchmarking analysis
- Self-reliant development of a positioning strategy
- Self-reliant derivation of strategic options and their evaluation
- Development of a project plan
- Final presentation

Teaching Methods

- Work meetings/open discussions
- Regular/periodic meetings and presentation of project-status to senior consultants

Grading

Portfolio	100%
-----------	------

Assessment criteria in detail

In the course, a case is worked on for the practical consolidation of the course content. The results will be presented in the course as part of a presentation. A written elaboration is also part of the examination modalities.

Average Workload

42 h = Time attendance lecture
18 h = Preparation and postprocessing the lecture
90 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Previous Knowledge: Practical experiences to through internships
- Previous Knowledge: Corporate Management

Bilanzsteuerrecht

Tax accounting law

Modulnummer | 88-021-TX07-H-0221

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommersemester

Kurstyp | Vorlesung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht Taxation, Wahlpflicht FACT

Unterrichtsstunden | 2 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL und Betriebswirtschaftliche Steuerlehre

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Reinald Koch

Referent/en | Prof. Dr. Reinald Koch

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende des Kurses erhalten mit dieser Veranstaltung einen vertieften Einblick in die Vorschriften des deutschen Bilanzsteuerrechts. Dabei wird ihnen u.a. die Fähigkeit vermittelt, auch komplexe wirtschaftliche Sachverhalte in steuerbilanzielle Auswirkungen zu übersetzen und entsprechend darzustellen.
- Studierende erwerben Techniken zur Lösung von bilanzrechtlichen Sachverhalten. Dabei erweitern sie ihre Fähigkeiten im Umgang mit den einschlägigen Rechtsquellen und vertiefen das Verständnis für die Details und Wertbegriffe der Bilanzierung.
- Nach Abschluss des Kurses verfügen die Studierenden über das notwendige Wissen zur Abbildung auch komplexer steuerbilanzieller Sachverhalte. Ferner kennen Sie die Abbildung von Steuern im handelsrechtlichen Jahresabschluss und die Vorgehensweise zur Ermittlung der Konzernsteuerquote.

Modulinhalt

- Details der Bilanzierung von Anlagevermögen, Umlaufvermögen und des Fremdkapitals
- Bildung steuerfreier Rücklagen und Vornahme steuerlicher Sonderabschreibungen
- Besonderheiten der steuerlichen Bilanzierung bei Personengesellschaften
- Behandlung von Steuern im handelsrechtlichen Jahresabschluss (Tax Accounting) und Ermittlung der Konzernsteuerquote

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung

Prüfungsmodalitäten

Klausur 100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Die erworbenen Kenntnisse werden in einer Klausur (90 Minuten) geprüft.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

21 h = Präsenzzeit Vorlesung
56 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
0 h = Präsenzzeit Übung
0 h = Vor- und Nachbereitung Übung
73 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Empfohlen: Grundlagen der Ertragsbesteuerung und Bilanzierung

Literatur

- Weitere Literatur wird bekannt gegeben

Tax accounting law

Bilanzsteuerrecht

Module Number | 88-021-TX07-H-0221

Degree | Master

Semester | summer term

Course Type | Lecture

Participation Limit | None

Course Category | Compulsory elective Taxation, Compulsory elective FACT

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Tax Management

Chair Owner | Prof. Dr. Reinald Koch

Lecturer | Prof. Dr. Reinald Koch

Learning Outcomes

- Students attending this course will obtain a deeper insight into the German regulations governing the preparation of the tax balance sheet. Amongst others, they will learn to translate complex business cases into the consequences resulting for the tax balance sheet.
- Students gain abilities to solve tax accounting cases. Within this course they extend their skills to handle the relevant legal texts and will improve their understanding of the detailed principles of accounting.
- After having attended this course, students will have gained competences in applying relevant tax accounting provisions regarding numerous balance sheet items. Students also know how to present taxes in financial accounting annual reports and how to determine the effective tax rate of corporate groups.

Module Content

- Details of accounting for fixed assets, current assets and liabilities.
- Regulations on tax-free reserves and special tax depreciations
- Special features of tax accounting in the case of partnerships.
- Presentation of taxes in financial accounting statements (tax accounting) and determination and interpretation of the effective tax rate of corporate groups.

Teaching Methods

- Lecture

Grading

Final exam	100%
------------	------

Assessment criteria in detail

- Gained competences are tested in a written exam (90 minutes).

Average Workload

21 h = Time of attendance lecture
56 h = Preparation and postprocessing lecture
0 h = Time of attendance tutorial
0 h = Preparation and postprocessing tutorial
73 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Recommended: Profit taxation and financial accounting

Readings

- Literature is provided in the opening session

Business Model & Strategy

Business Model & Strategy

Modulnummer | 88-021-UF15-H-0221

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 20

Anrechenbar für | Wahlpflicht MARKT

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Organisation und Personal

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Referent | Prof. Dr. Max Ringlstetter / Dr. Ulrich Schumacher

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende des Moduls vertiefen ihre Kenntnisse des Theorie-/ Praxistransfers bei projektbezogenem Umgang mit einer Themenstellung aus der Praxis. Zudem sollen teils komplexe Problemstellungen und Herausforderungen aus der Praxis basierend auf selektierten Methoden eigenständig analysiert und durch die Entwicklung konkreter Handlungsoptionen bearbeitet werden.
- Sie entwickeln Fähigkeiten, wissenschaftliche Arbeitsmethoden für die übergreifenden Zusammenhänge des betriebswirtschaftlichen Studiums in der Praxis selbst in Abhängigkeit des zu lösenden Problems zu wählen, einzusetzen und kritisch zu reflektieren.
- Ferner sollen die Präsentationsfähigkeiten der Teilnehmer geschult werden.
- Studierende des Moduls wenden ihre erlernten Projektmanagementfähigkeiten in den jeweiligen Aufgabenstellungen konkret an und vertiefen diese im Rahmen der Projektarbeit.
- Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden zudem über fundiertes Wissen über Ansätze sich einer Problemstellung aus der Sicht einer Unternehmensberatung zu nähern.

Modulinhalt

- Kritische Auseinandersetzung mit aktuellen und komplexen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen und Trends (z.B. Digitalisierung, AI, Geschäftsmodelltransformation)
- Anwenden Methoden des Business Research und der empirischen Forschung.
- Verständnis der Situation und Herausforderung durch: Entwicklung des notwendigen Branchenwissens bzw. Marktverständnisses, Analyse von Unternehmens- und Marktdaten und Erarbeitung notwendiger Management-Theorie.
- Eigenständige Entwicklung einer Problemstellung und Reflexion der einhergehenden Ursachen.
- Entwicklung eines detaillierten Projektplanes mit definierten und operationalisierten Zielstellungen sowie Milestones
- Ausarbeitung und Präsentation der Falllösung in Form einer PPT sowie eines Management Summary – dies beinhaltet auch eine kritische Reflexion der zugrunde liegenden Problemstellung, der abgeleiteten Handlungsempfehlung sowie deren Implementierung.
- Des Weiteren soll auch eine kritische Rekapitulation der gesamten Projektplanung und -Durchführung stattfinden, die auch mögliche Verbesserungsvorschläge umfasst.

Lehr-/Lernformen

- Arbeitstreffen/ Diskussionsrunden
- Regelmäßige Treffen und Präsentationen des Projekt-Status

Prüfungsmodalitäten

Portfolio

100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Die Teilnehmer erarbeiten sich in Gruppen die themenrelevanten Theoriegrundlagen, welche Sie vor dem Kurs präsentieren und diskutieren. Das praxisbezogene Entscheidungsproblem wird zudem auch eigenständig in Gruppen erarbeitet und die Lösung vor dem Kurs und externen Vertretern diskutiert. Die Zwischenpräsentation dient dabei der Absicherung der Studierenden hinsichtlich des gewählten Lösungsansatzes und bildet die Grundlage der

Abschlusspräsentation. Der Management Summary stellt die schriftliche Zusammenfassung der wichtigsten Vorgehensweisen und zentralen Ergebnisse da und dient der Erörterung der präsentierten Unterlagen.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

42 h = Präsenzzeit Vorlesung

108 h = Eigenständige Ausarbeitung Case Studies (inkl. Erstellung Management Summary)

150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Hilfreich: erste Erfahrungen in Praktika gesammelt

Literatur

- El Sawy, O. A., & Pereira, F. (2013). VISOR: A unified framework for business modeling in the evolving digital space. In Business modelling in the dynamic digital space (pp. 21-35). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Johnson, M. W., Christensen, C. M., & Kagermann, H. (2008). Reinventing your business model. Harvard business review, 86(12), 57-68.

Business Model & Strategy

Business Model & Strategy

Module Number | 88-021-UF15-H-0221

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Seminar

Participation limit | 20

Creditable for | Compulsory elective (MARKT)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | ABWL, Organizational Theory and Human Resources Management

Chair Owner | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Lecturer | Prof. Dr. Max Ringlstetter / Dr. Ulrich Schumacher

Learning Outcomes

- Students advance in their knowledge of project-based work in a business setting.
- Partly complex problems and challenges from practice are to be analyzed independently based on selected methods and solved by deriving concrete options for action.
- Selection, implementation, and critical reflection of theoretical knowledge applied to solve concrete practical issues.
- Advanced knowledge of consulting methods and approaches.
- Students improve their presentation skills throughout the entire seminar.
- Students further apply their current project management skills and deepen these skills through the specific application within the practical-based project as well as during the entire class.

Module Content

- Understanding of genuine management topics
- Applying and extending business research methods as well as empirical methods
- Situation analysis and identification of major challenges through: Developing industry knowledge and/or market knowledge, analysis of company data
- Independent development of a statement problem and reflection on associated causes and root patterns.
- Elaboration and presentation of the case solution in form of a PPT and a management summary - this also includes a critical reflection of the underlying problem, the derived recommendations for action and their implementation.
- In addition, a critical recapitulation of the entire project planning and implementation should also take place, including possible suggestions for improvement.

Teaching Methods

- Work meetings/ open discussions
- Regular/periodic meetings and presentation of project-status to senior consultants

Grading

Portfolio	100%
-----------	------

Assessment criteria in detail

The participants work in groups on the relevant theoretical basics, which they present and discuss in front of the course. The practical decision-making problem is also developed in groups. The solution is discussed before the course as well as with external representatives. The intermediate presentation serves to secure the students with regard to the chosen solution approach and forms the basis of the final presentation. The Management Summary provides a written summary of the most important procedures and central results and serves to annotate the presented documents.

Average Workload

42 h = Time of attendance lecture
108 h = Independent Case study preparations (incl. Management Summary)
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Helpful: first practical experiences through internships

Readings

- El Sawy, O. A., & Pereira, F. (2013). VISOR: A unified framework for business modeling in the evolving digital space. In Business modelling in the dynamic digital space (pp. 21-35). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Johnson, M. W., Christensen, C. M., & Kagermann, H. (2008). Reinventing your business model. Harvard business review, 86(12), 57-68.

Change Management

Change Management

Modulnummer | 88-021-UF04-S-VL-0408

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommersemester

Kurstyp | Vorlesung

Teilnehmerbeschränkung | keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht (Entrepreneurship, MARKT)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Personal und Organisation

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Referent/in | Prof. Dr. Andrej Vizjak

Lernziele/Kompetenzen

- Studenten des Kurses können die grundlegenden Theorien zu Change-Management bewerten (u.a. Barrieren und Erfolgsfaktoren eines Change-Management Prozesses)
- Studenten können darüber hinaus praxisrelevante Methoden zur Initiierung und Umsetzung von Change-Management Prozessen anwenden
- Ferner können die Studenten strukturierte Problemlösungen zu Praxisbeispielen im Bereich des Change-Managements entwickeln
- Nach Abschluss des Kurses können die Teilnehmer anhand von theoretischen und praktischen Kenntnissen zu Change-Management Prozesse beurteilen

Modulinhalt

- Grundlagen zu den Theorien des Change-Managements
- Erfahrungsberichte aus der Praxis (Change Agent)
- Methodik aus Beraterpraxis
- Bearbeiten von Cases

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Vorträge
- Diskussionen

Prüfungsmodalitäten

Klausur	100%
---------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Es wird eine Abschlussklausur geschrieben. Der zeitliche Umfang der Prüfung beträgt 90 Minuten. Klausurrelevant sind die angegebene Literatur, während der Sitzungen diskutierte Inhalte, Inhalte von Praxisreferenten, vorgestellte Paper und Fallstudien.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

18 h = Präsenzzeit Vorlesung
32 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
100 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine

Literatur

- Andrej Vizjak: (Be)come The First in the World (2017)
- John P. Kotter: Leading Change (2012)

- Andrej Vizjak: Innovation Excellence in Central and Eastern Europe: A PwC Experience (2012)

Change Management

Change Management

Module Number | 88-021-UF04-S-VL-0408

Degree | Master

Semester | Summerterm

Course Type | Lecture

Participation Limit | none

Course Category | Compulsory elective (MARKT, Entrepreneurship)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | ABWL, Human Resource Management and Organizational Theory

Chair Owner | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Lecturer | Prof. Dr. Andrej Vizjak

Learning Outcomes

- Students of the course can evaluate the basic theories of change management (including barriers and success factors of a change management process)
- Students can also apply practice-relevant methods for initiating and implementing change management processes
- In addition, students can develop structured problem solutions for practice examples in the field of change management
- After completing the course, students can assess theoretical and practical change management skills

Module Content

- Basic Theories of Change Management
- Practical view through external real case experiences (Change Agent)
- Consulting methodology
- Work with Cases

Teaching Methods

- Lecture
- Speeches
- Discussion

Grading

Written Exam	100%
--------------	------

Assessment criteria in detail

A written Exam (90 Minutes) will be part of the total grading at the end of the lecturing period. Therefore, the given literature, discussed topics within the lectures and the case studies are relevant for the final exam.

Average Workload

18 h = Attendance of Lecture
32 h = Preparation and postprocessing lecture
100 h = Exam preparation
150 h = Total Workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- None

Literatur

- Andrej Vizjak: (Be)come The First in the World (2017)
- John P. Kotter: Leading Change (2012)
- Andrej Vizjak: Innovation Excellence in Central and Eastern Europe: A PwC Experience (2012)

Data Analytics Challenge

Data Analytics Challenge

Modulnummer | 88-021-MG09-H-0221

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Projektarbeit

Teilnehmerbeschränkung | 15

Anrechenbar für | Wahlpflicht (BA&OR)

Unterrichtsstunden | 2 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL und Wirtschaftsinformatik

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Thomas Setzer

Referenten | Prof. Dr. Thomas Setzer und Mitarbeiter

Lernziele/Kompetenzen

Studierende

- können eigenständig Aufgabestellungen im Bereich Business Analytics und Data Mining strukturieren.
- sind in der Lage, Vorgehensmodelle zur Datentransformation und zum Erkenntnisgewinn zu konfigurieren und hierin relevante Phasen zu gestalten und zu bewerten.
- können im Team Lösungen zu Daten-wissenschaftlichen Aufgaben erarbeiten und diskutieren.
- können Aufgaben mittels einer modernen Daten-wissenschaftlichen Sprache umsetzen und evaluieren.
- können Datenqualität und notwendige Datenverarbeitungs- und -transformationsschritte gestalten und umsetzen.
- können erstellten Code sowie erzielte Ergebnisse Theorie-fundiert und kritisch reflektieren und validieren.

Modulinhalt

Dieser Kurs vermittelt das Vorgehen bei der systematischen Gestaltung, Implementierung, Evaluation und Adjustierung von Lösungen zu Aufgaben im Bereich Business Analytics und Data Mining. Hierfür erarbeiten die Studierenden in moderierten Teams Daten-analytische Vorgehensmodelle und -methoden beispielsweise für eine im Internet verfügbare oder von Praxisorganisationen gestellte Aufgabe und den hierfür bereit gestellten Daten. Die Aufgaben können dabei auch über Internet-Plattformen öffentlich ausgeschriebene Herausforderungen (Challenges) beinhalten.

Der Kurs beinhaltet dabei folgenden Themen:

- Kategorisierung einer Aufgabe im Bereich Business Analytics und Data Science sowie Strukturierung eines entsprechenden Vorgehensmodells
- Koordination der Projektarbeit in moderierten Teams
- Daten-Exploration und -Vorverarbeitung sowie Feature-Engineering
- Entwicklung und Umsetzung datenanalytischer Verfahren sowie deren Bewertung und kontinuierliche Verbesserung
- Konzeption, Anwendung und Interpretation von Evaluations- und Validierungsmethodiken und Resultaten
- Präsentation und Diskussion des Vorgehensmodells, der Lösungsgestaltung, der Implementierung sowie der erzielten Ergebnisse

In dem Kurs wird eine moderne Sprache für Aufgaben der Datenverarbeitung und des maschinellen Lernens wie Python, R oder Java verwendet.

Lehrmethoden

- Eigenständiges wissenschaftliches Arbeiten sowie Projektarbeit im Team
- Gestaltung, Umsetzung, Verifikation, Validierung, Präsentation und Diskussion von Vorgehensmodellen und Resultaten

Prüfungsmodalitäten

Portfolio

100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Präsentation 40%
Bewertet werden die Präsentation des Zwischenstandes sowie die Abschlusspräsentation, in der das Vorgehensmodell, das algorithmische Design, die Implementierung sowie die Zwischen- und Endergebnisse vorgestellt und diskutiert werden.
- Ausarbeitung: 60%
Beschreibung des Vorgehens zur Gestaltung der Daten-analytischen Prozesse und den erzielten Erkenntnissen und Ergebnissen, inklusive erstelltem Code, im Stil eines kompakten wissenschaftlichen Artikels (Paper).

Durchschnittlicher Arbeitsaufwand (in Stunden)

15 h = Projekt- und Problemstrukturierung
 20 h = Einarbeitung in Methodik und Software/Programmiersprache/Modellierungswerkzeuge
 70 h = Datenaufbereitung und -analyse, Umsetzung und Test
 30 h = Vor- und Nachbereitung: Präsentationen und Live-Demonstration der Lösungsmethodik
 15 h = Präsenzzeit
 150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Vorkenntnisse: Fundierte Kenntnisse von Konzepten und Methoden im Bereich Business Analytics und/oder Data Science sowie sehr gute Kenntnisse einer Programmiersprache wie R, Java oder Python.
- Um zu überprüfen, ob Sie über die notwendigen Voraussetzungen für den Kurs verfügen bitten wir Sie die Implementierung einer funktionierenden Lösung, inklusive einer kurzen Beschreibung der Ergebnisse vorzunehmen. Dafür wird im Vorfeld ein Aufgabe im Bereich der Datenanalyse bekanntgegeben.

Literatur

- Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Data Analytics Challenge

Data Analytics Challenge

Module Number | 88-021-MG09-H-0221

Degree | Master

Semester | Summer

Type of Course | Project Work

Participation Limit | 15

Course Category | Compulsory Elective (BA&OR)

Contact Hours | 2 hours per week

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | BA and Business Informatics

Chair Owner | Prof. Dr. Thomas Setzer

Lecturer | Prof. Dr. Thomas Setzer and Assistants

Learning Outcomes

Students

- are enabled to structure tasks in the field of business analytics and data mining on their own.
- are able to configure process models for data transformation and knowledge gain, and to design and evaluate relevant model phases.
- can develop and discuss solutions to data-scientific tasks in a team.
- can implement and evaluate tasks using modern data-scientific programming languages.
- can design and implement data quality and necessary data processing and transformation steps.
- are enabled to critically reflect and validate the code created and the results obtained.

Module Content

This course teaches procedures for the systematic design, implementation, evaluation and adjustment of solutions for tasks in the field of business analytics and data mining. For this purpose, the students work in moderated teams to develop data-analytical process models and methods, for example for Data Science challenges available on the Internet or set by partner organizations including the data provided for this purpose. The tasks can also include challenges that are publicly advertised via internet platforms.

The course includes the following topics:

- Categorization of a task in the area of business analytics and data science and structuring of a corresponding process model
- Coordination of project work in moderated teams
- Data exploration and pre-processing as well as feature engineering
- Development and implementation of data analytical procedures as well as their evaluation and continuous improvement
- Conception, application and interpretation of evaluation and validation methodologies and results
- Presentation and discussion of procedural models, the solution design, the implementation and the results achieved

The course uses a modern language for computing and machine learning tasks such as Python, R or Java.

Teaching Methods

- Independent scientific work as well as project work in a team
- Design, implementation, verification, validation, presentation and discussion of process models and results

Grading

Portfolio	100%
-----------	------

Assessment criteria in detail

- | | |
|---|-----|
| ▪ <u>Presentation:</u> | 40% |
| The presentation of the intermediate status as well as the final presentation, in which the procedural model, the algorithmic design, the implementation as well as the interim and final results are presented and discussed, are evaluated. | |
| ▪ <u>Elaboration:</u> | 60% |

Description of the procedure for designing the data-analytical processes and the knowledge and results obtained, including the code created, in the style of a compact scientific article (paper)

Average workload (in hours)

15 h = Project und problem structuring
20 h = Introduction to methodology and software/programming language/modelling tools
70 h = Data preparation and analysis, operationalization, implementation and testing
30 h = Preparation and follow-up: presentations and live demonstration of the solution methodology
15 h = Attendance time
150 h = Total workload

Recommended precognitions/prerequisites according to examination regulations

- Recommended precognitions: In-depth knowledge of concepts and methods in the field of business analytics and/or data science as well as very good knowledge of a programming language such as R, Java or Python.
 - To check if you have the necessary prerequisites for the course, we ask you to implement a working solution, including a short description of the results. For this purpose a data analysis task will be announced in advance.
-

Readings

- To be announced in class.

Data Science Methoden

Data Science Methods

Modulnummer | 88-021-QM05-H-0120

Abschluss des Studienganges | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung und Übung

Teilnehmerbeschränkung | 19*

Anrechenbar für | Wahlpflicht (Business Analytics & OR)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortliche Lehrstühle | Statistik und Quantitative Methoden & ABWL und Wirtschaftsinformatik

Referenten | Prof. Dr. Ulrich Küsters und Prof. Dr. Thomas Setzer

Lernziele/Kompetenzen

- Die Studierenden besitzen die methodische Kompetenz und Theoriebasis und können damit wichtige praxisrelevante statistische Verfahren des Data Science benennen und erklären.
- Die Studierenden können ausgewählte Verfahren mit Hilfe einer statistischen Softwareumgebung wie R oder Python anwenden, berechnen und deren Ergebnisse interpretieren.
- Anhand der wichtigen konzeptionellen und theoretischen Erweiterungen der Methoden des Data Science eignen sich die Studierenden die Kompetenzen an, problemorientiert und kontextbezogen zu entscheiden.

Modulinhalt

- Übersicht über Data Science Methoden und grundsätzliche Verfahren des statistischen Lernens aus Daten
- Datenräume und datengeometrische Grundlagen von Data Science-Methoden
- Bias-Variance Trade-off und Fehlerdekomposition
- Verfahren des überwachten Lernens sowie zur Featurebewertung
- Modelle zur Dimensionsreduktion bzw. Featurereduktion
- Ausblick auf weitere Verfahren

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung und Übung
- Teilnehmer sollten nach Möglichkeit einen aufgeladenen Laptop mit vorinstallierter Software mit in die Veranstaltungen mitnehmen. Die zu installierende Software wird noch bekannt gegeben.

Prüfungsmodalitäten

- Klausur oder mündliche Prüfung (100 %)

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Prüfung am Ende des Semesters

Arbeitsaufwand (in Stunden)

28 h = Präsenzzeit Vorlesung
28 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
28 h = Präsenzzeit Übung
28 h = Vor- und Nachbereitung Übung
38 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand insgesamt

Empfohlene Vorkenntnisse

- Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler
- Deskriptive Statistik und Wahrscheinlichkeitstheorie
- Induktive und Multivariate Statistik
- Empfehlenswert sind Grundkenntnisse in einer Programmiersoftware, z.B. R oder Python.
- Ideal, aber nicht zwingend erforderlich, ist eine Teilnahme am Kurs Data Science Werkzeuge.

Literatur

Wird in der ersten Einheit der Veranstaltung bekannt gegeben.

Data Science Methods

Data Science Methoden

Module Number | 88-021-QM05-H-0120

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Lecture and Exercise

Participation limit | 19*

Course Category | Compulsory elective (Business Analytics)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Statistics and Quantitative Methods & BA and Business Informatics

Lecturer | Prof. Dr. Ulrich Küsters and Prof. Dr. Thomas Setzer

Learning Outcomes

- The students possess the methodical competence and the theoretical basis and can thus name and explain important statistical methods of data science relevant to practice.
- Students can apply and compute selected methods with the help of a statistical software environment such as R or Python and interpret their results.
- By means of the important conceptual and theoretical extensions of the methods of data science, students acquire the competences to make problem-oriented and context-related decisions.

Course Content

- Overview of Data Science Methods and Basic Procedures of Machine Learning
- Data rooms and data geometric basics of machine learning
- Bias-Variance Trade-off and Error Decomposition
- Methods of supervised learning and feature assessment
- Models for dimension reduction or feature reduction
- Outlook

Teaching Methods

- Lecture and Exercise
- If possible, participants should take a charged laptop with pre-installed software with them to the events. The software to be installed will be announced.

Grading

- Final exam (100%)

Assessment criteria in detail

- Written exam at the end of semester

Average Workload

28 h = Time of attendance lecture

28 h = Preparation and postprocessing lecture

28 h = Time of attendance tutorial

28 h = Preparation and postprocessing tutorial

38 h = Exam preparation

150 h = Total workload

Previous Knowledge

- Mathematics for Business
- Descriptive Statistics and Probability Theory
- Statistical Inference and Multivariate Statistics
- Basic knowledge of statistical programming software such as R or Python is recommended. Participation in the course Data Science Tools is ideal, but not mandatory.

Readings

Will be announced in the kick off meeting

Digital Business Models and Technologies

Digital Business Models and Technologies

Modulnummer | 88-021-IFM02-H-0317
Abschluss des Studiengangs | Master
Semester | Sommer Semester
Kurstyp | Vorlesung/Übung
Teilnehmerbeschränkung | 20
Anrechenbar für | Wahlpflicht (BA&OR; ENTRE)
Unterrichtsstunden | 4 SWS
Leistungspunkte | 5 ECTS
Sprache | Englisch
Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL und Wirtschaftsinformatik
Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Thomas Setzer
Referenten | Prof. Dr. Thomas Setzer und Mitarbeiter

Lernziele/Kompetenzen

- Teilnehmer verstehen die fundamentalen Konzepte digitaler Ökosysteme und digitaler Transformation.
- Sie haben wirtschaftliches und technisches Wissen um digitale Geschäftsmodelle, von E-Commerce bis zu Cyber-Physischen Modellen, einzuordnen und zu verstehen wie und warum sie funktionieren.
- Die Studierenden kennen die zentralen Rollen von Informationssystemen, Plattformen, Kunden- und Partnernetzwerken, Wertemechanik, sowie insb. die Rolle von Daten in digitalen Geschäftsmodellen.
- Auf Basis ihres theoretischen Verständnisses, praxis-orientierten Use-Cases und der Entwicklung und Analyse digitaler Geschäftsmodelle und zugehöriger Software-Komponenten können die Studierenden digitale Geschäftsmodelle entwickeln, kritisch und aus diversen Blickwinkeln bewerten, sowie Anforderungen an Informationssysteme einschätzen und digitale Transformationen reflektiert planen und umsetzen.
- Die Studierenden sind in der Lage, ihr Geschäftsmodell zu entwickeln, präsentieren und zu demonstrieren.

Modulinhalt

Die Veranstaltung vermittelt theoretische und praxis-bezogene Konzepte, wie heutige Informationssysteme und Technologien gemeinsam mit fortschrittlicher Algorithmik und Datenanalyse neue, disruptive digitale Geschäftsmodelle und -systeme ermöglichen. In Fallbeispielen sowie der Entwicklung und Analyse von Software-Komponenten digitaler Geschäftsmodelle können die Studierenden digitale Geschäftsmodelle entwickeln, kritisch und aus diversen Blickwinkeln bewerten sowie Anforderungen an Informationssysteme einschätzen und digitale Transformationen reflektiert planen und umsetzen. Die Studierenden entwickeln in Teams eigene digitale Geschäftsmodelle und präsentieren diese in unterschiedlichen Stadien während des Kurses.

Die Veranstaltung beinhaltet folgende Themen:

- Einführung in grundlegende Konzepte digitaler Transformation und digitaler Ökosysteme
- Analyse und Bewertung digitaler Geschäftsmodelle
- Enabler-Technologien für digitale Geschäftsmodelle
- Wertemechanik und die Rolle von Plattformen, Netzwerken, Netzwerkgröße und Daten
- Innovation durch Continuous Engineering und Rapid Experimentation
- Cyper-physische Geschäftsmodelle, Mobilität, Internet der Dinge

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Übung

Prüfungsmodalitäten

Klausur (45 Minuten)	50%
Dokumentation und Präsentation	50%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Sämtliche Prüfungsleistungen sind in englischer Sprache zu erbringen.
- In dem Kurs erarbeiten Teams von Studierenden digitale Geschäftsmodelle und entsprechende Prototypen, wobei hierbei auch die Präsentation, Dokumentation und Verteidigung der Modelle eine

zentrale Rolle spielt, daher ist ein Teil der Prüfungsleistung zwingend als Präsentation- und Dokumentationsleistung zu erbringen.

- Der Kurs beinhaltet allerdings neben praktischen Erkenntnissen im Themenbereich der Digitalisierung die Vermittlung grundlegender theoretischer Konzepte, Algorithmen und analytische Verfahren, die im digitalen Business heutzutage eine zentrale Rolle spielen. Diese können nur im Rahmen einer schriftlichen Klausur abgeprüft werden. Daher ist aus didaktischen Gründen, neben der Prüfung der Dokumentation und Präsentation, eine schriftliche Klausur erforderlich.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

45 h = Präsenzzeit Vorlesung und Übung
75 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung und Übung
30 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine

Literatur

- Wird in der ersten Veranstaltung bekannt gegeben

Digital Business Models and Technologies

Digital Business Models and Technologies

Module Number | 88-021-IFM02-H-0317

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Lecture/Tutorial

Participation Limit | 20

Creditable for | Compulsory Elective (BA&OR; ENTRE)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | BA and Business Informatics

Chair Owner | Prof. Dr. Thomas Setzer

Lecturer | Prof. Dr. Thomas Setzer and Assistants

Learning Outcomes

- The participants understand the principles of digital ecosystems and digital transformation.
- Students have the economical and technical background to categorize digital business models, from e-commerce to cyber-physical systems, and to understand how and why they work.
- In addition, students understand the roles of information systems and technologies, platforms, customer & business networks, value proposition and the key role of data in digital business models.
- Based on their theoretical understanding of the mechanisms that rule—and technologies that enable—digital business, real-world use-cases, and the development of respective software components during tutorials, the participants can critically assess digital business models from different angles, are enabled to assess information systems requirements, and master challenges in digital transformation.
- Students can develop business models in a structured fashion and can present and defend their model appropriately.

Module Content

This course provides a theory- and practice-based understanding of how today's information systems and technologies, together with advanced algorithms and data analytics enable new digital business models and systems and disrupt existing markets. The participants apply their knowledge in real-world use cases and by developing respective software components during tutorials. In teams, students will develop digital business models and will present (and pitch) their ideas and approaches over different phases throughout the course. The course includes the following topics:

- Introduction to the foundations of digital transform and digital ecosystems
- Digital business model types and enabler technologies
- Value proposition and the roles of platforms, networks, scale and data
- Innovation by continuous engineering and rapid experimentation
- Cyber-physical business models, mobility, the Internet of Things

Teaching Methods

- Lecture
- Tutorial (Exercise)

Grading

Written examination (45 minutes)	50 %
Documentation and Presentation	50 %

Assessment criteria in detail

- All examination, documentations as well as presentations will be in English.
- In the course, teams of students work on digital business models and corresponding prototypes. The presentation, documentation and defense of the models plays a key role in this process, so presentation, documentation and defense are mandatory parts of the grading.
- However, the course includes not only practical knowledge in the field of digitalisation but also the teaching of basic theoretical concepts, algorithms and analytical procedures that play a central role in digital business today. These can only be examined in a written exam. Therefore, for didactic reasons, a written exam is required in addition to the examination of documentation and presentation.

Average Workload

45 h = Time of attendance lecture and tutorial
75 h = Preparation and postprocessing lecture and tutorial
30 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- None

Readings

- To be announced in class

Empirical Finance

Empirical Finance

Modulnummer | 88-021-FI15-H-0408
Abschluss des Studiengangs | Master
Semester | Sommer
Kurstyp | Vorlesung/Übung
Teilnehmerbeschränkung | Keine
Anrechenbar für | Wahlpflicht (FACT, BA&OR)
Unterrichtsstunden | 4 SWS
Leistungspunkte | 5 ECTS
Sprache | Englisch
Lehrstuhl | ABWL, Finanzierung und Banken
Lehstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Thomas Mählmann
Referent/in | Prof. Dr. Thomas Mählmann

Lernziele/Kompetenzen

Die Studierenden:

- lernen durch konkrete Anwendungen ausgewählte ökonometrische Verfahren kennen.
- befassen sich intensiv mit den Vor- und Nachteilen verschiedener Regressionsverfahren und Koeffizientenschätzern.
- diskutieren die Voraussetzungen zur Anwendung dieser Verfahren und Möglichkeiten zur Problemlösung.
- erstellen im Rahmen von Übungen und Fallstudien eigenständige Regressionsanalysen für ausgewählte Anwendungsbereiche (bspw. zum Testen von Kapitalmarktmodellen, zur Kapitalkostenschätzung und Bewertung von Unternehmen).
- befassen sich mit der Durchführung einer empirischen Arbeit auf dem Niveau von anerkannten wissenschaftlichen Artikeln inkl. Datenerhebung, Aufbereitung, Auswertung und Interpretation.
- lernen mit der Datenbank Bloomberg und der Statistiksoftware Stata zu arbeiten.
- erlernen wissenschaftliches Arbeiten durch die Aufarbeitung von wissenschaftlichen Artikeln aus renommierten Zeitschriften.

Modulinhalt

- Ausgewählte grundlegende und fortgeschrittene ökonometrische Verfahren, insb. OLS, FGLS, Panelverfahren und Zeitreihenmodelle
- Auswahl und Analyse von geeigneten Testverfahren zur Beurteilung der Güte der Schätz- und Prognoseergebnisse
- Anwendung von Regressionsmodellen im Rahmen der Analyse theoretischer Modelle und Schätzung bzw. Prognose von Parametern für praxisrelevante Problemstellungen

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung und Übung

Prüfungsmodalitäten

Bearbeitung von 4 englischsprachigen Mini-Case-Studies	40%
Klausur	60%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- | | |
|--|-----|
| ▪ Bearbeitung von 4 englischsprachigen Mini-Case-Studies in Einzel- oder Zweiergruppen | 40% |
| ▪ Klausur in englischer Sprache, Dauer 60 Minuten | 60% |

Arbeitsaufwand (in Stunden)

45 h = Präsenzzeit Vorlesung
45 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
60 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

Die Veranstaltung ist für fortgeschrittene Studierende geeignet. Vorkenntnisse in Programmierung sind nicht erforderlich.

Literatur

- Verbeek, M. (2008): A guide to modern econometrics, 3rd ed., Wiley
- Wooldridge, J. M. (2009): Introductory econometrics – a modern approach, 4th ed., South-Western
- Copeland, T. E., Weston, F. J., Shastri, K. (2005): Financial theory and corporate policy, 4th ed., Pearson
- Damodaran, A. (2001): Investment valuation, 2nd ed., Wiley
- Fama, E. F., MacBeth, J. (1973): Risk, return and equilibrium: Empirical test. Journal of Political Economy 81, 607-636
- Fama, E. F., French, K. (1992): On the cross-section of expected stock returns. Journal of Finance 47, 427-466
- Haugen, R. A. (2001): Modern investment theory, 5th ed., Prentice Hall
- Newey, W. K., West, K. (1987): A simple positive semi-definite, heteroskedasticity and autocorrelation consistent covariance matrix. Econometrica 55, 703-708
- White, H. (1980): A heteroskedasticity-consistent covariance matrix estimator and a direct test for heteroskedasticity. Econometrica 48, 817-838

Empirical Finance

Empirical Finance

Module Number | 88-021-FI15-H-0408

Degree | Master

Semester | Summer term

Type of Course | Lecture/Tutorial

Creditable for | Compulsory elective (FACT, BA&OR)

Participation Limit | None

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Finance and Banking

Chair Owner | Prof. Dr. Thomas Mählmann

Lecturer | Prof. Dr. Thomas Mählmann

Learning outcomes

Students:

- become familiar with selected econometric methods typically applied in finance.
- study the advantages and disadvantages of several regression procedures and estimators.
- discuss conditions that are necessary in order to apply these methods and also ways to resolve possible issues.
- independently model and conduct regression analyses for selected areas of application in the context of exercises and case studies (e.g. test of capital market models, estimation of capital costs and business valuation)
- experience the procedure and conduction of an empirical analysis on the level of recognized academic literature including data selection and processing, analysis and interpretation of results.
- learn to use the database Bloomberg and the statistical software Stata.
- are introduced to scientific working by analyzing academic papers of recognized journals.

Module Content

- Selected econometric methods in particular OLS, FGLS, panel methods and time series models.
- Test procedures in order to assess the quality of the prediction and estimate results.
- Application of regression models to analyse theoretical models and estimate or predict parameters for practical applications.

Teaching Methods

- Lecture and Tutorial

Grading

4 small case studies	40%
Exam	60%

Assessment criteria in detail

▪ 4 small case studies in groups of one or two students in English language	40%
▪ Nonrecurring Exam in English, Exam	60%

Average Workload

45 h = Time of attendance lecture
45 h = Preparation and postprocessing lecture
60 h = Effort for final exam incl. preparation for the exam
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- For advanced students. Previous experience with programming is not required.

Readings

- Verbeek, M. (2008): A guide to modern econometrics, 3rd ed., Wiley

- Wooldridge, J. M. (2009): Introductory econometrics – a modern approach, 4th ed., South-Western
- Copeland, T. E., Weston, F. J., Shastri, K. (2005): Financial theory and corporate policy, 4th ed., Pearson
- Damodaran, A. (2001): Investment valuation, 2nd ed., Wiley
- Fama, E. F., MacBeth, J. (1973): Risk, return and equilibrium: Empirical test. *Journal of Political Economy* 81, 607-636
- Fama, E. F., French, K. (1992): On the cross-section of expected stock returns. *Journal of Finance* 47, 427-466
- Haugen, R. A. (2001): Modern investment theory, 5th ed., Prentice Hall
- Newey, W. K., West, K. (1987): A simple positive semi-definite, heteroskedasticity and autocorrelation consistent covariance matrix. *Econometrica* 55, 703-708
- White, H. (1980): A heteroskedasticity-consistent covariance matrix estimator and a direct test for heteroskedasticity. *Econometrica* 48, 817-838

Entrepreneurial Networks and Start-up Management

Unternehmensnetzwerke und Gründungsmanagement

Module Number | 88-021-EPS02-H-0408

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Lecture/Seminar

Participation Limit | 25

Creditable for | Pflicht (Entrepreneurship/ Digital Customer Experience & Service Design)

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Chair of Tourism

Chair Owner | Prof. Dr. Harald Pechlaner

Lecturer | Prof. Dr. Harald Pechlaner

Learning Outcomes

- Students of the module “Entrepreneurial Networks and Start-up Management” learn about the establishment of Networks and the success of networks for Start-ups
- Students gain the ability to think critically about networks in the context of regional development solve income tax related business cases including the application of their knowledge to new cases.
- Furthermore they learn about attraction points and their special role in creating attractive networks
- After attending the module students will have gained a comprehensive overview of Entrepreneurial Networks and Start-up Management in theory and practice

Module Content

- Introduction in Entrepreneurship
- Introduction in Entrepreneurial Networks and Start-up Management
- Introduction in culture as an enabler for development
- Research in the importance of Networks for the development of Ingolstadt

Teaching Methods

- Lecture
- Tutorial
- Teamwork
- Homework

Grading

Portfolio	50%
Presentation	50%

Assessment criteria in detail

- Students present their outcomes from the research

Average Workload

50 h = Time of attendance lecture/tutorial
100 h = Preparation of interviews, presentation and portfolio
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- None

Readings

- Literature is provided in the Opening Session.

Europäisches Wirtschaftsrecht

European Business Law

Modulnummer | 88-021-WR08-S-VL-0408

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht (FACT)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Bürgerliches Recht, deutsches und internationales Handels- und Wirtschaftsrecht

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. iur. Claus Luttermann

Referent/in | Prof. Dr. iur. Claus Luttermann

Lernziele/Kompetenzen

- Ziel der Vorlesung ist der Erwerb vertiefter Kenntnisse im Europäischen Wirtschaftsrecht.
- Die Studenten entwickeln ein Verständnis für dessen Ausgestaltung als supranationale Rechts- und Wirtschaftsordnung.
- In der begleitenden Übung werden die Inhalte fallbezogen aufgearbeitet.

Modulinhalt

- Grundlagen zum Recht der Europäischen Union
- Europäischer Binnenmarkt und Grundfreiheiten
- Europäisches Wirtschaftsrecht im Besonderen

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Übung

Prüfungsmodalitäten

Klausur (90 Minuten)	100%
----------------------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Klausur am Ende des Semesters

Arbeitsaufwand (in Stunden)

24 h = Präsenzzeit Vorlesung
50 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
18 h = Präsenzzeit Übung
32 h = Vor- und Nachbereitung Übung
26 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Privatrecht II

Literatur

- Herdegen, Europarecht, 14. Auflage 2012.
- Pache, Fallhandbuch Europäisches Wirtschaftsrecht, 2. Auflage 2010.

European Business Law

Europäisches Wirtschaftsrecht

Module Number | 88-021-WR08-S-VL-0408

Degree | Master

Semester | Summer

Type of Course | Lecture/Tutorial

Participation Limit | None

Creditable for | Compulsory elective (FACT)

Contact hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | International Business Law

Chair Owner | Prof. Dr. iur. Claus Luttermann

Lecturer | Prof. Dr. iur. Claus Luttermann

Learning Outcomes

- The aim of this event is to achieve further knowledge of European Business Law as supranational legal and economic order.
- Within the tutorial the contents shall be strengthened by dealing with practical cases.

Module Content

- Basics of European Law
- European internal market and the fundamental freedoms
- European Business Law in particular

Teaching Methods

- Lecture
- Tutorial

Grading

Final exam (90 Minutes)	100%
-------------------------	------

Assessment criteria in detail

- Written Exam at the end of semester

Average Workload

24 h = Time of attendance lecture
50 h = Preparation and postprocessing lecture
18 h = Time of attendance tutorial
32 h = Preparation and postprocessing tutorial
26 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Private Law II

Readings

- Herdegen, Europarecht, 14. Auflage 2012.
- Pache, Fallhandbuch Europäisches Wirtschaftsrecht, 2. Auflage 2010.

Fallstudien im Internationalen Management

Case Studies in International Management

Modulnummer | 88-021-IM09-H-1216

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer Semester

Kurstyp | Projekt

Teilnehmerbeschränkung | 30

Anrechenbar für | Wahlpflicht (MARKT; Digital Customer Experience & Service Design)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL und Internationales Management

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Katja Gelbrich

Referenten | Prof. Dr. Katja Gelbrich

Lernziele/Kompetenzen

Den Studierenden wird vermittelt, auf welche Herausforderungen sich Unternehmen einstellen müssen, wenn sie auf internationalen Märkten tätig werden. Der Kurs befasst sich insbesondere mit einem breiten Spektrum von Fragestellungen des Internationalen Managements, wie z.B.:

- Entwicklung internationaler Marktbearbeitungsstrategien und der Anpassung von Produkten, Preisen, Vertriebskanälen und Kommunikation an weltweite Zielmärkte
- Bewertung des Umfelds für die Geschäftstätigkeit auf ausländischen Märkten (d.h. Analyse des wirtschaftlichen, finanziellen, rechtlichen, politischen und kulturellen Umfelds)
- Entwicklung einer angemessenen Organisationsstruktur für multinationale Konzerne
- Auswahl von geeigneten Managementstrategien und Führungsstilen, die internationales Wachstum ermöglichen und fördern
- Weitere Fragen im Zusammenhang mit der internationalen Geschäftstätigkeit

Nach erfolgreicher Beendigung des Moduls können die Studierenden verstehen, inwieweit sich nationale von internationalen Managementstrategien unterscheiden. Sie lernen, wie Unternehmen erfolgreich auf ausländischen Märkten agieren können. Ein Hauptziel dieses Kurses ist, erworbenes Wissen über Marketing und Management aus vorherigen Vorlesungen im internationalen Kontext anwenden zu können.

Die Teilnehmer erwerben die Fähigkeiten, über die geeigneten analytischen Methoden für ein bestimmtes Management-Problem zu entscheiden, diese Methoden in angemessener Weise anzuwenden und die Ergebnisse logisch zu interpretieren, um das Management-Problem zu lösen.

Die Bearbeitung der Fallstudie(n) in Gruppen trägt zu einer Verbesserung der Team- und Konfliktlösungsfähigkeit bei. Außerdem trainieren und verbessern die Teilnehmer ihre Präsentationsfähigkeiten. Zwar beraten die Kursleiter die Teilnehmer und geben Feedback, jedoch wird weitgehend ein selbständiges Arbeiten an der/den Fallstudie/n und Erarbeiten der Lösung verlangt.

Modulinhalt

Der Kursinhalt ist abhängig von der/den jeweiligen Fallstudie(n) und kann einen oder mehrere der folgenden Schwerpunkte enthalten:

- Internationale Marketingstrategien
- Markteintrittsentscheidungen und internationales Wachstum
- Organisationsstrukturen eines multinationalen Unternehmens
- Digitalisierung im Rahmen der internationalen Geschäftstätigkeit
- Internationales Personalmanagement

Die Teilnehmer lösen eine oder mehrere Fallstudie(n). Die Anzahl der zu bearbeitenden Fallstudien ergibt sich aus dem Umfang der jeweiligen Aufgabenstellung. Bei der Lösung der Fallstudie(n) sollen die Studierenden vorhandene Informationen strukturieren und externe Daten (z.B. Wirtschaftsdaten der Weltbank) sammeln, um die Problemstellung umfassend einschätzen zu können. Die gesammelten Daten sollen dann mit Hilfe verschiedenster Analysemethoden ausgewertet werden. Hierbei sollen statistische Analysemethoden (z.B. Regressions- und Clusteranalyse mit SPSS) und Instrumente der strategischen Planung (z.B. SWOT- und PEST-Analyse) Anwendung finden. Auf Grundlage der gewonnenen Erkenntnisse sollen geeignete Strategien zur Lösung der Fallstudie(n) erarbeitet werden.

Lehrmethoden

- Literaturrecherche und -auswertung
- Datenanalyse mit SPSS
- Online-Tutorials
- Kursbesprechungen
- Unterredungen mit den Kursleitern
- Präsentation und Diskussion von Ergebnissen und ihren Konsequenzen im Kurs

Prüfungsmodalitäten

Portfolio

100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Die Studierenden erarbeiten in Teams die Lösung einer Fallstudie, welche Sie in schriftlicher Form ausarbeiten und als Team präsentieren.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

42 Std. = Anwesenheit während der Einführung, Besprechungen, Präsentationen

108 Std. = Selbständige Vorbereitung der Fallstudie(n)

150 Std. = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Vorherige Teilnahme am Kurs „Empirische Managementforschung“
- Kenntnisse im Bereich Marketing und Management

Literatur

- Weitere Informationen über die Fallstudie(n) und Literaturempfehlungen werden in der Einführung gegeben.

Case Studies in International Management

Fallstudien im Internationalen Management

Module Number | 88-021-IM09-H-1216

Degree | Master

Semester | Summer term

Course Type | Projekt work

Participation Limit | 30

Course Category | Compulsory Elective (MARKT; Digital Customer Experience & Service Design)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | International Management

Chair Owner | Prof. Dr. Katja Gelbrich

Lecturer | Prof. Dr. Katja Gelbrich

Learning Outcomes

In this course, students learn about the challenges that companies face when operating in international markets. In particular, the course deals with a wide range of issues related to International Management, such as:

- Development of market entry strategies and adaptation of products, prices, distribution channels, and promotion to international target markets
- Assessment of the environment for business operations in foreign markets (i.e., economic, financial, legal, political, and cultural environment)
- Development of adequate organizational structures for multinational corporations
- Discussion of management strategies and leadership styles that enable and reinforce international growth
- Other issues related to international business and management

In summary, students are enabled to understand how international management strategies differ from domestic strategies and how companies should design their management activities in order to successfully operate in foreign markets. A major goal of this course is that students learn how to apply their knowledge gained in previous lectures on marketing and management in an international context.

Participants acquire the skills to decide on the appropriate analytical method for a specific managerial problem at hand, to apply these methods in an accurate manner, and to interpret the results in a logical way in order to solve the managerial problem.

Further, as students are organized into groups, they improve their ability to work in teams, interact with fellow students, and resolve conflicts. Finally, participants improve their presentation skills. Although the course instructors provide feedback and guidance, if necessary, participants need to work independently.

Course Content

The course content depends on the particular case(s) and may include the following topics:

- International marketing strategies
- Market entry decisions and international growth
- Digitalization in the context of international business
- Organizational structure of a multinational company
- International human resource management

Participants solve one or more case studies. The number of case studies is determined by the scope of tasks. In solving the case study/studies, students are expected to structure existing information and collect external data (e.g., World Bank's economic data) in order to comprehensively assess the problem presented. The collected data will then be evaluated by using various analytical methods. Empirical analyses (e.g., regression and cluster analysis with SPSS) and instruments of strategic planning (e.g., SWOT and PEST analysis) are to be used. Based on their analyses, students develop strategies that help solving the problems identified in the case(s).

Teaching Methods

- Study of literature
- Data analysis with SPSS
- In-class work and discussion
- Consultation with the course instructor
- Presentation and discussion of results and implications in class

Grading

Assessment criteria in detail

Students will elaborate a written solution of a case study in teams and present their solution afterwards.

Average Workload

42 h = Time of attendance (kick off meeting, consultations, presentation and discussion)
108 h = Independent case study preparations
150 h = Workload in total

Previous Knowledge/Prerequisites

- Successful completion of the module "Empirical Management Research"
 - Knowledge of marketing and management
-

Readings

- Further information on the case(s) and readings will be provided during the kick-off meeting.

Forschungs-Projektstudium

Research Projects Seminar

Modulnummer | 88-021-SCM09-H-0408

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Jedes Semester

Kurstyp | Projektarbeit / Innovative Prüfungsleistung

Teilnehmerbeschränkung | keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht (BA&OR)

Unterrichtsstunden | 2 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, SCM und Operations

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Referent/in | Prof. Dr. Heinrich Kuhn und Mitarbeiter

Lernziele/Kompetenzen

Studierende

- können kritisch mit bestehenden Forschungsansätzen umgehen und die entsprechende Literatur interpretieren.
- können Forschungsfragestellungen selbstständig bearbeiten.
- untersuchen methodisch-systematisch die gesetzten Fragestellungen.
- erweitern ihre Fähigkeiten in der Aufbereitung gewonnener Erkenntnisse.
- differenzieren ihr Fachwissen im jeweiligen Themengebiet.
- Zur Erarbeitung dieser Kompetenzen wird von den Studierenden sowohl ein hohes Eigenengagement als auch eine enge Abstimmung mit dem betreuenden Lehrstuhlmitarbeiter gefordert.

Modulinhalt

- Die Studierenden unterstützen die Arbeit an einem aktuellen Forschungsvorhaben des Lehrstuhls.
- Die Inhalte des Kurses wechseln und richten sich nach den aktuellen Forschungsfragestellungen, die am Lehrstuhl bearbeitet werden. Hierin umfasst der Kurs:
 - das Studium der relevanten Literatur und die Einarbeitung in das zu bearbeitende Forschungsproblem.
 - die Bearbeitung eines Problemaspektes unter Anleitung eines Lehrstuhlmitarbeiters.

Lehr-/Lernformen

- Literaturstudium und Rechenexperimente
- Verfassen einer schriftlichen Ausarbeitung
- Präsentation

Prüfungsmodalitäten

Schriftliche Ausarbeitung	70%
Präsentation	30%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Im Vordergrund steht die schriftliche Ausarbeitung, mit welcher das Forschungsprojekt sowie die Ergebnisse dokumentiert werden sollen.
- Die Präsentation geht in die Bewertung ein und dienen insbesondere dazu, den Gang der Untersuchung von Lehrstuhlseite zu unterstützen und die Ergebnisse beteiligten Projektpartnern anschaulich aufbereitet darzulegen.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

20 h = Literaturstudium und Einarbeitung
24 h = Präsenzzeit Seminar
90 h = Schriftliche Ausarbeitung
16 h = Erstellung der Präsentation
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Fortgeschrittenes Studium im BWL-Master
- Um die Eignung festzustellen, wird entweder eine Eingangsprüfung festgesetzt oder ein Auswahlgespräch durchgeführt.

Literatur

- Becker, Jörg; Kugeler, Martin; Rosemann, Michael (Hrsg.): Prozessmanagement. Ein Leitfaden zur prozessorientierten Organisationsgestaltung, 7. Aufl., Berlin (Springer) 2012.
- Kuhn, Heinrich: Simulation, in: Köhler, R.; Küpper, H.-U. und A. Pfingsten (Hrsg.): Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, 6. Auflage, Stuttgart (Poeschel) 2007, Sp. 1624-1632.
- Feyerabend, P.: Wider den Methodenzwang, 7. Aufl., Frankfurt am Main (Suhrkamp) 1999.
- Popper, Karl R.: Logik der Forschung, 11. Aufl., durchges. und erg. /., Tübingen (Mohr Siebeck) 2005.

Research Projects Seminar

Forschungs-Projektstudium

Module Number | 88-021-SCM09-H-0408

Degree | Master

Semester | Every term

Course Type | Work on Projects / Innovative

Participation limit | None

Creditable for | Compulsory elective (BA&OR)

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Business Administration, Supply Chain Management and Operations

Chair Owner | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Lecturer | Prof. Dr. Heinrich Kuhn and Research Assistance

Learning Outcomes

Students

- can critically deal with existing research approaches and interpret the corresponding literature.
- can work autonomously on research issues.
- methodically and systematically examine the research issues.
- increase their skills in (formal) presentation of the results.
- differentiate their knowledge in the respective subject area.
- We demand a high degree of involvement as well as a close cooperation with the assistant in charge.

Module Content

- The students support the current research work of the chair. Contents are changing according to the current research needs of the chair. In that context, the course requires
- The study of the relevant literature as well as getting acquainted with the research issue.
- The elaboration of an aspect of the problem under supervision of the assistant in charge.

Teaching Methods

- Study of literature and numerical experiments
- Writing a scientific paper
- Presentation

Grading

Paper	70%
Presentation	30%

Assessment criteria in detail

- Emphasize is put on the written elaboration that documents the research issue as well as the results.
- The presentation will be considered for the grading and supports the process of mutual understanding. In particular, the presentation serves as instrument to communicate the research to external project partners.

Average Workload

20 h = Study of literature and acquaintance of the research issue
24 h = Seminar attendance time
90 h = Elaboration of the paper
16 h = Preparation of the presentation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Advanced process in the major Supply Chain Management
- To determine aptitude, either an entrance examination is set or a selection interview is held.

Readings

- Becker, Jörg; Kugeler, Martin; Rosemann, Michael (Hrsg.): Prozessmanagement. Ein Leitfaden zur prozessorientierten Organisationsgestaltung, 7. Aufl., Berlin (Springer) 2012.
- Kuhn, Heinrich: Simulation, in: Köhler, R.; Küpper, H.-U. und A. Pfingsten (Hrsg.): Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, 6. Auflage, Stuttgart (Poeschel) 2007, Sp. 1624-1632.
- Feyerabend, P.: Wider den Methodenzwang, 7. Aufl., Frankfurt am Main (Suhrkamp) 1999.
- Popper, Karl R.: Logik der Forschung, 11. Aufl., durchges. und erg. /., Tübingen (Mohr Siebeck) 2005.

Forschungsprojekt Finance and Banking

Research Project Finance and Banking

Modulnummer | 88-021-FI16-H-0408
Abschluss des Studiengangs | Master
Semester | Sommer
Kurstyp | Seminar
Teilnehmerbeschränkung | keine
Anrechenbar für | Wahlpflicht (Management Science, FACT)
Unterrichtsstunden | 3 SWS
Leistungspunkte | 10 ECTS
Sprache | Englisch
Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Finanzierung und Banken
Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Thomas Mählmann
Referent/en | Prof. Dr. Thomas Mählmann und Assistent(en)

Lernziele/Kompetenzen

- Durch die Durchführung empirischer Analysen im Zusammenhang mit aktuellen Forschungsfragen erlernen Studenten gängige Methoden der betriebswirtschaftlichen Forschung.
- Insbesondere bauen Studenten ihre Methodenkompetenz auf dem Gebiet der Ökonometrie aus.

Modulinhalt

- In diesem Modul bearbeiten Studenten in sehr enger Kooperation mit dem Lehrstuhl ein Teilprojekt eines jeweils aktuellen größeren Forschungsprojektes des Lehrstuhls.
- Die Themen der Forschungsprojekte variieren.

Lehr-/Lernformen

- Paper
- Vorträge

Prüfungsmodalitäten

Hausarbeit	80%
Vortrag (60 Minuten)	20%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Erstellung einer Hausarbeit in deutscher oder englischer Sprache.
- Präsentation der wesentlichen Ergebnisse der Arbeit unter Zuhilfenahme zeitgemäßer Medien (Dauer: 60 Minuten).
- Verteidigung der eigenen Ergebnisse und aktive Teilnahme an der Diskussion der Beiträge der Kommilitonen.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

32h = Themenbesprechung und Diskussion mit dem Betreuer
228h = Anfertigung der schriftlichen Hausarbeit
40h = Präsentation (inklusive Vorbereitung)
300h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Statistikkenntnisse für empirische Kapitalmarktstudien
- Datenbankrecherche mit Bloomberg
- Programmierkenntnisse in Stata oder R
- Kapitalmarktkenntnisse

Literatur

- Wird im Rahmen der Veranstaltung bekanntgegeben.

Research Project Finance and Banking

Forschungsprojekt Finance and Banking

Module Number | 88-021-FI16-H-0408

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Seminar

Participation Limit | None

Creditable for | Compulsory electives (Management Science, FACT)

Contact Hours | 3 SWS

Number of Credits | 10 ECTS

Language | English

Chair | Finance and Banking

Chair Owner | Prof. Dr. Thomas Mählmann

Lecturer | Prof. Dr. Thomas Mählmann and assistant(s)

Learning Outcomes

- Students gain a deeper knowledge of tools and methods that are common in current economic research.
- In particular, students will extend their knowledge within the field of applied econometrics.

Module Content

- In cooperation with the Chair of Finance and Banking students work on a research project within the scope of the chair's research interest.
- Specific topics vary.

Teaching Methods

- Paper
- Presentations by students

Grading

Paper	80%
Presentation (60 Minutes)	20%

Assessment criteria in detail

- Writing a paper in German or English.
- Presentation of the results using modern media (Duration: 60 minutes).
- Defending the results and active participation in the discussion of the work of fellow students.

Average Workload

32h = Discussion of topic with supervisor
228h = Writing the term paper
40h = Presentation (including preparation)
300h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Advanced competences in statistics for empirical studies of the capital market
- Data research with Bloomberg
- Programming with Stata or R
- Knowledge of capital market theories

Readings

- Readings will be announced in class.

Führung, Personal und Kooperation

Leadership, staff, and cooperation

Modulnummer | 88-132-PSY10-S-LV-0413

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer Semester

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 15

Anrechenbar für | Wahlpflicht (Entrepreneurship)

Unterrichtsstunden | 3 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Sozial- und Organisationspsychologie

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Elisabeth Kals

Referent/in | Dr. Jutta Gallenmüller-Roschmann

Lernziele/Kompetenzen

- Die Studierenden kennen zentrale Ansätze und Methoden der Personal- und Führungspsychologie. Sie verfügen über wissenschaftlich begründetes, vertieftes und handlungsrelevantes Wissen zum Themenbereich Mitarbeiterführung, Führungsinstrumente, Personal- und Teamentwicklung.
- Die Studierenden sind fähig, in verschiedenen Führungs- bzw. Teamsituationen Interventionstechniken auszuwählen, anzuwenden und zu dokumentieren.
- Sie können Handlungsempfehlungen zur Analyse, Intervention und Evaluation formulieren und umsetzen.

Modulinhalt

- Führungs- und Personalpsychologie
- Führungsinstrumente, z.B. Zielvereinbarungsgespräche, partizipative Entscheidungsfindung
- Konstruktion von Trainingselementen

Lehr-/Lernformen

- Einführung in die Thematik
- Präsentation spezifischer Studienergebnisse durch die Studierenden und Feedback
- Fallstudien, Rollenspiele

Prüfungsmodalitäten

Schriftliche Hausarbeit mit Präsentation oder Portfolio 100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Die Prüfungsleistung umfasst eine 30minütige Präsentation im Kurs und eine schriftliche Hausarbeit zum Thema der Präsentation.
- Die Kombination der Prüfungsleistungen ist aufgrund der Kompetenzorientierung des Moduls zwingend notwendig.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

31,5 h = Präsenzzeit Kurs
31,5 h = Vor- und Nachbereitung Kurs
87 h = Hausarbeit
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Empfohlene Vorkenntnisse: Grundlagen der Führungspsychologie

Literatur

- Domsch, M. E., Regnet, E. & Rosenstiel v., L. (Hrsg.) (2012). Führung von Mitarbeitern. Fallstudien zum Personalmanagement. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag.
- Northouse, P. G. (2013). Leadership. Theory and Practice. Los Angeles: Sage Publications.

- Rosenstiel v., L., Regnet, E. & Domsch, M. E. (Hrsg.) (2009). Führung von Mitarbeitern. Handbuch für ein erfolgreiches Personalmanagement. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag.

Leadership, staff and cooperation

Führung, Personal und Kooperation

Module Number | 88-132-PSY10-S-LV-0413

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Seminar

Participation Limit | 15

Creditable for | Compulsory elective (Entrepreneurship)

Contact Hours | 3 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Social and Organizational Psychology

Chair Owner | Prof. Dr. Elisabeth Kals

Lecturer | Dr. Jutta Gallenmüller-Roschmann

Learning Outcomes

- Students are familiar with key approaches and methods of organizational behavior and leadership psychology. They have a thorough, scientifically based, and intervention-oriented knowledge on leadership skills, leadership styles, and substitutes of leadership as well as human resource practices, assessment, training and team development.
- They are able to select, apply, and document interventions in various settings.
- They can develop and implement recommendations for action regarding analysis, intervention and evaluation.

Module Content

- leadership and personnel psychology
- leadership tools, e.g. setting objectives and target-setting discussions, participatory decision making
- developing training components

Teaching Methods

- Introduction to the subject
- Presentation of a specific topic by students and feedback
- Case studies, role-play situations

Grading

Term paper with presentation or Portfolio	100%
---	------

Assessment criteria in detail

- Work performance will be evaluated by means of an oral presentation (30 minutes), and a term paper concerning the presented contents.
- The oral presentation in combination with a term paper is necessary due to the goals of this class.

Average Workload

31,5 h = Time of attendance course
31,5 h = Preparation and postprocessing course
80 h = Presentation and term paper
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Previous knowledge (recommended): basics in leadership psychology

Readings

- Domsch, M. E., Regnet, E. & Rosenstiel v., L. (Hrsg.) (2012). Führung von Mitarbeitern. Fallstudien zum Personalmanagement Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag.
- Northouse, P. G. (2013). Leadership. Theory and Practice. Los Angeles: Sage Publications.
- Rosenstiel v., L., Regnet, E. & Domsch, M. E. (Hrsg.) (2009). Führung von Mitarbeitern. Handbuch für ein erfolgreiches Personalmanagement. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag.

Innovation and Creativity in Individuals, Teams and Organizations

Modulnummer | 88-021-MC01-H-0620

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer Semester

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Pflicht: ENTRE; Digital Customer Experience & Service Design; WP: MARKT, Business and Psychology

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | English

Verantwortlicher Lehrstuhl | Innovation and Creativity

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Shashi Matta

Referent/in | Prof. Dr. Shashi Matta

Lernziele/Kompetenzen

Innovation und Kreativität sind die treibende Kräfte für den Erfolg einer Organisation. Unternehmen, die insbesondere in der letzten Dekade deutliche shareholder-value Zuwächse verbuchen konnten, schafften dies durch eine Kultur, die auf Kreativität und Innovation basiert. Durch das erfolgreiche Management von Innovation und Kreativität kann ein nachhaltiger Wettbewerbsvorteil erreicht werden. Dieser Kurs befasst sich mit der grundlegenden Frage, wie man Innovation und Kreativität in Organisationen erfolgreich managen und fördern kann. Als übergeordnete Ziele dieses Kurses sollen Studenten:

- Die Bedeutung von Innovation in Organisationen verstehen und die Verbindung zu Kreativität herstellen
- Die zahlreichen Treiber, Quellen und Innovationstypen erkennen und erlernen
- Die Rolle der Strategie, der Organisationsstruktur und der Innovationsteams begreifen
- Rahmenbedingungen für das strategische Innovationsmanagement in Organisationen entwickeln
- Die Herausforderungen und Barrieren von Innovation erkennen und Lösungen finden
- Ein Verständnis für Kreativität aufbauen (durch Recherche und Frameworks bzgl. Kreativität)
- Persönliche- und Managementinstrumente erlernen, die sowohl die individuelle als auch die Teamkreativität verbessern
- Die Rolle von Kreativität für Innovation und Problemlösung untersuchen
- Kreativität und Design-Thinking auf ein reales Business-Szenario anwenden
- Die theoretischen Grundlagen beigebracht bekommen und ein Werkzeugkasten an Managementinstrumenten erhalten, durch welche Innovation und Kreativität gefördert, gemanagt und erhalten werden kann.

Neben fachlichen Kompetenzen im Bereich Kreativität und Innovation erwerben Studierende auch Soft-Skills wie beispielsweise Teamfähigkeit, Kommunikation sowie die Fähigkeit, Präsentationen in einem professionellen Rahmen zu halten. Zudem verbessern die Studierenden ihre analytischen Fähigkeiten indem während des Kurses veröffentlichte und reale Fallstudien mit Praxisbezug intensiv analysiert und diskutiert werden. Sie lernen, wie Branchenpraktiken bezüglich Innovation und Kreativität analysiert, diskutiert und kritisch hinterfragt werden können. Da sowohl die Vorlesungen als auch die Übungen auf Englisch gehalten werden, erhalten Studierenden die Möglichkeit, ihre Englischkenntnisse in einem professionellen Rahmen zu verbessern.

Modulinhalt

Teil I: Einführung in Innovation und Kreativität

- What is Innovation? What is Creativity?
- How are they related in an individual and organization context?

Teil II: Treiber und Innovationsquellen

- Organisatorische Faktoren, die Innovation ermöglichen und fördern
- Wie hängen Strategie und Innovation zusammen?

Teil III: Innovationsmanagement in Organisationen

- Entwicklung eines Innovationsrahmens für Organisationen
- Hindernisse und Herausforderungen für die Innovation

Teil IV: Kreativität und Problemlösung

- Frameworks für Kreativität
- Wie kann die Kreativität von Einzelpersonen und Teams gefördert werden?

Teil V: Kreativität und Design Thinking

- Definition und Rahmen für Design Thinking
- Design Thinking anwenden, um geschäftliche Probleme zu lösen

Teil VI: Innovative und kreative Organisationen

- Denkweise von Innovatoren und Schöpfern
- Typologie der Innovatoren und Schöpfer

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Übung (beinhaltet veröffentlichte, sowie reale Fallstudien und Übungen)

Prüfungsmodalitäten

Es gibt zwei benotete Leistungen in diesem Kurs – ein teambasiertes Innovationsprojekt sowie eine zugehörige Präsentation in Zusammenarbeit mit einem Industriepartner (50%) und einer Klausur (50%)

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Teambasiertes Innovationsprojekt sowie Präsentation

50%

Die Studenten müssen Teams (5-6 Studenten) für das Innovationsprojekt und die dazugehörige Präsentation bilden. Jedes Team muss als „Beraterteam“ an einem Innovationsprojekt arbeiten welches während der ersten Übungsstunde bekanntgegeben wird. Dabei wird es sich um ein „live“ Projekt handeln, das von einem namenhaften Unternehmen angeboten wird. Die studentischen Teams werden 12-Wochen, also ein Semester lang, für dieses „angewandte“ Projekt arbeiten indem Sie sämtliche Kursinhalte darauf anwenden. Die studentischen Teams werden in der letzten Übungsstunde ihre Abschlusspräsentation vor Unternehmensführern halten.

Klausur

50%

Die Klausur basiert auf allen besprochenen Inhalten im Rahmen der Vorlesung und der Übung. Die Länge der Klausur beträgt 50 Minuten, zusätzlich gibt es eine Vorbereitungszeit von 70 Minuten die direkt vor der Klausur stattfindet.

Es gibt zwei Prüfungselemente: eine Team-Leistung und eine individuelle Leistung. Dafür gibt es einen wichtigen Grund – die Innovation in Organisationen wird nicht von einer einzelnen Person durchgeführt. In jeder Organisation ist Innovation eine gemeinsame Aufgabe, die von Teams geplant und ausgeführt wird. Es gibt unterschiedliche Dynamiken bei der Erzielung von Innovation in Teams und der Art und Weise, wie ein Team kreativ arbeiten kann, obwohl die einzelnen Mitglieder des Teams unterschiedliche kreative Fähigkeiten und Begabungen besitzen. Dies zu lernen und in der Lage zu sein, dies in einem "realen" Projekt umzusetzen, ist ein wichtiger und unverzichtbarer Bestandteil dieses Moduls. Darüber hinaus benötigen Studierende für die erfolgreiche Entwicklung und Durchführung von Innovationsprojekten individuelle Kompetenzen und Fähigkeiten sowie die Kenntnis von Theorien und Rahmenbedingungen, die ebenfalls in diesem Modul vermittelt werden. Daher bestehen die Beurteilung in diesem Modul aus zwei Elementen - einer Teamleistung und einer individuellen Leistung. Der Titel dieses Moduls macht deutlich, dass Innovation und Kreativität auf der Ebene des Einzelnen, des Teams und der Organisation behandelt werden.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

30 h = Präsenzzeit Vorlesung
 30 h = Präsenzzeit Übung
 30 h = Vor- und Nachbereitungszeit Vorlesung
 30 h = Vor- und Nachbereitungszeit Übung
 30 h = Fallstudie, Projekt und Klausurvorbereitung
 150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine

Literatur

Die Pflichtlektüre für diesen Kurs beinhaltet zwei Bücher und diverse Artikel/Fallstudien, die von Harvard Business Publishing veröffentlicht wurden.

Reference Articles:

- Collaborating with Creative Peers (2015). Kimberly D. Elsbach, Brooke Brown-Saracino and Francis J. Flynn. Harvard Business School Publishing.
- Design Thinking (HBR Bestseller) (2008). Tim Brown. Harvard Business School Publishing.
- Find Innovation Where You Least Expect It (2015). Tony McCaffrey and Jim Pearson. Harvard Business School Publishing
- How Will You Measure Your Life? (HBR Bestseller) (2010). Clayton M. Christensen. Harvard Business School Publishing
- Managing Your Innovation Portfolio (2012). Bansi Nagji and Geoff Tuff. Harvard Business School Publishing
- The Surprising Power of Questions (2018). Alison Wood Brooks and Leslie K. John. Harvard Business School Publishing.

- You Need an Innovation Strategy (2015). Gary P. Pisano. Harvard Business School Publishing.

Simulations:

- The Food Truck Challenge. Harvard Business School.
- Breaking News. Harvard Business School.

Innovation and Creativity in Individuals, Teams and Organizations

Innovation und Kreativität

Module Number | 88-021-MC01-H-0620

Degree | Master

Semester | Summer Semester

Course Type | Lecture/Tutorial

Participation Limit | None

Creditable for | Mandatory (ENTRE); Compulsory elective (MARKT, Business and Psychology)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Innovation and Creativity

Chair Owner | Prof. Dr. Shashi Matta

Lecturer | Prof. Dr. Shashi Matta

Learning Outcomes

Innovation and Creativity are the key drivers of success for an organization. Companies that have experienced substantial gains in shareholder value, particularly over the last decade, have done so based on a culture of creativity and innovation. Innovation and creativity can be successfully managed in organizations to create a sustainable competitive advantage. This course addresses the fundamental question of how to successfully manage and facilitate innovation and creativity in organizations. The primary objectives of this course are to:

- Understand why Innovation matters in organizations, and how it is related to Creativity
- Identify and learn about the various drivers, sources, and types of Innovation
- Recognize the role of strategy, organization structure and teams in Innovation
- Develop a framework for managing strategic Innovation in organizations
- Identify and tackle challenges to, and barriers of, Innovation
- Understand what Creativity is – research and frameworks on Creativity
- Learn personal and managerial tools and techniques for enhancing individual and team Creativity
- Examine the role of Creativity in Innovation and problem solving
- Apply Creativity and design thinking to a real-world business problem on Innovation
- Provide the theoretical foundation and a set of managerial tools to facilitate, manage and sustain Innovation and Creativity in organizations

Besides technical skills in Innovation and Creativity students gain soft skills such as teamwork, communication, and professional presentation to company executives. Additionally, students enhance their analytical skills with rigorous discussions of published and real-life case studies in class. They learn how to analyze, discuss and to critically question industry practices in Innovation and Creativity. Since the lecture and tutorials are held in English, students will have an opportunity to enhance their English language skills in a professional setting.

Module Content

- Part I: Introduction to Innovation and Creativity
 - What is Innovation? What is Creativity?
 - How are they related in an individual and organization context?
- Part II: Drivers and Sources of Innovation
 - Organizational factors that enable and fuel Innovation
 - How are Strategy and Innovation related?
- Part III: Managing Innovation in organizations
 - Developing an Innovation Framework for organizations
 - Barriers and challenges to Innovation
- Part IV: Creativity and Problem Solving
 - Frameworks on Creativity
 - How to foster individual and team Creativity?
- Part V: Creativity and Design Thinking
 - Definition and Framework for Design Thinking
 - Applying Design Thinking to solve business problems
- Part VI: Innovative and Creative Organizations
 - Mindset of Innovators and Creators
 - Typology of Innovators and Creators

Teaching Methods

- Lecture
- Tutorial (including published and real-life case studies and live exercises)

Grading

There are two graded deliverables for this class – an Innovation Team Project and Presentation in cooperation with a company (50%) and a Final Exam (50%).

Assessment criteria in detail

Innovation Team Project and Presentation

50%

Students are required to form teams (5 – 6 students) for the Innovation Team Project and Presentation. Each team is required to work as a “consulting team” on an Innovation Project that will be announced during the first tutorial session. This will be a “live” project provided by a well-known company. Student teams will work on this 12-week, semester-long, “applied” project by applying all course learnings to this project. Student teams will make their final presentations to company executives during the last tutorial session.

Final Exam

50%

- The final exam will be based on all the material discussed in the lectures and in the tutorials. It will be a 50 minute, in-class exam, with preparation time of 70 minutes immediately prior to the exam.

There are two elements in the assessment criteria – a team element, and an individual element. There is a strong reason for this – Innovation in organizations is not carried out by any one individual. In any organization, innovation is a shared task and innovation is led and executed in teams. There are different dynamics involved in achieving innovation in teams and how a team can perform creatively despite individuals with distinct creative capabilities and aptitudes. Learning that, and being able to execute that in a „real world“ project is an invaluable and irreplaceable component of this class. Further, being able to successfully develop and undertake innovation projects requires individual competencies and aptitude, and knowledge of theories and frameworks, which are also taught in this class. Hence, the assessments in this class consist of two elements – a team deliverable, and an individual deliverable. The title of this course module makes it abundantly clear that it is about innovation and creativity at the level of the individual, team, and organization.

Average Workload

30 h = Time of attendance: Lectures
 30 h = Time of attendance: Tutorials
 30 = Self-study pre-and-post Lectures
 30 h = Self-study pre-and-post Tutorials
 30 h = Portfolio preparation
 150 h = Total workload

Previous Knowledge / Prerequisites

- None

Readings

The readings for this course include select articles and cases published by Harvard Business Publishing.

Reference Articles:

- Collaborating with Creative Peers (2015). Kimberly D. Elsbach, Brooke Brown-Saracino and Francis J. Flynn. Harvard Business School Publishing.
- Design Thinking (HBR Bestseller) (2008). Tim Brown. Harvard Business School Publishing.
- Find Innovation Where You Least Expect It (2015). Tony McCaffrey and Jim Pearson. Harvard Business School Publishing
- How Will You Measure Your Life? (HBR Bestseller) (2010). Clayton M. Christensen. Harvard Business School Publishing
- Managing Your Innovation Portfolio (2012). Bansi Nagji and Geoff Tuff. Harvard Business School Publishing
- The Surprising Power of Questions (2018). Alison Wood Brooks and Leslie K. John. Harvard Business School Publishing.
- You Need an Innovation Strategy (2015). Gary P. Pisano. Harvard Business School Publishing.

Simulations:

- The Food Truck Challenge. Harvard Business School.
- Breaking News. Harvard Business School.

Innovation und Produktentwicklung im Tourismus: Gegenwärtige Theorie und Praxis am Beispiel von Sharing Economy, China Outbound Tourismus, Boutique Hotels und Experience Design

Innovation and product development in tourism: Current theory and practice at the example of sharing economy, China outbound tourism, boutique hotels and experience design

Modulnummer | 88-021-BR05-H-0318

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 25

Anrechenbar für | Wahlpflicht (Entrepreneurship, MARKT & TRP)

Unterrichtsstunden | 2 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Harald Pechlaner

Referenten | Prof. Dr. Harald Pechlaner/ Dr. Michael Volgger

Lernziele/Kompetenzen

Die Teilnehmer des Seminars werden:

- Einen kritischen Umgang mit den grundlegenden Theorien des Innovationsmanagements und der Produktentwicklung erlernen;
- Anwendbares Wissen rund um Experience und Service Design kennen und anwenden lernen;
- Vom anwendungs- und realitätsnahen sowie aktuellen Zuschnitt der Lehrveranstaltung profitieren;
- Aktuelle Trends im Tourismus diskutieren und deren Implikationen sowie Handlungsspielräume besser verstehen;
- Eine vertiefte Fähigkeit zum autonomen Selbststudium und zur Diskussion mit Dozenten und Mitstudierenden entwickeln;
- Ihre Fähigkeit der kritischen Reflektion betrachteter Themen im Spannungsfeld von Innovation und Produktentwicklung stärken;
- Fähigkeiten zur Vorstellung selbstständig erarbeiteter Themenbereiche verfeinern;

Modulinhalt

- Einführung in Theorien der Innovation und der Produktentwicklung
- Instrumente und Methoden des Experience Designs und des Service Designs
- Grundlagen aktueller Trends und Neuerungen in der Tourismusindustrie (z.B. Sharing Economy, China Outbound, innovative Hotelkonzepte)
- Anwendung des Wissens und der Techniken rund um Produktentwicklung und Innovation auf den Bereich der Sharing Economy und andere aktuelle Trends und Themen der Tourismuspraxis und -forschung

Lehr-/Lernformen

- Seminar (2 SWS)

Prüfungsmodalitäten

Schriftliche Seminararbeit	70%
Präsentationsleistung	30%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Vorbereitung, regelmäßige Anwesenheit oder entsprechendes Selbststudium, Präsentation, schriftliche Seminararbeit (entspricht ca. 22.500 Zeichen, ohne Leerzeichen)

Arbeitsaufwand (in Stunden)

60 h = Kontakt-/Selbststudium
15 h = Präsenzzeit
75 h = Vorbereitung Leistungsnachweis

150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- keine

Literatur

- wird zu Beginn bekannt gegeben

Innovation and product development in tourism: Current theory and practice at the example of sharing economy, China outbound tourism, boutique hotels and experience design

Innovation und Produktentwicklung im Tourismus: Gegenwärtige Theorie und Praxis am Beispiel von Sharing Economy, China Outbound Tourismus, Boutique Hotels und Experience Design

Module Number | 88-021-BR05-H-0318

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Seminar

Participation Limit | 25

Creditable for | Compulsory elective (Entrepreneurship, MARKT & TRP)

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Chair of Tourism / Center for Entrepreneurship

Chair Owner | Prof. Dr. Harald Pechlaner

Lecturer | Prof. Harald Pechlaner/ Dr. Michael Volgger

Learning Outcomes

The participants of the seminar:

- will learn how to deal critically with the basic theories of innovation management and product development;
- will learn and apply applicable knowledge about experience and service design;
- will benefit from the practical, realistic and current layout of the course;
- will discuss current trends in tourism and better understand their implications and room for scope of action;
- will develop a deeper capacity for autonomous self-study and discussion with faculty and fellow students;
- will strengthen your ability to reflect critically on issues considered in the area of innovation and product development;
- will refine skills to present self-developed topics;

Module Content

- Introduction to theories of innovation and product development
- Instruments and methods of Experience Design and Service Design
- Basics of current trends and innovations in the tourism industry (eg sharing economy, China Outbound, innovative hotel concepts)
- Apply knowledge and techniques related to product development and innovation to the sharing economy and other current trends and issues of tourism practice and research

Teaching Methods

- Tutorial (2 SWS)

Grading

Housework	70%
Presentation performance	30%

Assessment criteria in detail

Preparation, regular attendance or self-study, presentation, written seminar paper (corresponds to approx. 22,500 characters, without spaces)

Average Workload

60 h = Contact/ self-study
15 h = Attendance
75 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- None

Readings

- Literature is provided in the Opening Session.

Modulnummer | 88-021-WR06-S-VL-0408.20181.001 / 88-021-WR06-S-UE-0408.20181.001

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht (Entrepreneurship, FACT)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Bürgerliches Recht, Zivilprozessrecht und Insolvenzrecht

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. iur. Christian Heinrich

Referenten | Prof. Dr. iur. Christian Heinrich (V) / Akademische Rätin Martina Schlamp (Ü)

Kompetenzen

- Studierende des Moduls erlernen einen sachgerechten und kritischen Umgang mit grundlegenden Begriffen des Insolvenzrechts.
- Ziel ist es, ein Verständnis für übergreifende Zusammenhänge im Insolvenzrecht zu entwickeln.
- Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über fundierte Kenntnisse des Insolvenzrechts.
- Zur Erarbeitung dieser Kompetenzen soll die begleitende Übung wesentlich beitragen.

Modulinhalt

- Die Vorlesung vertieft die Grundlagen und Besonderheiten des Insolvenzrechts.
- Die sachgerechte Falllösung im Privatrecht I wird in der Übung beitragen. Die Anwesenheit bei der Übung und einem Prüfungstraining vermittelt.

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Übung
- Prüfungstraining

Prüfungsmodalitäten

Klausur (90 Minuten)	100%
----------------------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- In der Klausur am Ende des Semesters wird anhand von Theoriefragen und Fallaufgaben der erlernte Stoff geprüft.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

30 h = Präsenzzeit Vorlesung
50 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
30 h = Präsenzzeit Übung
25 h = Vor- und Nachbereitung Übung
15 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Privatrecht I und II
- Handels- und Gesellschaftsrecht

Literatur

- Literaturhinweise werden zu Beginn des Semesters erteilt.

Insolvency Law

Insolvenzrecht

Module Number | 88-021-WR06-S-VL-0408.20181.001 / 88-021-WR06-S-UE-0408.20181.001

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Lecture/Tutorial

Participation Limit | None

Creditable for | Compulsory elective (Entrepreneurship, FACT)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ETCS

Language | German

Chair | Civil Law, Litigation Law und Insolvency Law

Chair Owner | Prof. Dr. iur. Christian Heinrich

Lecturer | Prof. Dr. iur. Christian Heinrich (L) / Akademische Rätin Martina Schlamp (T)

Learning Outcomes

- Students will learn an appropriate and critical handling of basic terms of Insolvency Law.
- The main target is to establish an understanding of the overall context.
- After a successful finish of the module, the students will acquire a comprehensive knowledge of Insolvency Law.
- The tutorial is necessary for acquiring the competencies.

Module Content

- Main subjects are the national Bankruptcy Law and the different options how to proceed in case of insolvency.
- The students will learn an appropriate way of solving the cases by participating in the tutorial and in the exam preparation.

Teaching Methods

- Lecture
- Tutorial
- Exam Preparation

Grading

Final exam (90 minutes)	100%
-------------------------	------

Assessment criteria in detail

- The final written exam at the end of the semester includes theoretical questions and cases.

Average Workload

30 h = Time of attendance lecture
50 h = Preparation and postprocessing lecture
30 h = Time of attendance tutorial
25 h = Preparation and postprocessing tutorial
15 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Private Law I and II
- Commercial and Partnership Law

Readings

- Recommendations will be given at the beginning of the semester.

Internationale Rechnungslegung, Prüfung und Unternehmensbewertung

International Financial Reporting, Auditing and Corporate Valuation

Modulnummer | 88-021-WR09-S-VL-0408

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht (Entrepreneurship, FACT, MARKT)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Bürgerliches Recht, deutsches und internationales Handels- und Wirtschaftsrecht

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. iur. Claus Luttermann

Referent/in | Prof. Dr. iur. Claus Luttermann

Lernziele/Kompetenzen

- Ziel der Vorlesung ist der Erwerb vertieften Wissens zum Recht der Internationalen Rechnungslegung unter Bezugnahme auf das Europäische Bilanzrecht, IFRS (U.S. „GAAP“) und Prüfungswesen.
- Kenntnisse zur Unternehmensbewertung und Prüfung werden vermittelt.
- In der integrierten Übung werden die Inhalte fallbezogen aufgearbeitet, so dass die Studenten in der Lage sind Fälle zu analysieren und zu lösen.

Modulinhalt

- Bewertungsrechtliche Grundlagen
- Europäisches Bilanzrecht und IFRS
- Unternehmensbewertung und Prüfung

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung mit Übung

Prüfungsmodalitäten

Klausur (90 Minuten)	100%
----------------------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Klausur am Ende des Semesters

Arbeitsaufwand (in Stunden)

24 h = Präsenzzeit Vorlesung
60 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
8 h = Präsenzzeit Übung
32 h = Vor- und Nachbereitung Übung
26 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Bilanzrecht
- Privatrecht II

Literatur

- Großfeld/Luttermann, Bilanzrecht, 4. Auflage 2005.

International Financial Reporting, Auditing and Corporate Valuation

Internationale Rechnungslegung, Prüfung und Unternehmensbewertung

Module Number | 88-021-WR09-S-VL-0408

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Lecture/Tutorial

Participation Limit | None

Creditable for | Compulsory elective (Entrepreneurship, FACT, MARKT)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | International Business Law

Chair Owner | Prof. Dr. iur. Claus Luttermann

Lecturer | Prof. Dr. iur. Claus Luttermann

Learning Outcomes

- The aim of this event is to achieve further knowledge in International Financial Reporting with reference to European Accounting Law, IFRS (U.S. „GAAP“) and Auditing. Competences in Corporate Valuation can be gained.
- Within the integrated tutorial the contents shall be strengthened by dealing with practical cases. Thus cases could be analysed and solved.

Module Content

- Basics of International Accounting Law
- European Accounting Law and IFRS
- International Standards of Auditing and Valuation

Teaching Methods

- Lecture and Tutorial

Grading

Final exam (90 Minutes)	100%
-------------------------	------

Assessment criteria in detail

- Written exam at the end of semester

Average Workload

24 h = Time of attendance lecture
60 h = Preparation and postprocessing lecture
8 h = Time of attendance tutorial
32 h = Preparation and postprocessing tutorial
26 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Accounting Law
- Private Law II

Readings

- Großfeld/Luttermann, Bilanzrecht, 4. Auflage 2005.

Kapitalmarktorientierte Rechnungslegung

Capital Market-Based Accounting

Modulnummer | 88-021-AC01-S-VL-0408

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Pflicht (FACT)

Unterrichtsstunden | 2 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Controlling und Wirtschaftsprüfung

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Max Göttesch

Referent/in | Prof. Dr. Max Göttische

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende erkennen die Ziele und Herausforderungen einer kapitalmarktorientierten Rechnungslegung und können daraus die abweichenden Anforderungen gegenüber einer Unternehmensberichterstattung nach nationalen Rechnungslegungsvorschriften ableiten.
- Studierende entwickeln ein tiefgreifendes Verständnis über ausgewählte IAS/IFRS und können diese auf komplexe Rechnungslegungsfälle anwenden sowie deren Bilanzwirkung analysieren.
- Zur Vermittlung dieser Kompetenzen soll die begleitende Übung wesentlich beitragen.

Modulinhalt

- Theorie der kapitalmarktorientierten Rechnungslegung
- Bilanzierung von Sachanlagevermögen
- Abbildung von Differenzen in der handels- und steuerlichen Gewinnermittlung
- Bilanzielle Erfassung von Immobilien
- Reformierung der Bilanzierung von Umsatzerlösen aus Verträgen mit Kunden und Leasingverhältnissen

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung/Übung

Prüfungsmodalitäten

Klausur (90 Minuten) 100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Klausur am Ende des Semesters

Arbeitsaufwand (in Stunden)

21 h = Präsenzzeit Vorlesung
26 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
21 h = Präsenzzeit Übung
26 h = Vor- und Nachbereitung Übung
56 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Grundlagen der internationalen Rechnungslegung

Literatur

- Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Capital Market-Based Accounting

Kapitalmarktorientierte Rechnungslegung

Module Number | 88-021-AC01-S-VL-0408

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Lecture/Tutorial

Participation Limit | None

Creditable for | Mandatory (FACT)

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Business Administration, Controlling and Auditing

Chair Owner | Prof. Dr. Max Götttsche

Lecturer | Prof. Dr. Max Götttsche

Learning Outcomes

- Students recognize the objectives and challenges of capital market-based financial reporting and are able to address the diverging requirements in comparison to local GAAP.
- Students gain a deeper understanding of selected IAS/IFRS and can apply them to complex accounting cases. They are able to analyze the related impact on the respective balance sheet items.
- Taking part in the tutorial will be essential part in providing these competences.

Module Content

- Theory of capital market-oriented accounting
- Accounting for tangible assets
- Accounting for deferred taxes
- Balance-sheet treatment of real estate
- Revised accounting for revenue recognition and leases

Teaching Methods

- Lecture/Tutorial

Grading

Final exam (90 Minutes)	100%
-------------------------	------

Assessment criteria in detail

- Written exam at the end of semester

Average Workload

21 h = Time of attendance lecture
26 h = Preparation and postprocessing lecture
21 h = Time of attendance tutorial
26 h = Preparation and postprocessing tutorial
56 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Basic knowledge in IFRS

Readings

- To be announced during the course

Koordinationsorientiertes Controlling

Coordination and Management Accounting

Modulnummer | 88-021-CO04-H-0120

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommersemester

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | FACT

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Unternehmensethik, insb. Corporate Governance

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Kai Sandner

Referent/in | Prof. Dr. Kai Sandner

Lernziele/Kompetenzen

- Wissenschaftstheoretische Ableitung des Controlling als eigenständige Teildisziplin der BWL
- Analyse und Reflexion zerschnittener Interdependenzen in Unternehmen als Zwecksetzung des Controlling und kritische Abwägung alternativer Zwecke
- Wahrnehmung und Beurteilung von Führungsaufgaben als übergreifende Koordinationsprobleme
- Anwendung der koordinationsorientierten Controllingkonzeption zum Ausgleich von erkannten Konflikten zwischen verschiedenen Unternehmensbereichen zum Wohle des übergeordneten Unternehmensinteresse
- Schärfung der ganzheitlichen Sicht auf komplexe Unternehmensprozesse, trotz oder gerade wegen dezentraler Organisationsstrukturen
- Schulung erforderlicher analytischer und methodischer Fähigkeiten
- Situationsadäquate Anwendung des bereitstehenden Instrumentariums des Controlling zur Lösung von Koordinationsproblemen
- Ausbildung der Studierenden zu konzernorientiert denkenden Führungspersönlichkeiten

Modulinhalt

- Grundlegende Kennzeichnung des Controlling
- Controllingkonzeptionen
- Controlling als Teil des Führungssystems der Unternehmung
- Theoretische Fundierung
- Aufgaben und Instrumente des Controlling innerhalb der Führungsteilsysteme
 - Planung
 - Information
 - Kontrolle
 - Personalführung
 - Organisation
- Übergreifende Koordinationssysteme des Controlling

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung inkl. Beispielen
- Übung mit Aufgaben

Prüfungsmodalitäten

Klausur	100%
---------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Bewertung einer Klausur

Arbeitsaufwand (in Stunden)

44 h = Präsenzzeit Vorlesung und Übung
66 h = Vor- und Nachbereitung
40 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine oder geringe Vorkenntnisse aus dem BA Studium.

Literatur

Das Vorlesungsskript basiert auf:

- Küpper, H.-U., Friedl, G., Hofmann, C., Hofmann, Y., Pedell, B. (2013): Controlling – Konzeption, Aufgaben und Instrumente, 6. Auflage, Stuttgart.

Vertiefende Literatur:

- Ewert, R. und Wagenhöfer, A. (2008): (Unternehmensrechnung) Interne Unternehmensrechnung, Berlin.
- Friedl, B. (2003) (Controlling) Controlling, Stuttgart.
- Horváth, P. (2009) (Controlling) Controlling, München.
- Küpper, H.-U. (1988) (Koordination) Koordination und Interdependenz als Bausteine einer konzeptionellen und theoretischen Fundierung des Controlling. In: Betriebswirtschaftliche Steuerungs- und Kontrollprobleme, hrsg. von W. Lücke. (S. 163 – 183), Wiesbaden.
- Küpper, H.-U. und Weber J. (1995) (Grundbegriffe) Grundbegriffe des Controlling, Stuttgart.
- Weber, J. und Schäffer, U. (2008) (Controlling) Einführung in das Controlling, Stuttgart.

Coordination and Management Accounting

Koordinationsorientiertes Controlling

Module Number | 88-021-CO04-H-0120

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Lecture / Tutorial

Participation Limit | None

Creditable for | FACT

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Business Ethics and Corporate Governance

Chair Owner | Prof. Dr. Kai Sandner

Lecturer | Prof. Dr. Kai Sandner

Learning Outcomes

- Theoretical derivation of management accounting as an independent sub-discipline of business administration
- Analysis and reflection of fragmented interdependencies in companies as a purpose of management accounting and critical consideration of alternative purposes
- Awareness of tasks of leadership as all-embracing coordination problems
- Application of the coordination-oriented management accounting concept for balancing of recognized conflicts between different divisions for the benefit of the overall interest of the enterprise
- Sharpening a holistic view of processes within the enterprise, in spite of or because of decentral structures of organization
- Training of the necessary analytical and methodological abilities
- Situation-adequate application of instruments of management accounting to solve coordination problems
- Educate students to leaders who think in an enterprise-oriented way

Module Content

- Fundamental characteristics of management accounting
- Concepts of management accounting
- Management accounting as part of the system of leading the enterprise
- Theoretical basics
- Tasks and instruments of management accounting within the sub-systems of leadership
 - Planning
 - Information
 - Control
 - Personnel management
 - Organization
- All-embracing systems of coordination of management accounting

Teaching Methods

- Lecture including examples
- Tutorial with exercises

Grading

Exam	100%
------	------

Assessment criteria in detail

- Assessment of exam papers

Average Workload

44 h = Time of attendance lecture and tutorial
66 h = Preparation and post-processing lecture and tutorial
40 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- No or few prerequisites from Bachelor required.

Readings

- The lecture script is based on:
- Küpper, H.-U., Friedl, G., Hofmann, C., Hofmann, Y., Pedell, B. (2013): Controlling – Konzeption, Aufgaben und Instrumente, 6. Auflage, Stuttgart.
-
- Further reading:
- Ewert, R. und Wagenhöfer, A. (2008): (Unternehmensrechnung) Interne Unternehmensrechnung, Berlin.
- Friedl, B. (2003) (Controlling) Controlling, Stuttgart.
- Horváth, P. (2009) (Controlling) Controlling, München.
- Küpper, H.-U. (1988) (Koordination) Koordination und Interdependenz als Bausteine einer konzeptionellen und theoretischen Fundierung des Controlling. In: Betriebswirtschaftliche Steuerungs- und Kontrollprobleme, hrsg. von W. Lücke. (S. 163 – 183), Wiesbaden.
- Küpper, H.-U. und Weber J. (1995) (Grundbegriffe) Grundbegriffe des Controlling, Stuttgart.
- Weber, J. und Schäffer, U. (2008) (Controlling) Einführung in das Controlling, Stuttgart.

Kostenmanagement

Cost Management

Modulnummer | 88-021-CO01-S-VL-0408

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Projektarbeit

Teilnehmerbeschränkung | 30

Anrechenbar für | Wahlpflicht (Entrepreneurship, FACT)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL und Unternehmensrechnung

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. mult. Anton Burger

Referent/in | Prof. mult. Anton Burger

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende des Moduls erlernen den Aufbau und die Funktionsweise von Instrumenten des Kostenmanagements.
- Die Studierenden lernen die Philosophie von Modellen zur Kostengestaltung kennen und die Instrumente des Kostenmanagements in der Praxis umzusetzen.
- Durch das kritische Verstehen der Instrumente des Kostenmanagements wird die Reflexionsfähigkeit und die Analysefähigkeit der Studierenden geschult.
- Darüber hinaus werden im Rahmen einer Projektarbeit die Teamfähigkeit und die Präsentationsfähigkeit gesteigert.

Modulinhalt

- Zielkostenmanagement
- Benchmarking
- Entwicklungsbegleitende Kostenrechnung

Lehr-/Lernformen

- Vortrag
- Projektarbeiten

Prüfungsmodalitäten

Projektarbeit	40%
Klausur	60%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Die Vorlesungsinhalte werden in einer 60-minütigen Klausur schriftlich abgeprüft.
- Darüber hinaus fertigen die Studenten in einer Projektarbeit ein Paper an.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

42 h = Präsenzzeit Vorlesung
30 h = Projektarbeit
48 h = Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltung
30 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine

Literatur

- Burger, Anton: Kostenmanagement, Oldenbourg, 3. Auflage, München, Wien, 1999.

Cost Management

Kostenmanagement

Module Number | 88-021-CO01-S-VL-0408.20161.001

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Lecture/Project work

Participation Limit | 30

Creditable for | Compulsory elective (Entrepreneurship, FACT)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Accounting

Chair Owner | Prof. mult. Anton Burger

Lecturer | Prof. mult. Anton Burger

Learning Outcomes

- Students of this lecture will get familiar with the function and the structure of cost management instruments.
- They develop a deeper understanding of the cost calculation philosophy and learn how to implement the cost calculation instruments.
- The critical discussion of the instruments will increase the reflection capability and the analytical skills of the students.
- Beside the lecture the students have to prepare topics of cost management in groups to get a deeper understanding, to increase their capability of teamwork and their presentation skills.

Module Content

- Target Costing
- Benchmarking
- Cost accounting in R&D

Teaching Methods

- Lecture
- Project work

Grading

Project work	40%
Written exam	60%

Assessment criteria in detail

- The topics of the lecture are proved by a written exam (60 minutes).
- Furthermore, the students prepare a written project work.

Average Workload

42 h = Time of attendance lecture
30 h = Self study paper
48 h = Preparing, post processing of lecture
30 h = Exam and exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/ Prerequisites

- None

Readings

- Burger, Anton: Kostenmanagement, Oldenbourg, 3. Auflage, München, Wien, 1999.

Modulnummer | 88-021-UF14-H-0120
Abschluss des Studiengangs | Master
Semester | Sommersemester
Kurstyp | Seminar
Teilnehmerbeschränkung | 20
Anrechenbar für | Wahlpflicht (MARKT, Wirtschaft und Psychologie)
Unterrichtsstunden | 4 SWS
Leistungspunkte | 5 ECTS
Sprache | Englisch
Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Organisation und Personal
Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Max Ringlstetter
Referent/in | Célia Rousset (M.Sc.)

Lernziele/Kompetenzen

Im Rahmen der Vorlesung werden die Studierenden ihr Verständnis für das Konzept der Lernagilität (Learning Agility) erweitern und auf Basis bereits gewonnen Wissens im Bereich des HRM und Organizational Behaviour vertiefen. Um dies zu erreichen, werden die Studierenden zunächst erfahren, warum - in einer sich ständig verändernden Welt, die von der Digitalisierung und den sich schnell ändernden Kundenanforderungen sowie intensivem Wettbewerb geprägt ist - Lernagilität als Kompetenz sowohl für Führungskräfte als auch für Mitarbeiter in Organisationen eine immer wichtigere Rolle einnimmt. Die Studierenden erhalten im Verlauf des Kurses differenzierte Einblicke und Kenntnisse hinsichtlich der Schlüsselkomponenten sowie der multidimensionalen Ebenen des Konzepts Lernagilität. Zudem werden die Studierenden in Gruppen eigenverantwortlich und mit hoher Autonomie kritische Fragestellungen und teils kontroverse Ideen sowie Hypothesen er-/bearbeiten, wie Lernagilität systematisch entwickelt und ausgebaut werden kann. Diese Ergebnisse sollen auch unter besonderer Berücksichtigung aktueller empirisch gestützter wissenschaftlicher Veröffentlichungen im Rahmen von Präsentationen vorgetragen und kritisch diskutiert werden. Des Weiteren sollen unter kritischer Selbstreflexion konkrete Handlungsempfehlungen im Kontext der Lernagilität sowohl für die Praxis als auch für die Wissenschaft (z.B. zukünftiger Forschungsbedarf) erarbeitet und im Rahmen der Präsentationen besprochen werden.

Zusätzliche Erkenntnisse:

- Die Studierenden werden die im Kurs behandelten Theorien und Konzepte verstehen und kritisch reflektieren, insbesondere im Vergleich zu wirtschaftsbezogenen Problemen und praktischen Beispielen aus der Unternehmenswelt. Dabei entwickeln die Studierenden Fähigkeiten, komplexe und praktische Fragestellungen im Bereich der Personalentwicklung sowohl selbstständig als auch im Team durch kritische Reflexion und Bewertung zu lösen.
- Darüber hinaus sollen die Studierenden die identifizierten Problemstellungen in eigenen Worten beschreiben und an der Entwicklung ihrer analytischen Fähigkeiten sowie an der Vertiefung ihres theoretischen und forschungsbasierten Wissens arbeiten. Dies soll den Studierenden die Möglichkeit geben, das vermittelte Wissen in einem breiteren und vielfältigen praktischen Kontext differenziert anzuwenden.
- Darüber hinaus sollen die Studierenden ihr Wissen im Bereich der „Systematischen Literaturrecherche“ nach state-of-the-art Methoden erweitern, um die recherchierte Literatur effizient zu selektieren, zu verstehen und die u.a. empirischen Ergebnisse zu verstehen – dies beinhaltet unter anderem auch das Verstehen und Interpretieren statistischer Verfahren (z.B. Strukturgleichungsmodelle, deskriptive, bi- und multivariate Analysen).
- Zudem sollen die Studierenden basierend auf der Evaluation ihrer eigenständig entwickelten Problemstellung und abgeleiteten Hypothesen Handlungsalternativen unter Berücksichtigung wirtschaftsbezogener und wissenschaftlicher Rahmenbedingungen ableiten und bewerten.
- Ferner sollen die Präsentationsfähigkeiten der Teilnehmer im Rahmen des Kurses durch professionelles Coaching geschult werden.

Modulinhalt

- VUCA und Global Megatrends
- Agile Organisationen
- Agile Leadership
- Agile Individuals
- Growth Mindset
- Grit

- Emotional Agility
- Intellectual Agility

Lehr-/Lernformen

- Kombination aus Vorlesung und interaktiver Kursgestaltung ("hands-on-methods")
- Gruppenarbeit und Gruppenpräsentationen
- Eigenständige Nach- sowie Vorbereitung der Vorlesung und Übung durch die Studierenden

Prüfungsmodalitäten

Portfolio	100%
-----------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Die Teilnehmer erarbeiten sich in Gruppen die themenrelevanten Theoriegrundlagen, welche Sie vor dem Kurs präsentieren und diskutieren. Das praxisbezogene Entscheidungsproblem wird zudem auch eigenständig in Gruppen erarbeitet und die Lösung vor dem Kurs und externen Vertretern diskutiert. Die Zwischenpräsentation dient dabei der Absicherung der Studierenden hinsichtlich des gewählten Lösungsansatzes und bildet die Grundlage der Abschlusspräsentation. Der Management Summary stellt die schriftliche Zusammenfassung der wichtigsten Vorgehensweisen und zentralen Ergebnisse da und dient der Erörterung der präsentierten Unterlagen.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

42 h = Präsenzzeit Vorlesung
 108 h = Eigenständige Ausarbeitung der Case Studies (inkl. Erstellung Management Summary)
 150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Empfohlen: Business English I & II or equivalent; skill level B2+

Literatur

- Dweck, C. S. (2008). Mindset: The new psychology of success. Random House Digital, Inc..
- Duckworth, A., & Duckworth, A. (2016). Grit: The power of passion and perseverance (Vol. 124). New York, NY: Scribner.
- Goleman, D. (2006). Emotional intelligence. Bantam.
- Goleman, D. P. (1995). Emotional intelligence: Why it can matter more than IQ for character, health and lifelong achievement.
- Lombardo, M. M., & Eichinger, R. W. (2000). High potentials as high learners. Human Resource Management, 39(4), 321-329.
- Flynn, J. R. (2007). What is intelligence?: Beyond the Flynn effect. Cambridge University Press.

Learning Agility

Lernagilität

Module Number | 88-021-UF14-H-0120

Degree | Master

Semester | Summerterm

Course Type | Seminar

Participation Limit | 20

Creditable for | Compulsory elective (MARKT, Business and Psychology)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Organizational Theory and Human Resources Management

Chair Owner | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Lecturer | Célia Rousset (M.Sc.)

Learning Outcomes

In the course of the lecture, students will expand their understanding of the concept of Learning Agility as well as deepen their knowledge gained in the area of HRM and Organizational Behaviour. For this purpose, they will first learn about why – in an ever-changing world driven by digitalization and fast-changing customer demands and thereby competition – Learning Agility is becoming the #1 competency for leaders and individuals to develop. Students will then gain differentiated insights and knowledge about what are the key components as well as multidimensional levels of Learning Agility. In addition, students will work in self-organized team with a high level of own responsibility and autonomy on critical questions and controversial ideas as well as hypotheses in order to investigate how Learning Agility can be developed, in themselves and in others (e.g. individuals or corporate environment). These results will be presented and critically discussed in group presentations with special consideration of up-to-date empirical supported scientific publications in this particular research context. Furthermore, under critical self-reflection, concrete recommendations for action in the field of learning agility for both practice and science (e.g. need for future research) are to be developed and discussed within these group presentations.

Additional Learnings:

- Students will understand and critically reflect theories and concepts covered within the class, especially in comparison to business-related problems and practical examples from the corporate world. In doing so, students will develop their ability to solve complex and practical issues in the area of people development, independently as well as in teams, through critical reflection and evaluation.
- In addition, students will describe their problems identified in their own words and hence will work on developing their analytical skill sets as well as theoretical and research-based knowledge, with the aim of enabling students to transfer and to apply this knowledge in a broader and diverse practical context.
- Next to that, students are supposed to expand their knowledge in the area of how to conduct a systematic literature review based on state-of-the-art methodologies as well as how to read and to interpret the outcomes of research papers reviewed – i.a. statistic outcomes (e.g. structural equation models, descriptive, bi- and multivariate analyses).
- Furthermore, based on the students' independently developed problems and derived hypotheses, students will gain and evaluate alternative courses of action by taking business-related and scientific founded framework conditions into account.
- Students will also learn how to present and defend their results in front of the class, supported by a professional coaching approach.

Module Content

- VUCA and Global Megatrends
- Agile Organizations
- Agile Leadership
- Agile Individuals
- Growth Mindset
- Grit
- Emotional Agility
- Intellectual Agility

Teaching Methods

- Mix of lectures and interactive course (hands-on methods)
- Group work and presentation

- Independent follow-up work of the lectures and exercises

Grading

Portfolio

100%

Assessment criteria in detail

The participants work in groups on the relevant theoretical basics, which they present and discuss in front of the course. The practical decision-making problem is also developed in groups. The solution is discussed before the course as well as with external representatives. The intermediate presentation serves to secure the students with regard to the chosen solution approach and forms the basis of the final presentation. The Management Summary provides a written summary of the most important procedures and central results and serves to annotate the presented documents.

Average Workload

42 h = Time of attendance lecture
 108 h = Independent case study preparation (incl. Management Summary)
 150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Recommended: Business English I & II or equivalent; skill level B2+
-

Readings

- Dweck, C. S. (2008). Mindset: The new psychology of success. Random House Digital, Inc..
- Duckworth, A., & Duckworth, A. (2016). Grit: The power of passion and perseverance (Vol. 124). New York, NY: Scribner.
- Goleman, D. (2006). Emotional intelligence. Bantam.
- Goleman, D. P. (1995). Emotional intelligence: Why it can matter more than IQ for character, health and lifelong achievement.
- Lombardo, M. M., & Eichinger, R. W. (2000). High potentials as high learners. Human Resource Management, 39(4), 321-329.
- Flynn, J. R. (2007). What is intelligence?: Beyond the Flynn effect. Cambridge University Press.

Lektürekurs: Data Science Konzepte

Lecture Course: Data Science Concepts

Modulnummer | 88-021-QM06-H-0120

Abschluss des Studienganges | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung und Lektüre

Teilnehmerbeschränkung | 19*

Anrechenbar für | Wahlpflicht (Business Analytics & OR)

Unterrichtsstunden | 2 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortliche Lehrstühle | Statistik und Quantitative Methoden & ABWL und Wirtschaftsinformatik

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Ulrich Küsters und Prof. Dr. Thomas Setzer

Referenten | Prof. Dr. Ulrich Küsters und Prof. Dr. Thomas Setzer

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende können gelesene Buchkapitel und Zeitschriftenaufsätze zusammenfassen, interpretieren und daraus selbstständig Implikationen ableiten.
- Studierende entwickeln die kognitiven Fähigkeiten, sich selbstständig neues Wissen und neue Arbeitsmethoden im Bereich der Theorie und der Anwendung der praxisrelevanten Methoden des maschinellen Lernens anzueignen, zielorientiert auf Ergebnisse hinzuarbeiten und diese fundiert zu diskutieren. Dabei hinterfragen sie Gelesenes kritisch und sind in der Lage, dieses mit ihrem Vorwissen zu verbinden und neue Lösungen und Anwendungen zu konzipieren.

Modulinhalt

- Übersicht über Data Science Methoden und grundsätzliche Verfahren des statistischen Lernens
- Datenräume und datengeometrische Grundlagen des statistischen Lernens
- Bias–Variance Trade-off und Fehlerdekomposition
- Verfahren des überwachten Lernens sowie zur Featurebewertung
- Modelle zur Dimensionsreduktion bzw. Featurereduktion

Lehr-/Lernformen

- Verbindliche Lektüre
- Aktive Diskussion der verschiedenen Themen in der Vorlesung.
- Teilnehmer sollten nach Möglichkeit einen aufgeladenen Laptop mit vorinstallierter Software mit in die Veranstaltungen mitnehmen. Die zu installierende Software wird noch bekannt gegeben.

Prüfungsmodalitäten

Klausur oder mündliche Prüfung	100%
--------------------------------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Prüfung am Ende des Semesters

Arbeitsaufwand (in Stunden)

28 h = Präsenzzeit Kurs
72 h = Lektüre
50 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse

- Erforderlich: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Deskriptive Statistik und Wahrscheinlichkeitstheorie sowie Induktive und Multivariate Statistik
- Empfehlenswert sind Grundkenntnisse in statistischer Programmiersoftware wie R oder Python.
- Ideal, aber nicht zwingend erforderlich, ist eine Teilnahme am Kurs Data Science Werkzeuge.

Literatur

- Wird in der ersten Einheit der Veranstaltung bekannt gegeben.

Lecture Course: Data Science Concepts

Lektürekurs: Data Science Konzepte

Course Number | 88-021-QM06-H-0120

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Lecture and Reading

Participation limit | 19*

Course Category | Compulsory elective (Business Analytics & OR)

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Statistics and Quantitative Methods & BA and Business Informatics

Chair Owner | Prof. Dr. Ulrich Küsters and Prof. Dr. Thomas Setzer

Lecturer | Prof. Dr. Ulrich Küsters and Prof. Dr. Thomas Setzer

Learning Outcomes

- Students can summarize and interpret scientific publications and books and are able to derive implications from that.
- Students develop cognitive skills in order to independently acquire new knowledge and new working techniques in the field of theory and the application of practice-relevant methods of machine learning, to work towards results in a goal-oriented manner and to discuss these in a well-founded way. Thereby, they critically question what they read and are able to connect it with their prior knowledge and design new solutions and applications.

Course Content

- Overview of Data Science Methods and Basic Procedures of Statistical Learning
- Data space and data geometric basics of Statistical Learning
- Bias-Variance Trade-off and Error Decomposition
- Methods of supervised learning and feature assessment
- Models for dimension reduction or feature reduction
- Outlook

Teaching Methods

- Reading assignments
- Class discussion
- If possible, participants should take a charged laptop with pre-installed software with them to the events. The software to be installed will be announced soon.

Grading

Written exam or oral examination	100%
----------------------------------	------

Assessment criteria in detail

- Final exam at the end of semester

Average Workload

28 h = Time of attendance lecture
72 h = Reading
50 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge

- Mathematics für Business
- Descriptive Statistics and Probability Theory
- Statistical Inference and Multivariate Statistics
- Basic knowledge of statistical programming software such as R or Python is recommended. Participation in the course Data Science Tools is ideal, but not mandatory.

Readings

- Will be announced in the kick-off meeting

Lektürekurs zur Statistik

Lectures on Statistics

Modulnummer | 88-021-OM10-H-0408

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer oder Winter

Kurstyp | Vorlesung und Lektüre

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht (BA&OR)

Unterrichtsstunden | 2 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Statistik und Quantitative Methoden

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Ulrich Küsters

Referent/in | Prof. Dr. Ulrich Küsters

Lernziele/Kompetenzen

- Die Studierenden können gelesene Buchkapitel und Zeitschriftenaufsätze zusammenfassen und interpretieren und daraus selbstständig Implikationen ableiten.
- Sie entwickeln kognitive Fähigkeiten, sich selbstständig neues Wissen und neue Arbeitsmethoden im Bereich der statistischen Methoden anzueignen und zielorientiert auf Ergebnisse hinzuarbeiten. Dabei hinterfragen sie Gelesenes kritisch und sind in der Lage, dieses mit ihrem Vorwissen zu verbinden und neue Lösungen und Anwendungsaspekte zu konzipieren.

Modulinhalt

- Der Lektürekurs konzentriert sich auf eine konzeptionelle Analyse statistischer Methoden. Dies umfasst folgende Aspekte:
 - Daten: Quellen sowie Erfassungs- und Aufbereitungsmethoden
 - Datenmodellierung: Konstruktion statistischer Methoden
 - Implementation statistischer Modelle mit EDV Werkzeugen
 - Beurteilung relevanter Methoden und Modelle
- Mögliche Schwerpunktthemen sind u.a.:
 - Stichprobentheorie
 - Bevölkerungs-, Haushalts- und Sozialstatistik
 - Reproduzierbare Statistik, z.B. mit R und RStudio.
 - Methoden der rechnergestützten Statistik
 - Latente Variablenmodelle
 - Multivariate Methoden
 - Mustererkennungsverfahren (Diskriminanzanalyse, Clusteranalyse, neuronale Netze)
- Das aktuelle Thema wird auf der Homepage des Lehrstuhls bekanntgegeben.

Lehr-/Lernformen

- Lektüre
- Diskussion

Prüfungsmodalitäten

Klausur oder mündliche Prüfung	100%
--------------------------------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Prüfung am Ende des Semesters

Arbeitsaufwand (in Stunden)

28 h = Präsenzzeit Vorlesung
72 h = Lektüre
50 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Deskriptive Statistik und Wahrscheinlichkeitstheorie
- Induktive und multivariate Statistik
- Empfehlenswert sind weiterhin Grundkenntnisse in der Statistiksoftware R, der angewandten statistischen Methoden sowie der Zeitreihenanalyse und/oder der Prognostik.

Literatur

- Wird in der Kickoff-Veranstaltung bekanntgegeben.

Lectures on Statistics

Lektürekurs zur Statistik

Module Number | 88-021-OM10-H-0408

Degree | Master

Semester | Summer or winter

Course Type | Lecture and Reading

Participation limit | None

Course Category | Compulsory elective (Management Science)

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Statistics and Quantitative Methods

Chair Owner | Prof. Dr. Ulrich Küsters

Lecturer | Prof. Dr. Ulrich Küsters

Learning Outcomes

- Students can summarize and interpret scientific publications and books and are able to derive implications from that.
- Students develop cognitive skills in the broad field of statistical methods in order to independently acquire new knowledge and new working techniques as well as to work towards economic meaningful results in an aim-oriented way. Thereby, they critically question what they read and are able to connect it with their prior knowledge and design new solutions and application options.

Module Content

- The lecture course deals with the conceptual analysis of statistical methods. The following aspects will be addressed in class:
 - Data: sources, collection and preparation methods
 - Data modelling: construction of statistical methods
 - Implementation of statistical models using computational tools
 - Critical reflection of relevant methods and models
- Possible focus topics are i.a.:
 - Sampling methods
 - Demographic, Business and Social Statistics
 - Latent variable models
 - Reproducible Statistics with R and RStudio
 - Methods of computational statistics
 - Multivariate Methods
 - Pattern recognition techniques (Discriminant function analysis, cluster analysis, neural networks)
- One of these or a similar topic will be selected as the major theme. The current theme will be posted on the homepage of the Chair at the beginning of the term.

Teaching Methods

- Reading assignments
- Class discussion

Grading

Written exam or oral examination	100%
----------------------------------	------

Assessment criteria in detail

- Final exam at the end of semester

Average Workload

28 h = Time of attendance lecture
72 h = Reading
50 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/ Prerequisites

- Descriptive Statistics and Probability Theory
- Statistical Inference and Multivariate Statistics
- Basic knowledge in the statistical Software R, in the field of applied statistical methods as well as in time series analysis and/or forecasting methods.
- Business Forecasting
- Applied Statistical Methods

Readings

- Will be announced in the kick off meeting

Management und Strategien von Automobil-Unternehmen

Management and Strategies of Automotive Companies

Modulnummer | 88-021-UF06-S-VL-0408

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 24

Anrechenbar für | Wahlpflicht (Entrepreneurship, MARKT)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch (Cases und Literatur teilw. auf englisch)

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Personal und Organisation

Referent/in | N.N.

Lernziele/Kompetenzen

- In diesem Modul erwerben die Studenten die Fähigkeit die Branche der Automobilindustrie zu beurteilen und kritisch zu reflektieren.
- Darüber hinaus lernen Sie die Strukturen, Strategien und Spezifika der Branche kennen, und können diese reproduzieren.
- Letztere vermitteln auch die Fähigkeit die eigene Karriere in der Automobilindustrie zu planen.

Modulinhalt

- Grundlagen:
 - Automobilindustrie – Einordnung/volkswirtschaftliche Bedeutung
 - Geschichtliche Entwicklung
 - Aktuelle Herausforderung und Trends
- Strategie und Organisation von Automobilherstellern
 - Grundlagen
 - Strategische und organisatorische Programme
 - Fokus: Implikationen modularer Produktarchitekturen auf die Strategie und Organisation von Automobilherstellern
- Strategie und Organisation der Zulieferindustrie
 - Aktuelle Herausforderungen in der Hersteller-Zulieferer Beziehung
 - Strategische und organisationale Handlungsmöglichkeiten
- Produktentwicklung – eine intraorganisationale Perspektive
 - Grundlagen und Herausforderungen der Produktentwicklung
 - Managementkonzepte in der automobilwirtschaftlichen Produktentwicklung
- Elektromobilität
 - Grundlagen der Geschäftsmodellinnovation
 - E-Mobility als Treiber für Geschäftsmodellinnovation in der Automobilbranche
- Vertrieb – eine intra- und interorganisationale Betrachtung
 - Grundlagen und Herausforderungen des Vertriebs
 - Der intraorganisationale Vertrieb
 - Der interorganisationale Vertrieb

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Fallstudien
- Präsentationen

Prüfungsmodalitäten

Portfolio	100%
-----------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

▪ Case	50%
▪ Final Paper	50%

Arbeitsaufwand (in Stunden)

42 h = Präsenzzeit Vorlesung
28 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
80 h = Erstellung des Term-Papers / Case
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine

Literatur

- Canzler, W./Schmidt, G. (Hrsg. 2003), Das zweite Jahrhundert des Automobils – Technische Innovationen, ökonomische Dynamik und kulturelle Aspekte, Berlin.
- Diez, W./Reindl, S./Brachat, H. (Hrsg. 2005), Grundlagen der Automobilwirtschaft, 4. Auflage, München.
- Ebel, B., M. B. Hofer, et.al., Eds. (2004), Automotive Management – Strategie und Marketing in der Automobilwirtschaft. Berlin. [u.a.].
- Garcia Sanz, F. J., K. Semmler, et al. Eds. (2007), Die Automobilindustrie auf dem Weg zur globalen Netzwerkkompetenz – Effiziente und flexible Supply Chains erfolgreich gestalten. Berlin.
- Gottschalk, B. and R. Kalmbach, Eds. (2006), Mastering the Automotive Challenges. München.
- Grassmann, O., Frankenberger, K. Csik, M. (2013), Geschäftsmodelle entwickeln. 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator, St. Gallen.
- Hüttenrauch, M. and M. Baum (2008), Effiziente Vielfalt – Die dritte Revolution in der Automobilindustrie. Berlin [u.a.].
- International Journal of Automotive Technology and Management (IJATM)
- Marschner, K. (2004): Wettbewerbsanalyse in der Automobilindustrie: Strategische und organisatorische Programme zur Handhabung automobilwirtschaftlicher Herausforderungen, Wiesbaden.
- Reindl, S. (2005): Die Macht der Hersteller – Machtstrategische Handlungsoptionen für das Vertriebsmanagement von Herstellern und Importeuren in der Automobilwirtschaft, München.
- Schömann, S.O. (2011): Produktentwicklung in der Automobilindustrie. Managementkonzepte in der Produktentwicklung der Automobilhersteller vor dem Hintergrund gewandelter Herausforderungen, Wiesbaden.
- ZFAW – Zeitschrift für die gesamte Wertschöpfungskette.

Management and Strategies of Automotive Companies

Management und Strategien von Automobil-Unternehmen

Module Number | 88-021-UF06-S-VL-0408

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Seminar

Participation Limit | 24

Creditable for | Compulsory elective (Entrepreneurship, MARKT)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German (Cases and part of the literature are in English)

Chair | ABWL, Human Resource Management and Organizational Theory

Chair Owner | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Lecturer | N.N.

Learning Outcomes

- In this module, students acquire the ability to assess and critically reflect the industry of the automotive industry.
- In addition, they will get to know the structures, strategies and specifics of the industry and can reproduce them.
- The latter fact provides them with the ability to plan their own career in the automotive industry.

Module Content

- Theoretical Foundations:
 - The Automotive Industry – Classification and macroeconomic importance
 - Historical development
 - Current challenges and trends
- Strategy and organizational structure of Automotive OEM
 - Basics
 - Strategic and organizational programs
 - Focus: Implications of modular concepts on the strategies and organizational structure of OEM
- Strategy and organizational structure of the supplier industry
 - Current challenges for the OEM-supplier relationship
 - Strategic and organizational options for action
- Product development – an intraorganizational perspective
 - Basics and current challenges for the product development
 - Management concepts of product development in the car industry
- Electro-Mobility
 - Basic theories of business model innovation
 - E-Mobility as driver of business model innovation
- Sales – an intra- and interorganizational perspective
 - Basics and current Challenges for sales
 - Intraorganizational sale
 - Interorganizational sale – the group Exemption Regulation as a reference framework for the strategic and organizational interdependence of OEM and dealer.

Teaching Methods

- Lecture
- Case studies
- Presentations

Grading

Portfolio	100%
-----------	------

Assessment criteria in detail

- | | |
|---------------|-----|
| ▪ Case | 50% |
| ▪ Final Paper | 50% |

Average Workload

42 h = Time of attendance lecture
28 h = Self study
80 h = Writing of the seminar paper / case
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- None

Readings

- Canzler, W./Schmidt, G. (Hrsg. 2003), Das zweite Jahrhundert des Automobils – Technische Innovationen, ökonomische Dynamik und kulturelle Aspekte, Berlin.
- Diez, W./Reindl, S./Brachat, H. (Hrsg. 2005), Grundlagen der Automobilwirtschaft, 4. Auflage, München.
- Ebel, B., M. B. Hofer, et.al., Eds. (2004), Automotive Management – Strategie und Marketing in der Automobilwirtschaft. Berlin. [u.a.].
- Garcia Sanz, F. J., K. Semmler, et al. Eds. (2007), Die Automobilindustrie auf dem Weg zur globalen Netzwerkkompetenz – Effiziente und flexible Supply Chains erfolgreich gestalten. Berlin.
- Gottschalk, B. and R. Kalmbach, Eds. (2006), Mastering the Automotive Challenges. München.
- Grassmann, O., Frankenberger, K. Csik, M. (2013), Geschäftsmodelle entwickeln. 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator, St. Gallen.
- Hüttenrauch, M. and M. Baum (2008), Effiziente Vielfalt – Die dritte Revolution in der Automobilindustrie. Berlin [u.a.].
- International Journal of Automotive Technology and Management (IJATM)
- Marschner, K. (2004): Wettbewerbsanalyse in der Automobilindustrie: Strategische und organisatorische Programme zur Handhabung automobilwirtschaftlicher Herausforderungen, Wiesbaden.
- Reindl, S. (2005): Die Macht der Hersteller – Machtstrategische Handlungsoptionen für das Vertriebsmanagement von Herstellern und Importeuren in der Automobilwirtschaft, München.
- Schömann, S.O. (2011): Produktentwicklung in der Automobilindustrie. Managementkonzepte in der Produktentwicklung der Automobilhersteller vor dem Hintergrund gewandelter Herausforderungen, Wiesbaden.
- ZFAW – Zeitschrift für die gesamte Wertschöpfungskette

MA-Seminar „Aktuelle Fragen der Unternehmensbesteuerung“

Current Issues in Company Taxation

Modulnummer | 88-021-TA09-S-SE-0408

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommersemester

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 15

Anrechenbar für | Wahlpflichtteil

Unterrichtsstunden | 2 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL und Betriebswirtschaftliche Steuerlehre

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Reinald Koch

Referent/en | Prof. Dr. Reinald Koch und Mitarbeiter/in

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende des Kurses erweitern ihre Fähigkeit, ein steuerliches Thema unter Verwendung wissenschaftlicher Literatur in logischer Struktur und in korrekter Anwendung der Regeln für wissenschaftliches Arbeiten zu bearbeiten.
- Studierende erweitern ihre Fähigkeiten, Informationen zu strukturieren, zu bearbeiten, richtig zu interpretieren, in eigene Worte zu fassen und in schriftlicher und mündlicher Form zu präsentieren. Dabei erlernen sie den Umgang mit den einschlägigen Rechtsquellen, deren Kommentierungen als auch den entsprechenden Urteilen und Verwaltungsanweisungen sowie diese Rechtsvorschriften kritisch einzuordnen sowie betriebswirtschaftliche Methoden zur Beurteilung der Wirkung steuerlicher Vorschrift anzuwenden.
- Nach Abschluss des Seminars sind Studierende in der Lage, die Wirkung steuerlicher Regelungen anhand betriebswirtschaftlicher Maßstäbe zu analysieren und mit Blick auf die Steuersystematik zu beurteilen.

Modulinhalt

- Je nach Thema des Seminars

Lehr-/Lernformen

- Präsentation und Diskussion

Prüfungsmodalitäten

Seminararbeit	70%
Präsentation und Moderation	30%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Es muss eine schriftliche Seminararbeit erstellt werden sowie das bearbeitete Thema im Rahmen einer Präsentation vorgestellt werden.
- Aufgrund der Kompetenzorientierung des Kurses ist die Kombination von einer schriftlichen Arbeit mit einem Vortrag zwingend notwendig.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

14 h = Präsenzzeit Vorlesung
0 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
0 h = Präsenzzeit Übung
0 h = Vor- und Nachbereitung Übung
136 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Besuch der Vorlesungen des Lehrstuhls wird empfohlen.

Literatur

- Literatur wird bekannt gegeben.

MA-Seminar „Current Issues in Company Taxation“

Aktuelle Fragen der Unternehmensbesteuerung

Course Number | 88-021-TA09-S-SE-0408

Degree | Master

Semester | Summer term

Course Type | Seminar

Participation Limit | 15

Course Category | compulsory elective

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Tax Management

Chair Owner | Prof. Dr. Reinald Koch

Lecturer | Prof. Dr. Reinald Koch

Learning Outcomes

- Students strengthen their abilities to elaborate on tax issues of scientific relevance using adequate literature and the rules of scientific text production.
- Students strengthen their abilities in structuring, editing, interpreting, reflecting in own words and presenting information in front of a group as well as in written form. Within this course they learn how to handle legal texts and related commentaries, decisions and administrative instructions and how to critically assess these provisions as well as how to use economic principles to assess the consequences of a tax regulation.
- After attending this course, students are able to assess the impact of tax regulations on the basis of economic principles and the tax system as a whole.

Module Content

- Depends on the individual subject of the seminar.

Teaching Methods

- Presentation
- Discussion

Grading

Paper	70%
Presentation	30%

Assessment criteria in detail

- Students have to write a seminar paper, which they also have to present in front of the group.
- With respect to the competence orientation of this course a combination of a written paper and a presentation is absolutely necessary.

Average Workload

14 h = Time of attendance lecture
0 h = Preparation and postprocessing lecture
0 h = Time of attendance tutorial
0 h = Preparation and postprocessing tutorial
136 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- The attendance of our lectures is recommended.

Readings

- Literature is provided in the Opening Session.

Masterarbeit

Master's thesis

Modulnummer | -/-
Abschluss des Studiengangs | Master
Semester | Jedes Semester
Kurstyp | Abschlussarbeit
Anrechenbar für | Masterarbeit
Unterrichtsstunden | Selbststudium
Leistungspunkte | 30 ECTS
Sprache | Deutsch oder Englisch
Verantwortlicher Lehrstuhl | Betreuender Lehrstuhl der WFI
Referent/in | BetreuerIn

Lernziele/Kompetenzen

- Ziel der Erstellung der Masterarbeit ist, dass sich die Studierenden am Ende ihres Masterstudiums in selbstständiger Arbeit einen betriebswirtschaftlichen Forschungsinhalt erschließen.
- Sie sollen in die Lage versetzt werden, eine Forschungsfrage strukturiert zu bearbeiten, unterschiedliche wissenschaftliche Perspektiven miteinander zu verknüpfen und daraus Handlungsimplikationen abzuleiten.

Modulinhalt

Selbstständige Bearbeitung eines Themas mit wirtschaftswissenschaftlichem Bezug

- Formulierung einer Forschungsfrage
- Recherche und Erarbeitung des Forschungsstandes
- Bearbeitung der in der Forschungsfrage formulierten Problemstellung
- Formulierung eines wissenschaftlich begründeten Urteils

Lehrmethoden

- Eigenständiges wissenschaftliches Arbeiten

Prüfungsmodalitäten

Schriftliche Arbeit	100%
---------------------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Innerhalb von sechs Monaten hat der Studierende selbstständig ein wissenschaftliches Thema zu bearbeiten und 80 Seiten (+/- 10 %) zu verschriftlichen. Die Arbeit wird von dem Fachvertreter, der das Thema festgelegt hat, und evtl. einem Zweitgutachter bewertet.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

300 h = Recherche
600 h = Erstellung der Arbeit
900 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Grundvoraussetzung ist die Beendigung des 2. Fachsemesters

Literatur

- Keine

Master's Thesis

Masterarbeit

Module Number | -/-

Degree | Master

Semester | Every term

Course Type | Final thesis

Participation limit | None

Creditable for | Master's Thesis

Contact Hours | Self-study

Number of Credits | 30 ECTS

Language | German or English

Chair | Mentoring chair of the WFI

Lecturer | Mentor

Learning Outcomes

- The aim of the Master's thesis consists in enabling the student to compile an economic research.
- The students shall be able to structure a research question, to link different scientific perspectives and hence develop implications how to act.

Module Content

Self-contained work on an economic topic

- Verbalization of a research question
- Research and formulation of the current state of research
- Work on the Problem, which has been stated in the research question
- Formulation of a scientific founded judgement

Teaching Methods

- Self-contained scientific work

Grading

Paper

100%

Assessment criteria in detail

During six month, the student has to work self-contained on a scientific topic and write a paper about it (80 pages +/- 10%). This will be graded by the mentor and optionally by a consultant.

Average Workload

300 h = Research
600 h = Preparation paper
900 h = Total workload

Prerequisites

- Basic requirement is the completion of the 2. masterterm

Readings

- none

Modelle unternehmerischer Verantwortung

Models of entrepreneurial responsibility

Modulnummer | 88-021-EPS03-S-SE-0408.20161.001

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 30

Anrechenbar für | Wahlpflicht (Entrepreneurship)

Unterrichtsstunden | 2 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Wirtschafts- und Sozialgeschichte

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Frank E. W. Zschaler

Referent/in | Prof. Dr. Frank E. W. Zschaler

Lernziele/Kompetenzen

Lernziel:

- Im Modul werden die Modelle und Wahrnehmungsmuster unternehmerischer Verantwortung seit der Industrialisierung mit Fokus auf (West-)Europa und Nordamerika thematisiert. Die Studierenden lernen aus wirtschafts- und sozialgeschichtlicher Perspektive Motivationen für freiwilliges sozial verantwortliches Handeln in Unternehmen ebenso kennen wie endogene und exogene Einflussfaktoren, good and bad practice – Beispiele, ethische Dilemmasituationen (z.B. unternehmerische Verantwortung in autoritären und diktatorischen Regimen) sowie die dynamische Interaktion zwischen Unternehmen und Gesellschaft.

Kompetenzen:

- Vertiefte Beschäftigung mit Motivationen sozial verantwortlichen Handelns in Unternehmen seit der Industrialisierung,
- Erkennen endogener und exogener Einflussfaktoren,
- Eigenständige Auseinandersetzung mit good and bad practice – Beispielen und ethischen Dilemmasituationen,
- Fähigkeit zur Analyse des wechselseitigen Einflusses zwischen Unternehmen und Gesellschaft auf Grundlage ausgewählter Beispiele

Modulinhalt

- Formen der Wahrnehmung unternehmerischer Verantwortung seit der Industrialisierung (z.B. christlicher Unternehmer),
- Selbst- und Fremdwahrnehmung unternehmerischer Verantwortung im Zeitverlauf,
- veränderte Unternehmerbilder
- Einfluss ökonomischer und politischer Krisen sowie von Internationalisierung und Globalisierung auf gesellschaftliche Erwartungen gegenüber Unternehmern
- Veränderungen der politischen Rahmenbedingungen sowie des Rechts
- Auswirkungen der entstehenden Betriebswirtschaftslehre als eigenständige Wissenschaftsdisziplin mit einer Anfang des 20. Jahrhunderts einsetzenden Spezialisierung auf Selbst- und Fremdbilder

Lehr-/Lernformen

- Seminar: regelmäßige qualifizierte Teilnahme, Erschließung und Präsentation eines forschungsbezogenen Themas

Prüfungsmodalitäten

Portfolio

100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- 20seitiges Portfolio zu einem forschungsbezogenem Thema

Arbeitsaufwand (in Stunden)

30 h = Präsenzzeit Seminar

30 h = Vor- und Nachbereitung Seminar

30 h = Vorbereitung der Präsentation von Ergebnissen

60 h = Portfolio
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine

Literatur

- Hinweise auf aktuelle Forschungsliteratur werden in der Veranstaltung gegeben.

Models of entrepreneurial responsibility

Modelle unternehmerischer Verantwortung

Module Number | 88-021-EPS03-S-SE-0408.20161.001

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Seminar

Participation Limit | 30

Creditable for | Compulsory elective (Entrepreneurship)

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Economic and Social History

Chair Owner | Prof. Dr. Frank E. W. Zschaler

Lecturer | Prof. Dr. Frank E. W. Zschaler

Learning Outcomes

Goals, contents:

- The module focusses on models of and changing perspectives concerning entrepreneurial responsibility, especially with regard to Western Europe and North America. Starting from the perspective of economic and social history, students get an overview of:
- Motivations for and aspects of corporate social responsibility
- Examples of good and bad-practice
- Ethical positions
- The dynamic interaction between companies and society.

Competences:

- Profound understanding of motivations for and aspects of corporate social responsibility ever since the age of industrialization
- Critical reflection and critical understanding of different ethical positions
- The ability to analyse the dynamic interaction between companies and society by using different examples

Module Content

- Aspects and forms as well as critical reflection of corporate social responsibility since the age of industrialization
- A historical view on images of entrepreneurship
- The influence of economic and political crises, of globalization and internationalization on the relationship between societies and companies
- Changes of political and juridical conditions
- the impact of business studies as an independent academic discipline

Teaching Methods

- Seminar: regular attendance, research and presentation

Grading

Portfolio	100%
-----------	------

Assessment criteria in detail

- Portfolio (approximately 20 pages), relating to research

Average Workload

30 h = regular attendance
30 h = self-study and preparatory work
30 h = preparation and presentation of research
60 h = portfolio
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- None

Readings

- References to current research literature will be given in the course.

Modellierung und Analyse von Retail Operations

Modelling and Analysis of Retail Operations

Modulnummer | 88-021-SCM16
Abschluss des Studiengangs | Master
Semester | Sommer
Kurstyp | Vorlesung und Projektarbeit
Teilnehmerbeschränkung | keine
Anrechenbar für | Wahlpflichtteil (BA&OR, MARKT)
Unterrichtsstunden | 3 SWS
Leistungspunkte | 5 ECTS
Sprache | Englisch
Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Supply Chain Management & Operations
Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Heinrich Kuhn
Referenten | Prof. Dr. Heinrich Kuhn, Mitarbeiter und Gastdozenten

Lernziele/Kompetenzen

Studierende

- verstehen die zentrale Dynamik heutiger Retail Operations.
- entwickeln eigenständig unterstützende Modelle im Einzelhandel.
- analysieren diese Modelle.
- können Zusammenhänge zwischen den handelsbezogenen Variablen und Einflussgrößen herstellen.
- sind letztendlich in der Lage die Prozesse eines stationären und Online-Händlers entlang der Supply Chain zu modellieren und analysieren.

Modulinhalt

Die Studenten erhalten einen Überblick über die Handelslogistik (Retail Operations), sowie die damit verbundene Modellierung und Analyse. Diese Themen werden zusammengeführt und weiterentwickelt durch die Anwendung verschiedener Fallstudien aus den folgenden Bereichen:

- Retail Operations
- Modeling and Decisions in Retail
- Analysis of Retail Problems
- Online Retail
- Omni Channel Retail

Lehr-/Lernformen

Vermittlung anhand des simultanen Einsatzes von theoretischen und praktischen Inhalten. Anwendung aktiver Lernmethoden, wenn möglich. Verstärkung des aktiven Lernens durch die geführte Lösung von Fallstudien.

Prüfungsmodalitäten

Portfolio bestehend aus:

- | | |
|-----------------------------|-----|
| ▪ Schriftliche Ausarbeitung | 60% |
| ▪ Präsentation | 40% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Studierende arbeiten gemeinsam an der Lösung von Fallstudien (Gruppenarbeit) im Handel mit Vortrag und anschließender Diskussion (30 + 15 min).
- Die schriftliche Ausarbeitung ist als foliengestützte Zusammenfassung des Fallbeispiels zu erstellen. Die Bewertung umfasst schriftliche Ausarbeitung sowie Vortrag/Diskussionsführung.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

36 h = Präsenzzeit Vorlesung und Fallstudienseminar
40 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung und Seminar
56 h = Fallstudien Erstellung
18 h = Vorbereitung und Erstellung der Ergebnispräsentation
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Grundlagen des Operations Management, Logistik und Handel

Literatur

- Agrawal N., Smith S. A. (Eds): Retail Supply Chain Management: Quantitative Models and Empirical Studies, 2nd Edition, International Series in Operations Research & Management Science, Boston (Springer) 2015. I
- Gallino Santiago, Moreno-Garcia Antonio: Operations in an Omnichannel World, Springer Series in Supply Chain Management, Berlin (Springer) 2019. I
- Hübner, A, Kuhn, H. and M. Sternbeck: Retail demand and supply chain planning - An operations planning framework, in: International Journal of Retail and Distribution Management, Issue 41, Vol. 7, 2013, pp. 512-530. I
- Kuhn, H., Holzapfel, A. und Ostermeier, A.: Handelslogistik, in Hans Corsten, Ralf Gössinger, Thomas S. Spengler (Eds.), Handbuch Produktions- und Logistikmanagement in Wertschöpfungsnetzwerken, Berlin, Boston (De Gruyter) 2018, pp. 716–736.

Modeling and Analysis of Retail Operations

Modellierung und Analyse von Retail Operations

Course Number | 88-021-SCM16

Degree | Master

Semester | Summer term

Course Type | Lecture and project work

Participation Limit: none

Course Category | compulsory elective (BA&OR, MARKT)

Contact Hours | 3 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | ABWL, Supply Chain Management & Operations

Chair Owner | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Lecturer | Prof. Dr. Heinrich Kuhn, Research Assistants and Guest Lecturers

Learning Outcomes

Students

- understand the main dynamics of today's retail operations.
- create models for decision support in retail independently.
- perform analysis based on models, particularly sensitivity analyzes and scenarios.
- can determine relationships between retail-related variables and influencing factors.
- develop the skills necessary to model and analyze operations throughout the supply chain of a retailer.

Module Content

Within this course we provide students with an overview in retail operations and the modelling and analysis of the related issues. These two topics are merged and developed using several case-studies.

- Retail Operations
- Modeling and Decisions in Retail
- Analysis of Retail Problems
- Online Retail
- Omni Channel Retail

Teaching Methods

The topics will be addressed using simultaneously a practical and a theoretical perspective. Active learning methods will be used whenever it is possible. Active learning will be potentiated with the guided solution of case studies.

Grading

Portfolio containing:

- | | |
|----------------|-----|
| ▪ Term paper | 60% |
| ▪ Presentation | 40% |

Assessment criteria in detail

- Students work together on the solution of case studies (group work) in commerce with presentation and subsequent discussion (30 + 15 min).
- The term paper should be prepared as a slide-based summary of the case study. The evaluation includes written elaboration and presentation/discussion.

Average Workload

36 h = Time of attendance lecture and case study seminar
40 h = Preparation and postprocessing lecture and seminar
56 h = Preparation for Case Studies
18 h = Preparation for presentation of the case studies
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Basic knowledge in Operations Management, Logistics, Retail

Readings

- Agrawal N., Smith S. A. (Eds): Retail Supply Chain Management: Quantitative Models and Empirical Studies, 2nd Edition, International Series in Operations Research & Management Science, Boston (Springer) 2015.
- Gallino Santiago, Moreno-Garcia Antonio: Operations in an Omnichannel World, Springer Series in Supply Chain Management, Berlin (Springer) 2019.
- Hübner, A, Kuhn, H. and M. Sternbeck: Retail demand and supply chain planning - An operations planning framework, in: International Journal of Retail and Distribution Management, Issue 41, Vol. 7, 2013, pp. 512-530.
- Kuhn, H., Holzapfel, A. und Ostermeier, A.: Handelslogistik, in Hans Corsten, Ralf Gössinger, Thomas S. Spengler (Eds.), Handbuch Produktions- und Logistikmanagement in Wertschöpfungsnetzwerken, Berlin, Boston (De Gruyter) 2018, pp. 716–736.

Multinationale Unternehmen und ihre Besteuerung

Multinational Firms and their Taxation

Modulnummer | 88-021-TX06-H-0719

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht TAXATION, FACT

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | VWL, insb. Finanzwissenschaft

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Dominika Langenmayr

Referent/in | Prof. Dr. Dominika Langenmayr

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende verstehen das Spannungsverhältnis zwischen Nationalstaaten und multinational tätigen Unternehmen.
- Sie verfügen über ein wissenschaftlich fundiertes, detailliertes und kritisches Verständnis der ökonomischen Optimierungskalküle von multinationalen Unternehmen sowie der Besteuerung multinationaler Unternehmen.
- Studierende können eigenständig volkswirtschaftliche Denkweisen auf steuerliche Themen im internationalen Kontext anwenden. Sie können die gesamtwirtschaftlichen Implikationen von steuerlichen Regelungen einschätzen.
- Sie lernen aktuelle theoretische und empirische wissenschaftliche Forschungsansätze und -methoden kennen und können neue Forschungsergebnisse eigenständig interpretieren und kritisch reflektieren.

Modulinhalt

- Wieso gibt es multinationale Unternehmen? Erklärungen aus der Außenhandelstheorie
- Spannungsfeld Nationalstaat – multinationales Unternehmen
- Staatliche Anreize für ausländische Direktinvestitionen
- Steuerwettbewerb zwischen Staaten
- Gewinnverlagerung
- Maßnahmen gegen Gewinnverlagerung
- Alternative Steuersysteme

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Übung
- Diskussion

Prüfungsmodalitäten

Klausur	100%
---------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Klausur am Ende des Semesters

Arbeitsaufwand (in Stunden)

30 h = Präsenzzeit Vorlesung
30 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
30 h = Präsenzzeit Übung
30 h = Vor- und Nachbereitung Übung
30 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse

- keine

Literatur

- Literatur zu jedem Kapital wird jeweils in der Vorlesung bekannt gegeben

Multinational Firms and their Taxation

Multinationale Unternehmen und ihre Besteuerung

Module Number | 88-021-TX06-H-0719

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Lecture and Tutorial

Participation Limit | None

Creditable for | Elective

Contact Hours | 4 hours/week

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Economics, esp. Public Finance

Chair Owner | Prof. Dr. Dominika Langemayr

Lecturer | Prof. Dr. Dominika Langemayr

Learning Outcomes

- Students understand the tension between national states and multinational firms.
- They have a scientifically based and deep understanding of the economic decisions and the taxation of multinational firms and are able to discuss critically various issues in this area.
- Students can apply economic reasoning independently to different contexts. They can assess the overall economic implications of tax laws.
- Students become acquainted with different approaches to current research questions. They are able to interpret research results independently and reflect on them critically.

Module Content

- Why do multinational firms exist? Explanations from international trade theory
- National states vs multinational firms
- Subsidies for foreign direct investment
- Tax competition among states
- Profit shifting
- Measures against profit shifting
- Alternative tax systems

Teaching Methods

- Lecture
- Tutorial
- Discussion

Grading

Final Exam	100%
------------	------

Assessment criteria in detail

- Written exam at the end of the semester

Average Workload

30 h = Time of attendance lecture
30 h = Preparation and postprocessing lecture
30 h = Time of attendance tutorial
30 h = Preparation and postprocessing tutorial
30 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge

- none

Readings

- Literature for each topic will be announced in the lectures.

Objektorientierte Programmierung von Heuristiken

Object-oriented programming of heuristics

Modulnummer | 88-021-SCM14-S-SE-0408

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung und Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht (BA&OR)

Unterrichtsstunden | 2 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, SCM und Operations

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Referent/in | Dr. Andreas Popp

Lernziele/Kompetenzen

Studierende

- wenden die Methoden der objektorientierten Programmierung an.
- können die Vor- und Nachteile der objektorientierten Programmierung gegenüber anderen Programmierparadigmen beurteilen.
- entwickeln strukturierte Programmierprojekte zur Lösung von umfangreichen wissenschaftlichen und praktischen Problemen.
- sind in der Lage die Methoden der objektorientierten Programmierung auf reale Problemstellungen zu übertragen.
- erkennen die im Kurs vorgestellten Algorithmen und können die Probleme schildern, welche dadurch gelöst werden.

Modulinhalt

- Wichtige Programmierparadigmen
- Wiederholung grundlegender Programmierstrukturen
- Grundlagen der objektorientierten Programmierung: Klassen, Felder, Methoden
- Vererbung
- Verwendung externer Klassen
- Generische Klassen
- Alle Inhalte werden am Beispiel wohlbekannter Heuristiken, sowie anderen Algorithmen erläutert

Lehrmethoden

- Vorlesung
- Diskussion
- Interaktive Übung
- Projektarbeit

Prüfungsmodalitäten

Projektarbeit	100%
---------------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Die Studierenden erhalten einen in der Literatur bekannten Algorithmus und müssen diesen mit den gelernten Methoden implementieren. Abzugeben sind die Implementierung und ihre Dokumentation. Das Projekt muss danach in der Gruppe vorgestellt werden. Alle Elemente werden bewertet.
- Die Implementierung (50% der Endnote) wird bewertet nach Korrektheit, Verständlichkeit und Anwendung von objektorientierten Methoden
- Die Dokumentation und der Vortrag (je 25% der Endnote) werden bewertet nach Vollständigkeit und Verständlichkeit

Arbeitsaufwand (in Stunden)

30 h = Präsenzzeit Vorlesung & Übung
30 h = Vor- und Nachbereitung der Vorlesungsinhalte
20 h = Vor- und Nachbereitung Übungsaufgaben

40 h = Implementierung der Projektarbeit
20 h = Dokumentation der Projektarbeit
10 h = Vorbereitung der Präsentation zur Projektarbeit
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Sicherer Umgang mit dem Computer
- Grundlegende Programmiererfahrung, Kenntnis der folgenden Konzepte: Ausdrücke, Operatoren, Datentypen, Variablen, Bedingte Verzweigung („if-Ausdruck“), Schleifen
- Bereits erlangte Kenntnisse über gängige Heuristiken von Vorteil

Literatur

- Schildt, H.: Java, A Beginner's Guide, 5th Edition, Mcgraw-hill, 2011
- Habelitz, H.: Programmieren lernen mit Java: Aktuell zu Java 7, Galileo Press GmbH, 2012

Object-oriented programming of heuristics

Objektorientierte Programmierung von Heuristiken

Module Number | 88-021-SCM14-S-SE-0408

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Lecture and tutorial

Participation limit | None

Course Category | Compulsory elective (BA&OR)

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | ABWL, SCM and Operations

Chair Owner | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Lecturer | Dr Andreas Popp

Learning Outcomes

Students

- apply the methods of object-oriented scheduling.
- can evaluate the advantages and disadvantages of object-oriented programming compared to other programming paradigms.
- develop structured programming projects to solve large-scale scientific and practical problems.
- are able to apply the methods of object-oriented programming to real-world problems.
- recognize the algorithms learned in this course and know the problems solved by them.

Module Content

- Important programming paradigms
- Recapitulation of basic programming structures
- Basics of object-oriented programming: classes, fields and methods
- Inheritance
- Using external classes
- Generic classes
- The content is exemplified with well-known heuristics and other algorithms

Teaching Methods

- Lecture
- Discussion
- Tutorial
- Project assignment

Grading

Project assignment	100%
--------------------	------

Assessment criteria in detail

- Students get assigned a well-known algorithm from literature must implement it with the learned methods. The implementation and its documentation must be handed in. After that, the project must be presented to the group. All elements are graded.
- The implementation (50% of final grade) will be assessed by correctness, understandability and application of object-oriented methods
- The documentation and presentation (25% of final grade each) are assessed by completeness and understandability

Average Workload

30 h = Time of attendance lecture and tutorial
30 h = Preparation and postprocessing of lecture
20 h = Preparation and postprocessing of exercises
40 h = Implementing the assignment
20 h = Documenting the assignment
10 h = Preparation for the presentation of the assignment

150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Reliable handling of computers
- Basic programming experience, knowledge of the following concepts: expressions, operators, data types, variables, conditional branching („if-clauses“), loops
- Already gained knowledge of common heuristics is an advantage

Readings

- Schildt, H.: Java, A Beginner's Guide, 5th Edition, McGraw-hill, 2011
- Habelitz, H.: Programmieren lernen mit Java: Aktuell zu Java 7, Galileo Press GmbH, 2012

Operations Scheduling

Operations Scheduling

Modulnummer | 88-021-OM04

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht (BA&OR, MARKT)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, SCM und Operations

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Referent/in | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Lernziele/Kompetenzen

Studierende

- wenden die aktuellen Methoden und Konzepte der Ablaufplanung an.
- bestimmen die relevanten Aspekte der Ablaufplanung in Sachgüter- und Dienstleistungsunternehmen.
- vertiefen ihre Kenntnisse der mathematischen Modellierung.
- können das erlernte Wissen im Zuge der Entwicklung von Ablaufplanungssystemen auf die betriebliche Praxis übertragen.
- lösen Fragestellungen der Ablaufplanung eigenständig mit einem Standard-Solver.

Modulinhalt

- Modellierung von Scheduling-Problemen
- Prioritätsregel-basierte Verfahren zur Reihenfolgeplanung
- Projektplanung
- Ablaufplanung bei Werkstattproduktion
- Ablaufplanung bei Varianten-Fließproduktion
- Losgrößen- und Reihenfolgeplanung bei Mehrprodukt-Fließlinien
- Reservierungssysteme und Stundenplanerstellung
- Personaleinsatzplanung

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung im Stil „Lecture and Discussion“
- Übung

Prüfungsmodalitäten

Klausur am Veranstaltungsende (90 Minuten)

100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Klausur: Am Veranstaltungsende wird der Lernstoff in einer 90minütigen Klausur abgeprüft.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

21 h = Präsenzzeit Vorlesung
42 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
21 h = Präsenzzeit Übung
42 h = Vor- und Nachbereitung Übung
24 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse

- Grundsätzliches Problemverständnis für die in den betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen Produktion und Logistik bestehenden Entscheidungsprobleme (u.a. Organisationsprinzipien der

Produktion, Produktionsprogrammplanung, Ressourceneinsatzplanung, Ablaufplanung und Produktionssteuerung).

- Grundlagen der diskreten Optimierung

Literatur

- Pinedo, Planning and Scheduling in Manufacturing and Services, Berlin (Springer) 2005.

Operations Scheduling

Operations Scheduling

Module Number | 88-021-OM04

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Lecture/Tutorial

Participation limit | None

Creditable for | Compulsory elective (BA&OR, MARKT)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | ABWL, SCM and Operations

Chair Owner | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Lecturer | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Learning Outcomes

Students

- apply the current methods and concepts of operations scheduling.
- determine the relevant aspects of scheduling in manufacturing and services.
- deepen their knowledge of mathematical modelling.
- achieve the ability to apply their knowledge to develop scheduling systems in business practice.
- solve operations scheduling issues independently with a standard solver.

Module Content

- Model Characteristics of Scheduling Problems
- General-Purpose Scheduling Procedures
- Project Scheduling
- Job Shop Scheduling
- Scheduling of Flexible Assembly Systems
- Lot Sizing and Scheduling
- Reservation Systems and Timetabling
- Workforce Scheduling

Teaching Methods

- Lecture
- Tutorial

Grading

Final exam (90 minutes)	100%
-------------------------	------

Assessment criteria in detail

- Final exam: A written exam (90 minutes) is held at the end of the module.

Average Workload

21 h = Time of attendance lecture
42 h = Preparation and postprocessing lecture
21 h = Time of attendance tutorial
42 h = Preparation and postprocessing tutorial
24 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Fundamental Knowledge Operations Management
- Knowledge in Discrete Optimization

Readings

- Pinedo, Planning and Scheduling in Manufacturing and Services, Berlin (Springer) 2005.

Projekt im Dienstleistungs- und Innovationsmanagement

Project in service and innovation management

Veranstaltungsnummer | xxxxxx

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Projektarbeit

Teilnehmerbeschränkung | 20

Anrechenbar für / BWL-MARKT, BWL-International, BWL-Entrepreneurship und Social Innovation

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch oder Englisch

Lehrstuhl | ABWL und Dienstleistungsmanagement

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Jens Högrevé

Referent/en | Prof. Dr. Jens Högrevé, Pirmin Bischoff

Lernziele/Kompetenzen

- Diese Veranstaltung gibt den Studierenden einen vertiefenden Einblick in die Konzepte und Prinzipien des Managements und Marketing von Dienstleistungen und Innovationen. Darüber hinaus erlernen die Studierenden praxisbezogene Marktforschung.
- Die Studierenden erlernen, konzeptionelle und forschungspraktische Tätigkeiten anhand eines für die Praxis und Forschung relevanten Problems zu verknüpfen.
- Im Rahmen der Durchführung einer empirischen Forschungsstudie vertiefen die Studierenden ihre Kenntnisse bezüglich der Entwicklung und operativen Durchführung eines Untersuchungsdesigns.
- Ein Schwerpunkt liegt hierbei auf realen Marktforschungsprojekten, die in Kooperation mit Partnerunternehmen durchgeführt werden.
- Zur Erarbeitung dieser Kompetenzen ist die gemeinschaftliche Entscheidungsfindung im Team und teamübergreifend eine wesentliche Voraussetzung.

Modulinhalt

Bedingt durch die wechselnden Problemstellungen, Oberthemen und Praxispartner verändert sich der Kursinhalt semesterweise. Das Seminar besteht aber immer aus Impulsvorträgen zu Marktforschungsmethoden und einer empirischen Praxisphase. Das im betreffenden Semester anstehende Oberthema für das Forschungsseminar wird rechtzeitig vor der Anmeldung über die Lehrstuhlhomepage kommuniziert. In der Vergangenheit wurde bspw. die Positionierung eines Big-Data Service Providers, die Bereitstellung und Gestaltung von öffentlichen Dienstleistungen oder die Erfolgsmessung einer Versicherung als Beratungsprojekt durchgeführt.

Aufgrund von semesterweise wechselnden Projektpartnern und Themenstellungen kann das Praxisprojekt von Studierenden mehrmals besucht und im Studium angerechnet werden.

Lehrmethoden

- Impulsvorträge zur Einführung in die Marktforschung
- Empirisches Praxisprojekt in Gruppenarbeit (Entwicklung der Forschungsfrage, Aufstellung des empirischen Erhebungsdesigns, Datenerhebung und -auswertung)
- Diskussion der (Teil-)Projektergebnisse
- Präsentation der (Teil-)Projektergebnisse

Prüfungsmodalitäten

Abschlussbericht	50%
Teilprojekt- und Abschlusspräsentationen	30%
Mitarbeit in der Gruppe	20%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Abschlussbericht

50%

Wir erwarten von den Studierenden, das Vorgehen sowie die wesentlichen Ergebnisse des Gesamtprojektes in einer im Kurs besprochenen Form abzufassen. Der Abschlussbericht wird dem Praxispartner zur Verfügung gestellt.

Teilprojekt- und Abschlusspräsentation

30%

- Wir erwarten von den Studierenden, im Rahmen regulär stattfindender Teilprojektpräsentationen den aktuellen Arbeitsstand ihrer jeweiligen Teilprojekte vorzustellen und in einer Gruppendiskussion kritisch hinterfragen zu lassen. Wesentlich sind in diesem Zusammenhang insbesondere die Qualität und Vollständigkeit der erarbeiteten Dokumente sowie das Niveau der dargebotenen Präsentation
- Wir erwarten von den Studierenden, das Vorgehen sowie die wesentlichen Ergebnisse ihres jeweiligen Teilprojektes in einer kommentierten Teilprojektpräsentation abzufassen. Dieser Teilprojektbericht dient als Input für alle anderen Teilprojektgruppen und für die kommentierte Abschlusspräsentation.
- Wir erwarten von den Studierenden, im Rahmen einer finalen Abschlusspräsentation die Ergebnisse ihrer Arbeit einem relevanten Personenkreis vorzustellen und gegenüber diesem zu verteidigen. Wesentlich sind in diesem Zusammenhang insbesondere die Qualität und Vollständigkeit der erarbeiteten Dokumente sowie das Niveau der dargebotenen Präsentation.

Mitarbeit in der Gruppe

20%

Wir erwarten von den Studierenden, sich dauerhaft und engagiert in die konzeptionelle Entwicklung, inhaltliche Ausgestaltung und Durchführung der jeweiligen Teilprojekte einzubringen. Neben der Qualität der geleisteten Arbeit wird dabei besonders Wert auf eine kollegiale Zusammenarbeit und eine gleichmäßige Verteilung der Arbeitslast gelegt.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

45h = Präsenzzeit Vorlesung
 20h = Desk Research
 35h = Vor- und Nachbereitung der Interviews
 20h = Durchführung der Interviews
 30h = Verfassen des Abschlussberichts / Projektpräsentation
 150h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine

Literatur

- Eine Detailgliederung mit den Literaturangaben sowie ein Projektplan werden zu Veranstaltungsbeginn zur Verfügung gestellt.

Project in Service and Innovation Management

Projekt im Dienstleistungs- und Innovationsmanagement

Course Number | xxxxxxxx

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Project

Participation limit | 20

Creditable for | BWL-MARKT, BWL-International, BWL-Entrepreneurship and Social Innovation

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German or English

Chair | Department of Service Management

Chair Owner | Prof. Dr. Jens Högrevé

Lecturer | Prof. Dr. Jens Högrevé, Pirmin Bischoff

Learning Outcomes

- Students will learn to combine conceptual and practical research activities based on a relevant problem in practice or research. In connection with an empirical research study, students will deepen their knowledge on and their understanding of the development and implementation of a research design.
- The main focus lies on real life market research that will be conducted in cooperation with a practice partner. Students will learn to analyze the collected data according to scientific standards using appropriate programs.
- In order to develop these skills, teamwork and collective decision-making are paramount.

Course Content

Course content will differ each semester due to changing research topics and partner companies. However, students will always receive keynote lectures on market research tools and methods. The research topic for the upcoming semester will be communicated in due time on the departments website. Research topics that have been analyzed in previous semesters as a consulting case include: The positioning of a Big-Data service provider, the design of public and civic services, or the measurement of service quality in an insurance company.

Due to the changing research topics and project partners each semester, students can take and credit the course several times during their studies.

Teaching Methods

- Keynote lectures as an introduction to market research
- Empirical research project in work groups (development of a research question, development of an empirical research design, data collection, and data analysis)
- Presentation and discussion of results and implications in class

Grading

Final report	50%
Evaluation of the overall project	30%
In-group participation	20%

Assessment criteria in detail

Final report **50%**

We expect students to compose a final report that details the proceedings and results of the complete project. This report will be made available to the partner company.

Interim and final presentation **30%**

- We expect students to present their current findings and progress within regular feedback rounds and to critically discuss the results of each sub-project in class. A special focus lies on the quality and completeness of the documents and the presentation skills.
- We expect students to present and defend their results in front of a group of relevant stakeholders. A special focus will be on the quality and completeness of the documents and the presentation skills.

In-Group participation **20%**

We expect students to continuously engage in the development of their group's sub-project. Besides the quality of these contributions, the emphasis lies on a respectful and polite interaction with fellow students and an equal participation and sharing of the workload.

Average Workload

45h = Lecture
20h = Desk research
35h = Preparation and follow-up of interviews
20h = Interviews
30h = Final report
150h = Total workload

Prerequisites

- n/a

Readings

- A detailed outline of the course including all relevant literature and a project schedule will be provided in class.

Projektmodule Wirtschaftsinformatik

Project Business Intelligence

Modulnummer | 88-021-IFM04-H-0418

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer- und Wintersemester

Kurstyp | Projektarbeit

Teilnehmerbeschränkung | keine

Anrechenbar für | BA&OR (WP)

Unterrichtsstunden | 2 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL und Wirtschaftsinformatik

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Thomas Setzer

Referenten | Prof. Dr. Thomas Setzer und Mitarbeiter

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende können eigenständig und strukturiert Lern-/Arbeitsprozesse und -methoden zur Planung und Umsetzung umfassenden fachlichen Aufgabenstellungen in der Wirtschaftsinformatik gestalten und einordnen, und lernen diese zu bewerten, anzupassen und kritisch zu reflektieren.
- Sie erlernen das Erarbeiten eines aktuellen Themengebietes der Wirtschaftsinformatik, das über die Lehrinhalte der Module in der Wirtschaftsinformatik hinausgeht, und gewinnen tiefgehende Einblicke in moderne Themenbereiche der Wirtschaftsinformatik.
- Die Studierenden können das erlernte Fachwissen eigenständig schriftlich strukturieren, verständlich zusammenfassen und erläutern, sowie auch Ergebnisse adäquat präsentieren, diskutieren, bewerten und auf andere Kontexte transferieren.

Modulinhalt

- Im Rahmen des Projektmoduls bearbeiten die Studierenden unterschiedliche Themen aus dem Bereich der Wirtschaftsinformatik.

Lehr-/Lernmethoden

- Seminar

Prüfungsmodalitäten

Schriftliche Arbeit	80%	
Präsentation		20%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Schriftliche Arbeit: Umfang 20 Seiten
- Präsentation: 15 Min. Vortrag + 5 Min. Diskussion

Arbeitsaufwand (in Stunden)

5 h = Präsenzzeit Präsentation
25 h = Vor- und Nachbereitung Präsentation
120 h = Erstellung schriftliche Ausarbeitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- keine

Literatur

- Wird im Rahmen der Betreuung bekannt gegeben.

Project Business Intelligence

Projektmodule Wirtschaftsinformatik

Module Number | 88-021-IFM04-H-0418

Degree | Master

Semester | Summer and winter term

Course Type | Project

Participation limit | none

Course Category | BA&OR (WP)

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | BA and Business Informatics

Chair Owner | Prof. Dr. Thomas Setzer

Lecturer | Prof. Dr. Thomas Setzer and Assistants

Learning Outcomes

- Students know how to design and assess structured procedures and models for planning and operationalizing comprehensive specifications and tasks in business informatics, and learn to assess, adjust and critically reflect procedures and models.
- Students learn how to acquire profound insights into modern topics in business information that go beyond the contents taught in the courses of the regular teaching portfolio.
- Students learn how to structure, summarize and discuss their gained knowledge in a comprehensive textual form in a self-directed fashion, and can appropriately present, discuss, assess and transfer their knowledge and insights to different contexts.

Module Content

- During the seminar students work on different subjects related to Business Intelligence.

Teaching Methods

- Seminar

Grading

Paper	80%
Presentation	20%

Assessment criteria in detail

- Paper: 20 pages
- Presentation: 15 min. presentation + 5 min. discussion

Average workload (in hours)

5 h = Time of attendance presentation
25 h = Preparation and postprocessing presentation
120 h = Time of research (self study)
150 h = Total workload

Recommended precognitions/prerequisites according to examination regulations

- None

Readings

- To be announced during mentoring.

Psychologie sozialer und wirtschaftlicher Prozesse: Konflikte und Wirtschaftsmediation

Psychology of social and economical processes: Conflicts and business mediation

Modulnummer | 88-132-PSY09-S-LV-0413.20161.001

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Unterricht in Kleingruppen

Teilnehmerbeschränkung | 15

Anrechenbar für | Wahlpflicht (Entrepreneurship)

Unterrichtsstunden | 3 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Sozial- und Organisationspsychologie

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Elisabeth Kals

Referent/in | Prof. Dr. Elisabeth Kals

Lernziele/Kompetenzen

Auf der Basis der im B.Sc.-Studium behandelten sozialpsychologischen Theorien, Methoden und Ergebnisse kennen die Studierenden soziale und wirtschaftliche Prozesse in verschiedenen Anwendungskontexten und analysieren diese unter besonderer Berücksichtigung ökologischer und gerechtigkeitspsychologischer Perspektive. Die Studierenden sind fähig, Gemeinsamkeiten und Unterschiede des psychologischen und des ökonomischen Menschenbildes kritisch zu reflektieren. Sie können sozial- und wirtschaftspsychologische Fragestellungen analysieren und Lösungsvorschläge entwickeln.

Modulinhalt

- Im Mittelpunkt des Moduls steht die Analyse und Bewältigung konflikthafter Strukturen. Die Lehrveranstaltungen des Moduls sind ausgewählten Themen gewidmet, wie z.B.
- Konflikte und Wirtschaftsmediation (wird im Sommersemester 2015 angeboten)
- Psychologie makroökonomischer Prozesse (Wertewandel, Umweltschutz, nachhaltiges Handeln, Lebensqualität, Internationalisierung, Unternehmertum, Psychologie monetärer Sachverhalte etc.)
- Psychologie mikroökonomischer Prozesse (Vertrauen, Kommunikation, Emotionen im Arbeitsumfeld und in Organisationen, Gestaltung von Veränderungsprozessen, Werbung, Kauf- und Konsumverhalten, Dienstleistung, Kundenorientierung etc.)

Lehr-/Lernformen

- Einführung in die Thematik
- Präsentation spezifischer Studienergebnisse durch die Studierenden und Feedback
- Fallstudien, Rollenspiele

Prüfungsmodalitäten

Schriftliche Hausarbeit	100%
-------------------------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Die Prüfungsleistung umfasst eine schriftliche Hausarbeit zum Thema der Präsentation.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

31,5 h = Präsenzzeit Kurs
31,5 h = Vor- und Nachbereitung Kurs
87 h = Hausarbeit
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Empfohlene Vorkenntnisse: Grundlagen der Organisationspsychologie

Literatur

- Kals, E. & Gallenmüller-Roschmann, J. (2011). Arbeits- und Organisationspsychologie kompakt. Weinheim: Beltz. (2. vollständig überarbeitete Auflage).

- Kals, E. & Ittner, H. (2008). Wirtschaftsmediation. Göttingen: Hogrefe.
- Kals, E. & Maes, J. (Eds.). (2012). Justice and Conflicts. Theoretical and Empirical Contributions. Berlin: Springer.

Psychology of social and economical processes: Conflicts and business mediation

Psychologie sozialer und wirtschaftlicher Prozesse: Konflikte und Wirtschaftsmediation

Module Number | 88-132-PSY09-S-LV-0413.20161-001

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Seminar

Participation Limit | 15

Creditable for | Small-group course

Contact Hours | 3 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Social and Organizational Psychology

Chair Owner | Prof. Dr. Elisabeth Kals

Lecturer | Prof. Dr. Elisabeth Kals

Learning Outcomes

On the basis of the theories, methods, and findings within social psychology that have been dealt with on B.Sc. level, the students gain knowledge on social and economic processes in various intervention contexts and analyze these with particular regard to the perspectives of ecology and justice psychology. The students are enabled to critically reflect on similarities and differences between the psychological and the economic conception of man. They are able to analyze research questions in social and economic psychology and develop solution proposals.

Module Content

The focus of the module is on the analysis and the resolution of conflictual structures. The courses belonging to this module are dedicated to selected topics, e.g.:

- Conflicts and business mediation (offered in summer term 2015)
- Psychology of macro-economic processes (changes in values, environmental protection, sustainability, quality of life, internationalization, entrepreneurship, psychology of money, etc.)
- Psychology of micro-economic processes (trust, communication, emotions in the working environment and in organizations, shaping processes of change, advertisement, purchase and consumption behavior, service, customer orientation, etc.)

Teaching Methods

- Introduction to the subject
- Presentation of a specific topic by students and feedback
- Case studies, role-play situations

Grading

Term paper	100%
------------	------

Assessment criteria in detail

Will be evaluated by means of ungraded oral presentation, and a term paper concerning the presented contents.

Average Workload

31,5 h = Time of attendance course
31,5 h = Preparation and postprocessing course
87 h = Presentation and term paper
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Previous knowledge (recommended): basics in organizational psychology

Readings

- Kals, E. & Gallenmüller-Roschmann, J. (2011). Arbeits- und Organisationspsychologie kompakt. Weinheim: Beltz. (2. vollständig überarbeitete Auflage).

- Kals, E. & Ittner, H. (2008). Wirtschaftsmediation. Göttingen: Hogrefe.
- Kals, E. & Maes, J. (Eds.). (2012). Justice and Conflicts. Theoretical and Empirical Contributions. Berlin: Springer.

Restrukturierung, Sanierung und Insolvenz

Restructuring, Reorganisation and Insolvency

Modulnummer | 88-021-WR18-S-SE-0408

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 15

Anrechenbar für | Wahlpflicht (Entrepreneurship, FACT)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Bürgerliches Recht, Zivilprozessrecht und Insolvenzrecht

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. iur. Christian Heinrich

Referent/in | Prof. Dr. iur. Christian Heinrich

Kompetenzen

- Studierende des Moduls erlernen einen sachgerechten und kritischen Umgang mit grundlegenden Fragen des Insolvenz- und Arbeitsrechts in Europa, insbesondere bezüglich der Restrukturierung internationaler Unternehmen.
- Ziel ist es, durch die eigenständige Bearbeitung eines Themas, die Studierenden auf die Erstellung der Masterarbeit vorzubereiten.

Modulinhalt

- Das Modul führt in die aktuellen Fragestellungen des Insolvenz- und Arbeitsrechts in Europa ein.
- Einen Schwerpunkt bildet die Restrukturierung internationaler Unternehmen.

Lehr-/Lernformen

- Seminar

Prüfungsmodalitäten

Anfertigen einer schriftliche Arbeit	80%
Präsentation	10%
Diskussion	10%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Aufgrund der Kompetenzorientierung des Moduls ist die Kombination einer schriftlichen Arbeit, Präsentation und Diskussion zwingend erforderlich, vor allem zur Vorbereitung auf die künftige berufliche Praxis.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

40 h = Präsenzzeit Vorlesung
80 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
30 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Privatrecht I und II
- Handels- und Gesellschaftsrecht
- Grundzüge des Insolvenz- und Umwandlungsrechts

Literatur

- Literaturhinweise werden zu Beginn des Semesters erteilt.

Restructuring, Reorganisation and Insolvency

Restrukturierung, Sanierung und Insolvenz

Module Number | 88-021-WR18-S-SE-0408

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Seminar

Participation Limit | 15

Creditable for | Compulsory elective (Entrepreneurship, FACT)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ETCS

Language | German

Chair | Civil Law, Litigation Law und Insolvency Law

Chair Owner | Prof. Dr. iur. Christian Heinrich

Lecturer | Prof. Dr. iur. Christian Heinrich

Learning Outcomes

- Students will learn an appropriate and critical handling of basic questions of Insolvency Law and Labor Law in Europe, especially in restructuring of international companies.
- The main target is to establish an understanding of the overall context
- The intention of the module is, to prepare the students for writing a master thesis.

Module Content

- The module conveys the students with the basic questions of Insolvency Law and Labor Law in Europe.
- A special focus lays on the Reorganization and Insolvency of business companies.

Teaching Methods

- Seminar

Grading

Term paper	80%
Presentation	10%
Discussion	10%

Assessment criteria in detail

Referring to the orientation of competencies it is necessary to combine the written part with an oral presentation as well as a discussion.

Average Workload

40 h = Time of attendance lecture
80 h = Preparation and postprocessing lecture
30 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Private Law I and II
- Commercial and Partnership Law
- Commutation Law and Insolvency Law

Readings

- Recommendations will be given at the beginning of the semester.

Handelsmanagement

Retail Management

Modulnummer | 88-021-BR03-H-0408

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommersemester

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 15

Anrechenbar für | Wahlpflicht (Entrepreneurship, MARKT)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Personal und Organisation

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Referenten | Dr. Christoph M. Buchmann, Dr. Thomas Salditt; Dr. Alexander Reichhuber

Lernziele/Kompetenzen

- Studenten werden befähigt in diesem Modul grundlegende Problemfelder der Handelsbranche zu schildern.
- Studenten werden befähigt, mit den Strategien im Handel und operativen Themen entlang der Wertschöpfungskette des Handels umzugehen und diese zu analysieren
- Sie erhalten darüber hinaus praxisrelevante Einblicke in die Führung und das Management von Handelsunternehmen und können Hypothesen zu beobachtbaren Problemen entwickeln
- Die Teilnehmer werden in den Bereichen der Teamarbeit und strukturierten Problemlösung geschult und können theoretisches Wissen in der Praxis anwenden.
- Die Studenten werden in die Lage versetzt problemorientierte Falllösungskompetenzen anzuwenden.
- Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studenten über ein theoretisches und praktisches Fundament des Handelsmanagements., sie können im Handelsmanagement differenzierte Analysen erstellen.

Modulinhalt

- Einführung zur Handelsbranche (Struktur, Modelle, Entwicklungen und Trends, u.a. Nachhaltigkeit im Handel)
- Strategische Perspektive des Handels
- Handelsoperatoren (Einkauf, Logistik, Controlling, Personal und Category Management)
- eCommerce (u.a. auch Entrepreneurship im Handel)
- Praxisorientierung durch integrative Module von Praxisvertretern des Handels
- Teamarbeit

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung (theoretische Module)
- Vorträge aus der Praxis
- Exkursion zu einem Handelsunternehmen
- Diskussionen
- Fallbearbeitung (Cases)

Prüfungsmodalitäten

Portfolio	100%
-----------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

▪ Case	50%
▪ Final Paper	50%

Arbeitsaufwand (in Stunden)

20 h = Präsenzzeit Vorlesung
40 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
80 h = Vor- und Nachbereitung Übung
10 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- keine

Retail Management

Handelsmanagement

Module Number | 88-021-BR03-H-0408

Degree | Master

Semester | Summer term

Course Type | Seminar

Participation Limit | 15

Creditable for | Compulsory elective (Entrepreneurship, MARKT)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | ABWL, Human Resource Management and Organizational Theory

Chair Owner | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Lecturer | Dr. Christoph M. Buchmann, Dr. Thomas Salditt; Dr. Alexander Reichhuber

Learning Outcomes

- This module will enable students to describe fundamental problems of the retail sector.
- Students will be empowered to manage and analyze trade and operational strategies along the trade value chain
- Participants will also gain hands-on insights into the leadership and management of trading companies and will be able to develop hypotheses about observable issues
- Participants receive training in the areas of teamwork and structured problem-solving and can apply theoretical knowledge in practice.
- Students will be able to apply problem-oriented case-solving skills.
- Upon completion of the module, students have a theoretical and practical foundation of commercial management. They can make differentiated analyzes in trading management.

Module Content

- Introduction to the retail sector (structure, models, developments and trends, including sustainable trade
- Strategic perspective of trade
- Trade operators (purchasing, logistics, controlling, personnel and category management)
- eCommerce (including entrepreneurship in commerce)
- Practical orientation through integrative modules of trade representatives
- Teamwork

Teaching Methods

- Lecture (theoretical modules)
- Lectures from practice
- Excursion to a trading company
- Discussions
- Case solving

Grading

Portfolio	100%
-----------	------

Assessment criteria in detail

▪ Case	50%
▪ Final Paper	50%

Average Workload

20 h = Time of attendance lecture
40 h = Preparation and postprocessing lecture
80 h = Preparation and postprocessing tutorial
10 h = Exam Preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- None

Return on Service Design & Customer Experience

Return on Service Design & Customer Experience

Modulnummer | 88-021-MS20-H-0221

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommersemester

Kurstyp | Vorlesung/Übung innovativ

Teilnehmerbeschränkung | 30 Personen

Anrechenbar für | Wahlpflicht, Pflicht (Digital Customer Experience & Service Design)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 10 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL und Dienstleistungsmanagement

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Jens Hogreve

Referent/en | Prof. Dr. Jens Hogreve und Mitarbeiter

Lernziele/Kompetenzen

Der Kurs „Return on Service Design & Customer Experience“ vertieft die Kenntnisse im Customer Experience Management und Service Design und liefert den Transfer dieses Wissens auf eine Planspielsituation. Die Teilnehmer arbeiten in Gruppen und erlernt wird die eigenständige Organisation und Durchführung einer Sitzung (sog. „Sitzungsmoderation“). Lernziele des Kurses sind die Folgenden:

- Nach dem Absolvieren des Kurses sind Studierende mit den Herausforderungen des strategischen Dienstleistungs- und Experience-Managements und den daraus erwachsenden Konsequenzen für die Gestaltung von Dienstleistungsinnovationen vertraut.
- Studierende setzen das im ersten Kursteil angeeignete theoretische Wissen im Planspiel um und sind so in der Lage die Performance verschiedener Instrumente im Dienstleistungsbereich zu evaluieren.
- Zuletzt werden interpersonale Fähigkeiten durch intensive Diskussion der Vorlesungsinhalte trainiert. Durch die Bearbeitung des Planspiels in Gruppen wird die Teamfähigkeit und das Zeitmanagement der Studierenden gestärkt.

Modulinhalt

- Der Kurs „Return on Service Design & Customer Experience“ beschäftigt sich mit der zentralen Frage nach der Performance von Investition in Instrumente des Dienstleistungsmanagements, um den Erfolg eines Dienstleistungsunternehmens nicht nur kurzfristig, sondern vielmehr langfristig und damit nachhaltig sicherzustellen. Beispiele für solche Aspekte sind das Kundenzufriedenheitsmanagement oder die Schaffung eines positiven Dienstleistungsklimas. Auf interaktive Weise vermittelt der Kurs Einblicke, ob und inwiefern Managementaktivitäten in Dienstleistungsfirmen die Erträge und finanzielle Situation von Unternehmen verbessern. Der Kurs richtet sich an Studierende aller Masterprogramme der WWF.
- Die Grundlage des Kurses bilden Artikel aus ausgewählten internationalen Zeitschriften. Besonderheit ist, dass ein inhaltlicher Aspekt stets aus einer Management- als auch aus einer theoretischen Perspektive beleuchtet wird. Dies schlägt sich auch in der Auswahl der Artikel wider. Es wird erwartet, dass sich die Studierenden intensiv auf die einzelnen Artikel vorbereiten und in der Lage sind die Inhalte kritisch zu diskutieren. Die Auswahl der Artikel wird im Syllabus zum jeweiligen Semester bekannt gegeben.
- Durch die Nutzung eines managementorientierten Planspiels lernen die Kursteilnehmer die Managementkonzepte des strategischen Dienstleistungsmanagements kennen und wenden diese unmittelbar auf Problemstellungen der Praxis an. Dabei leiten die Studierenden gemeinsam in Teams ein Dienstleistungsunternehmen und stehen im direkten Wettbewerb zu den Unternehmen ihrer Kommilitonen. Als Mitglied der Unternehmensführung lernen die Studierenden die zentralen Wettbewerbsfaktoren eines Dienstleistungsunternehmens zu identifizieren, zu analysieren und strategisch zu beeinflussen. Sie entwickeln eine Wettbewerbsstrategie, spielen verschiedene Szenarien durch und analysieren das Ergebnis ihrer Prognosen und Entscheidungen kritisch. Nach jeder Runde werden detaillierte Berichte veröffentlicht, die den Teams helfen ihre Leistung und ihren Fortschritt zu bewerten und diese entsprechend mit der Performance ihrer Mitbewerber zu vergleichen. Durch detaillierte Hinweise auf mögliche finanzielle Folgen operativer Entscheidungen auf relevante Erfolgsgrößen wie der Kundenzufriedenheit, Kosten und Einnahmen entwickeln Studierende eine sachbezogene analytische Herangehensweise zur Entscheidungsfindung.
- Schließlich fördert das dynamische und interaktive Planspiel die Teamarbeit, prägt den Wettbewerbsgeist und stärkt die Problemlösungskompetenz der Studierenden.

Lehr-Lernformen

- Innovative Veranstaltung
 - Planspiel in Gruppenarbeit
 - Ergebnispräsentationen
-

Prüfungsmodalitäten

Präsentation („Sitzungsmoderation“)	40%
Strategiepapier	20%
Poster	20%
Abschneiden der Gruppe im Planspiel	20%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Präsentation („Sitzungsmoderation“) 40%

Der Kurs „Return on Service Design & Customer Experience“ ermöglicht die eigenständige Organisation und Durchführung einer Sitzung (sog. „Sitzungsmoderation“) zu aktuellen Frage- und Problemstellungen im Service Management. Die Studierenden erarbeiten selbstständig alle Inhalte einer interaktiven Sitzung. Zur Orientierung werden Literatur und Fallstudien zur Verfügung gestellt.

Strategiepapier 20%

Zu Beginn des Planspiels verfassen die Studierenden ein Strategiepapier, in dem sie die für Ihr Unternehmen gewählte Strategie unter Berücksichtigung der Ausgangssituation beschreiben.

Posterpräsentation 20%

Die Posterpräsentation umfasst eine kritische Betrachtung des zu Beginn des Planspiels entworfenen Strategiepapiers. Hierfür reflektieren die Studierenden Ihre gewählte Strategie und präsentieren Ihre Ergebnisse in Form eines Posters.

Abschneiden der Gruppe im Planspiel 20%

Die Gruppenleistung während des Planspiels wird über alle Entscheidungen hinweg betrachtet. Das Endergebnis ist nicht allein ausschlaggebend.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

42 h = Präsenzzeit Vorlesung und Übung
108 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung und Übung
150 h = Gruppenprojekt
300 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Teilnahme am Kurs Service Management
-

Literatur

- Die Auswahl der Artikel wird im Syllabus zum jeweiligen Semester bekannt gegeben.
-

Return on Service Design & Customer Experience

Return on Service Design & Customer Experience

Module Number | 88-021-MS20-H-0221

Degree | Master

Semester | summer term

Course Type | Lecture and Tutorial innovative

Participation limit | 30 students

Creditable for | compulsory elective, mandatory (Digital Customer Experience & Service Design)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 10 ECTS

Language | English

Chair | Service Management

Chair Owner | Prof. Dr. Jens Högrevé

Lecturer | Prof. Dr. Jens Högrevé and Assistants

Learning Outcomes

The course "Return on Service Design & Customer Experience" deepens the knowledge in Customer Experience Management and Service Design and provides the transfer of this knowledge to a business game situation. Participants work in groups and learn how to organize and conduct a session independently (so-called "session moderation"). Learning objectives of the course are the following:

- After completing the course, students are familiar with the challenges of strategic service management and the resulting consequences for the design of service innovations.
- Students apply the theoretical knowledge acquired in the first part of the course in a business-simulation game and are thus able to master and evaluate the performance of various instruments in the service sector.
- Finally, interpersonal skills are trained through intensive discussion of the lecture contents. By working on the business simulation game in groups, students' teamwork and time management skills are strengthened.

Module Content

- The course "Return on Service Design & Customer Experience" deals with the long-term effects of implementing well-known service management tools on the financial performance of a company. Examples of such well-known instruments are customer satisfaction management or the creation of a service climate. In an interactive way, the course provides insights into whether and to what extent management activities in service companies improve the earnings and financial situation of companies. The course is aimed at students of all WWF master programs.
- The course is based on articles from selected international journals. A special feature here is that one aspect of the content is always examined from a management as well as a theoretical perspective. This is also reflected in the selection of articles. Students are expected to prepare intensively for the individual articles and to be able to discuss the contents critically. The selection of articles will be announced in the syllabus for the respective semester.
- Through the use of a management-oriented business simulation game, students not only learn about the management concepts of strategic service management, but also apply them directly to problems in practice. Students manage a virtual service company in teams and compete directly with the service companies of their fellow students. As members of the management team, students learn to identify, analyse and strategically influence the central factors of success of a service company. They develop a competitive strategy, play through various scenarios and critically reflect on the results of their forecasts and decisions. After each round, detailed reports are published supporting the teams in measuring their performance and progress and comparing it with the performance of their competitors. By providing detailed insight into the potential financial impact of operational decisions on relevant performance metrics such as customer satisfaction, costs and revenues, students develop a fact-based analytical approach to decision making.
- Finally, the dynamic and interactive business simulation game promotes teamwork, shapes the competitive spirit, and strengthens the students' problem-solving skills.

Teaching Methods

- Lecture
- Business simulation game in team
- Presentations

Grading

Presentation (Session moderation)	40%
Strategy Paper	20%
Poster presentation	20%
Business simulation results of the group	20%

Assessment criteria in detail

In-class Presentation 40%

The course "Return on Service Design & Customer Experience" enables you to organize and conduct a session (so-called "session moderation") on current questions and problems in Service Management. Students work independently on all contents of an interactive session. Literature and case studies are provided for orientation.

Strategy Paper 20%

At the beginning of the business game, students write a strategy paper in which they describe the strategy chosen for their company, taking into account the initial situation.

Poster presentation 20%

The poster presentation includes a critical review of the strategy paper designed at the beginning of the business game. For this purpose, the students reflect on their chosen strategy and present their results in the form of a poster.

Business simulation results of the group 20%

The group performance during the business game is considered across all decisions. The final result is not the only decisive factor.

Average Workload

42 h = Time of attendance lecture and tutorial
108 h = Preparation and postprocessing lecture and tutorial
150 h = Group Project
300 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Participation in the course "Service Management"
-

Readings

- The selection of articles is announced in the syllabus for each semester.
-

Ringvorlesung „Nachhaltigkeit in China“ (AKII)

Lecture Series „Sustainability in China“

Modulnummer | 88-021-ETH30-H-0507
Abschluss des Studiengangs | Bachelor/Master
Semester | Sommer
Kurstyp | Vorlesung
Teilnehmerbeschränkung | keine
Anrechenbar für | Ethik
Unterrichtsstunden | 4 SWS
Leistungspunkte | 5 ECTS
Sprache | Englisch
Verantwortlicher Lehrstuhl | Christliche Sozialethik und Gesellschaftspolitik
Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. André Habisch
Referent/in | Prof. Dr. André Habisch

Lernziele/Kompetenzen

- Die interdisziplinäre Ringvorlesung beschäftigt sich mit relevanten Aspekten der nachhaltigen Entwicklung und des Nachhaltigkeitsmanagements in China; verschiedene Dozenten aus China und Deutschland bringen ihre wissenschaftliche Forschung und Praxiserfahrung ein.
- Dieser Kurs vermittelt multidisziplinäre Einblicke aus den Bereichen Wirtschaftswissenschaften, Ökonomie, Ingenieurwesen, Unternehmertum, Umweltwissenschaften, Kulturgeographie etc.
- Die Studierenden dieses Kurses erhalten einen Überblick über den Status quo nachhaltiger Entwicklung und nachhaltigkeitsbezogener Unternehmensinnovationen in China vor dem Hintergrund des neuen chinesischen Nationalplans 2020, 2035 und 2050, der die Umsetzung der UN Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung zum Ziel hat.
- Im Rahmen dieses Kurses entwickeln die Studierenden ein besseres Verständnis für die sozialen, politischen und kulturellen Strukturen und Prozesse in der Volksrepublik China und ihre Auswirkungen nicht nur in städtischen Städten, sondern auch in ländlichen Gebieten.
- Nach Abschluss des Kurses werden die Studierenden in die Lage versetzt, chinesische Wirtschaftsentwicklungen und die Bedeutung kultureller Faktoren für das unternehmerische Handeln in China zu analysieren.

Modulinhalt

- Ziel dieses Moduls ist es, ein klares Bild der grundlegenden Konzepte einer nachhaltigen Entwicklung in China mit verschiedenen Aspekten zu vermitteln: Wirtschaft, Zivilgesellschaft und natürliche Umwelt.
- Der Kurs vermittelt den Studierenden Einblicke in die nationalen Entwicklungspläne Chinas aus politischer Perspektive.
- Informationen über Rahmenbedingungen für nachhaltiges Wirtschaften in China in kulturspezifischer Perspektive werden geliefert.
- Theorien aus verschiedenen Disziplinen und Praxiserfahrungen von Professoren und Unternehmensvertretern stärken die China-Kompetenz der Studierenden.
- Die Rolle der deutsch-chinesischen Forschungskooperationen sowie die wirtschaftlichen Aktivitäten werden hervorgehoben.

Lehrmethoden

- Diskussionen
- Vorlesung
- Gruppenarbeiten
- Wissensabfragen

Prüfungsmodalitäten

Schriftliche wissenschaftliche Arbeit 8-10 Seiten 100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Die wissenschaftliche Arbeit zielt darauf ab, die in den Vorträgen diskutierten theoretischen Konzepte der Nachhaltigkeit mit Fragen und Herausforderungen im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit in China zu verknüpfen.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

24 h = Präsenzzeit Vorlesung
48 h = Vorbereitung Vorlesung
78 h = Verfassen wissenschaftliche Arbeit
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine Vorkenntnisse erforderlich

Literatur

- Belz, F.K./ Peatty, K. (2012), Sustainability Marketing: A Global Perspective, Wiley.
- Crane, A. & Matten D. (2016), Business ethics: managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization, Oxford University Press.
- Habisch, A., & Loza Adauí, C. R. (2012). Entrepreneurial Spirit and the Role of Gratuitousness for Innovation. In D. Melé & C. Dierksmeier (Eds.), Human Development in Business (pp. 217–236). Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Melé, Domenec (2009), Business Ethics in Action. Palgrave.
- Schmidpeter, R. & Schneider, A. (2012), Corporate Social Responsibility: Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis, Springer-Verlag.

Lecture Series “Sustainability in China” (AKII)

Ringvorlesung „Nachhaltigkeit in China“

Module Number | 88-021-ETH30-H-0507

Degree | Bachelor / Master

Semester | summer term

Course Type | lecture

Participation Limit | none

Course Category | Ethics

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Christian Social Ethics and Social Policy

Chair Owner | Prof. Dr. André Habisch

Lecturer | Prof. Dr. André Habisch

Learning Outcomes

- The interdisciplinary lecture series deals with relevant aspects of sustainable development and sustainability management in China; different lecturers from Chinese and German introduce into their relevant academic research and practical experience.
- This course will provide multidisciplinary insights from business science, economics, engineering, entrepreneurship, environmental science, cultural geography etc.
- Students of this course will gain an overview on the status quo of sustainable development and sustainability-related business innovations in China against the background of new Chinese national plan in 2020, 2035, and 2050, which aims to implement the UN 2030 Agenda for Sustainable Development.
- Students will better understand the social, political and cultural structures and processes in the People's Republic of China and assess their impact not only in urban cities but also in rural areas.
- After completing the course, students will gain the ability to analyse Chinese economic developments and the importance of cultural factors for entrepreneurial activities in China.

Module Content

- This module aims at providing a clear picture of basic concepts of sustainable development in China with different aspects: economy, civil society, and natural environment.
- The course will provide students with insights into Chinese national development plans in a political perspective.
- It will provide information concerning frameworks of sustainable management in China in a culture-specific perspective.
- Theories from different disciplines and practical experience shared by professors and company representative will strengthen student's competence on China.
- The role of German-Chinese research cooperation as well as business activities will be highlighted.

Teaching Methods

- Lectures
- Discussions
- Group works within the lectures

Grading

Research papers 8-10 pages

100%

Assessment criteria in detail

The written paper aims to link the theoretical concepts of sustainability discussed in the lectures with real-life sustainability-related issues and challenges in China.

Average Workload

24 h = Lecture attendance
48 h = preparation of the lectures
78 h = research papers
150 h = Total workload

Prerequisites

- No previous knowledge required
-

Readings

- Joshua, J. (2016). China's Economic Growth: Towards Sustainable Economic Development and Social Justice: Volume I: Domestic and International Economic Policies. Springer.
- Habisch, A., & Schmidpeter R. (2016). Cultural Roots of Sustainable Management: Practical Wisdom and Corporate Social Responsibility. Springer
- State Council of the People's Republic of China (2016). China's National Plan on Implementation of the 2030 Agenda for Sustainable Development
- Zhu, J., & Chertow, M. R. (2017). Business strategy under institutional constraints: evidence from China's energy efficiency regulations. Ecological Economics, 135, 10-21.

Risikomanagement

Risk Management

Modulnummer | 88-021-FI11-S-VL-0408.20161.001

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Anrechenbar für | Pflicht (FACT), Wahlpflicht (Entrepreneurship, BA&OR)

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Lehrstuhl | ABWL, Finanzierung und Banken

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Thomas Mählmann

Referent/in | Prof. Dr. Thomas Mählmann

Lernziele/Kompetenzen

Die Studierenden:

- analysieren verschiedene Risikomaße im Hinblick auf eine zielgerichtete Rendite-Risiko-Steuerung.
- wenden Risikomessgrößen auf bankbetriebliche Entscheidungsprobleme an.
- beurteilen aufsichtsrechtliche Vorschriften zur Risikobegrenzung.
- kennen Methoden zur Messung von Marktpreis- und Kreditausfallrisiken.
- bewerten Instrumente zur Steuerung von Marktpreis- und Kreditausfallrisiken.
- Hierdurch erlangen die Studierenden Grundkenntnisse in der Messung und Steuerung von Risiken in Finanzunternehmen.

Modulinhalt

- Risiko und Risikomaße
- Management von Fremdwährungsrisiken
- Management von Zinsänderungsrisiken
- Management von Kreditausfallrisiken

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung und Übung

Prüfungsmodalitäten

Klausur (90 Minuten)

100%

Arbeitsaufwand (in Stunden)

45 h = Präsenzzeit Vorlesung
75 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
30 h = Zeit für Erstellen der Prüfungsleistung incl. Vorbereitungszeit
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Grundlagenkenntnisse in Investitionsrechnung und Finanzierung
- Grundlagenkenntnisse in Mathematik und Statistik

Literatur

- Literaturhinweise werden im Rahmen der Veranstaltung angegeben

Risk Management

Risikomanagement

Module Number | 88-021-FI11-S-VL-0408.20161.001

Degree | Master

Semester | Summer

Type of Course | Lecture/Tutorial

Creditable for | Mandatory (FACT), Compulsory elective (Entrepreneurship, BA&OR)

Participation Limit | None

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Finance and Banking

Chair Owner | Prof. Dr. Thomas Mählmann

Lecturer | Prof. Dr. Thomas Mählmann

Learning outcomes

Students:

- analyse different risk measures necessary for financial management of risk and return considerations.
- apply risk measures for common decision problems in financial services companies
- argue about regulation on risk limits
- get familiar with methods for measurement of market price and credit default risks
- learn management skills to steer risks of credit and investment portfolios.
- By learning these skills students reach competences in measurement and management of risks in financial services companies.

Module Content

- Risk and risk measures
- Management of foreign currency risks
- Management of risks of interest changes
- Management of risks of loan loss

Teaching Methods

- Lecture and Tutorial

Grading

Final exam (90 minutes)

100%

Average Workload

45 h = Time of attendance lecture
75 h = Preparation and postprocessing lecture
30 h = Effort for final exam incl. preparation for the exam
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Elementary skills in investment calculation and finance
- Elementary skills in math and statistics

Readings

- Will be announced in class.

Seminar Accounting & Controlling

Seminar Accounting & Controlling

Modulnummer | 88-021-AC03-S-SE-0408

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Jedes Semester

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 20

Anrechenbar für | Wahlpflicht (FACT)

Unterrichtsstunden | -

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL und Unternehmensrechnung

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. mult. Anton Burger

Referenten | Prof. mult. Anton Burger/Dr. Niels Ahlemeyer

Lernziele/Kompetenzen

- Im Rahmen des Seminars erarbeiten die Studenten spezifische Aufgabenstellungen, die in der Veranstaltung diskutiert und präsentiert werden.
- Die Studierenden werden in das wissenschaftliche Arbeiten eingeführt. Dazu gehören die Literatursuche, der Aufbau wissenschaftlicher Arbeiten und die kritische Bearbeitung der Aufgabenstellung.
- Die Studierenden entwickeln im Rahmen der Ausarbeitung und Präsentation des Proseminars ihre Analysefähigkeit, ihre Reflexionsfähigkeit und ihre Präsentationsfähigkeit.

Modulinhalt

- Aktuelle Themen aus dem Bereich Accounting & Controlling

Lehr-/Lernformen

- Selbständige Erarbeitung und Präsentation eines Themas

Prüfungsmodalitäten

Schriftliche Arbeit	80%	
Präsentation		20%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Eine Kombination aus einer schriftlichen Arbeit und einer Präsentation ist notwendig, um die Ziele des Moduls zu erreichen.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

35 h = Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten
108 h = Ausarbeitung des Themas
7 h = Präsentation und Diskussion
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine

Literatur

- Keine

Seminar Accounting & Controlling

Seminar Accounting & Controlling

Module Number | 88-021-AC03-S-SE-0408

Degree | Master

Semester | Every term

Course Type | Seminar

Participation Limit | 20

Creditable for | Compulsory elective (FACT)

Contact Hours | -

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Accounting

Chair Owner | Prof. mult. Anton Burger

Lecturer | Prof. mult. Anton Burger/Dr. Niels Ahlemeyer

Learning Outcomes

- Students prepare, discuss and present specific topics in this seminar.
- The students will get familiar with the scientific work. Part of the scientific work is to search literature, to structure the paper and to write it in a scientific way.
- The students learn to improve their analytical skills. They develop their reflection capability and their presentation skills.

Module Content

- Actual topics of Accounting & Controlling.

Teaching Methods

- Independent research and presentation of a topic.

Grading

Paper	80%
Presentation	20%

Assessment criteria in detail

A combination of a written paper and a presentation is necessary to the competence required for this course.

Average Workload

35 h = Introduction in scientific methods
108 h = Composition
7 h = Presentation and discussion
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- None

Readings

- None

Seminar: „Europäisches und Internationales Handels- und Wirtschaftsrecht“

Seminar: "European and International Commercial Law and Business Law"

Modulnummer | 88-021-WR11-S-SE-0408

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Jedes Semester

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 15

Anrechenbar für | Wahlpflicht (FACT, MARKT)

Unterrichtsstunden | Blockveranstaltung

Leistungspunkte | 10 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Bürgerliches Recht, deutsches und internationales Handels- und Wirtschaftsrecht

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. iur. Claus Luttermann

Referent/in | Prof. Dr. iur. Claus Luttermann

Lernziele/Kompetenzen

Die Studierenden erwerben Kenntnisse zu Grundlagen und spezifischen Teilbereichen des Europäischen und Internationalen Handels- und Wirtschaftsrechts. Die Teilnehmer verfügen nach Besuch der Veranstaltung über systematische und methodische Grundlagen der wissenschaftlichen Arbeit, Präsentation und Diskussion.

Modulinhalt

Kritische Erörterung aktueller Fragestellungen des Europäischen und Internationalen Handels- und Wirtschaftsrechts. Vermittlung wissenschaftlicher Methodik und Forschung sowie Präsentation.

Lehr-/Lernformen

- Betreuung, Anleitung und Diskussion.

Prüfungsmodalitäten

- | | |
|------------------------------|-----|
| ▪ Schriftliche Seminararbeit | 75% |
| ▪ Vortrag und Diskussion | 25% |

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Zum Seminarthema ist eine schriftliche Seminararbeit im Umfang von etwa 20 Seiten zu erstellen. Das Seminarthema ist in einem 20-minütigen Vortrag zu präsentieren. Die Teilnahme an der Diskussion ist Prüfungsbestandteil.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

- 28 h = Präsenzzeit Seminarveranstaltungen und Präsentationen
- 22 h = Vor- und Nachbereitung Seminarveranstaltung und Präsentation
- 250 h = Erstellung der Seminararbeit
- 300 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse

- Wirtschaftsrecht

Literatur

- Abhängig vom zu bearbeitenden Thema.

Seminar: “European and International Commercial Law and Business Law”

Seminar: „Europäisches und Internationales Handels- und Wirtschaftsrecht“

Module Number | 88-021-WR11-S-SE-0408

Degree | Master

Semester | Every term

Course Type | Seminar

Participation Limit | 15

Course Category | Compulsory elective (FACT, MARKT)

Contact Hours | Block Course

Number of Credits | 10 ECTS

Language | German

Chair | International Business Law

Chair Owner | Prof. Dr. iur. Claus Luttermann

Lecturer | Prof. Dr. iur. Claus Luttermann

Learning Outcomes

The students achieve knowledge in basic and specific concepts of European and International Commercial Law and Business Law. After participating, students have basic theoretical and methodological expertise of scientific work, presentation, and discussion.

Module Content

Critical discussion of current questions of European Commercial Law and Business Law as well as of the influence and general aspects and/or specific subjects of International Business Law. Teaching of scientific methods and research as well as presentation.

Teaching Methods

- Mentoring, instruction, and discussion

Grading

Written seminar paper	75%
Lecture and Discussion	25%

Assessment criteria in detail

- Students have to write a written seminar paper of about 20 pages. The topic has to be presented in a speech of about 20 minutes. Participation in discussion is a part of grading.

Average Workload

28 h = Time of attendance seminar and presentations
22 h = Preparation and postprocessing seminar and presentation
250 h = Written seminar paper
300 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Business Law

Readings

- Depending on the topic.

Seminar im Dienstleistungsmanagement

Seminar in Service Management

Modulnummer | 82-021-MD19-S-SE-0507

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer/Winter

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 15 Personen

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 2 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL und Dienstleistungsmanagement

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Jens Hogreve

Referenten | Prof. Dr. Jens Hogreve und Mitarbeiter

Lernziele/Kompetenzen

Im Seminar im Dienstleistungsmanagement setzen sich die Studierenden mit aktuellen Frage- und Problemstellungen im Bereich des Dienstleistungsmanagements auseinander. Folgende Lernziele werden dabei verfolgt:

- Selbstständige Identifikation und Bearbeitung von Forschungslücken
- Eigenständige Bearbeitung einer für die Praxis und Forschung relevanten Problemstellung
- Kritische Auseinandersetzung und Analyse bestehender wissenschaftlicher Literatur zu einer spezifischen Themenstellung
- Präsentation, Rechtfertigung und kritische Reflexion der eigenen Forschungsergebnisse
- Ausbau und Vertiefung bestehender Kenntnisse im Bereich des wissenschaftlichen Arbeitens
- Vorbereitung der Studierenden auf die Anfertigung einer Masterarbeit
- Stärkung des eigenständigen Arbeitens, Zeitmanagements, des souveränen Auftretens und der Rhetorik

Modulinhalt

Bedingt durch die wechselnden Problemstellungen und Oberthemen verändert sich der Kursinhalt semesterweise. Das Seminar umfasst jedoch immer Impulsvorträge zum wissenschaftlichen Arbeiten. Im Rahmen des Seminars verfassen die Teilnehmer eigenständig eine Seminararbeit zu einer spezifischen, forschungsrelevanten Themenstellung. Die Themenvergabe erfolgt nach Absprache mit dem Betreuer am Lehrstuhl.

Lehrmethoden

- Einführungsvorlesung (Repetitorium zum wissenschaftlichen Arbeiten, Einführung in aktuelle Forschungsschwerpunkte im Bereich des Dienstleistungsmanagements)
- Selbstständiges Bearbeiten und Schreiben einer Seminararbeit
- Selbststudium aktueller Veröffentlichungen
- Präsentation

Prüfungsmodalitäten

Seminararbeit	70%
Kick off Präsentation	10%
Abschlusspräsentation	20%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Nach der Zuteilung der Seminarthemen erfolgt eine zweiwöchige Einarbeitungsphase, in der die Studierenden sich in ihre Thematik einarbeiten und erste Ideen entwickeln können. Am Ende dieser Phase findet die Kick off Präsentation (10 Minuten) statt, im Rahmen derer die Studierenden ihre Ideen vorstellen. Anschließend beginnen die Studierenden mit der eigenständigen Erstellung ihrer Seminararbeit. Am Ende des Kurses stellen die Studierenden die Ergebnisse ihrer Arbeit in einer 20-minütigen Präsentation vor.
- Die eigenständige Erarbeitung der 15-seitigen Seminararbeit stellt den Kern des Kurses dar. Die Kick off Präsentation sowie Ergebnispräsentation ermöglichen eine kritische Reflexion der eigenen Arbeit und bereiten die Studierenden auf spätere Ergebnispräsentationen in der Unternehmenspraxis oder Wissenschaft vor.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

25 h = Präsenzzeit Seminar
20 h = Vor- und Nachbereitung Seminar
105 h = Ausarbeitung der Seminararbeit / Präsentationen
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine besonderen Vorkenntnisse erforderlich.

Literatur

- Themen werden zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.

Seminar in Service Management

Seminar im Dienstleistungsmanagement

Module Number | 82-021-MD19-S-SE-0507
Degree | Master
Semester | winter/summer term
Course Type | Seminar
Participation Limit | 15 Students
Course Category | compulsory elective
Contact Hours | 2 SWS
Number of Credits | 5 ECTS
Language | German
Chair | Service Management
Chair Owner | Prof. Dr. Jens Högrevé
Lecturer | Prof. Dr. Jens Högrevé and Assistant

Learning Outcomes

In this seminar, students work on current research issues in the area of service management. Learning objectives include:

- Independent identification and work on research gaps
- Independent elaboration of a problem that is relevant for practice and research
- Students will learn to evaluate academic articles in terms of their relevance in theory and practice as well as their theoretical and methodological foundations.
- Presentation and critical reflection of own research results. This will prepare the students for their master's theses.
- Development and deepening of existing skills in the field of scientific research
- Strengthening of the ability to work independently, time management, and rhetorical skills.

Module Content

Due to the changing research topics, the course content differs each semester. However, students will always receive lectures on empirical research design and methods. Furthermore, students will write a seminar paper on a current issue in the service management research field. Research topics will be assigned in consultation with the lecturers from the chair.

Teaching Methods

- Introductory lecture (review of scientific writing, introduction to current research topics in the field of service management)
- Independent writing of a seminar paper
- Self-study of current publications
- Presentation

Grading

Seminar paper	70%
Presentation of interim results	10%
Final presentation	20%

Assessment criteria in detail

- After the assignment of research topics, there will be a two week introductory phase where students have time to read up on their topic and develop initial ideas. At the end of this phase, students will present their interim results (10 min.). In a next step, students will begin to write their seminar paper. At the end of the course, students will present the results of their seminar paper (20 min. presentation).
- The independent preparation of a seminar paper (15 pages) makes up the core of this course. The presentation of interim results as well as the final presentation allow for critical reflection of one's own work and prepares students for presentations in corporate or scientific practice.

Average Workload

25 h = Time of attendance lecture
20 h = Self-study lecture
105 h = Preparation of seminar paper and presentation

150 h = Total workload

Prerequisites

- No specific prior knowledge required.

Readings

- Topics will be announced at the beginning of the semester.

Seminar Operations Research

Operations Research Seminar

Modulnummer | 88-021-SCM19-H-0718

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Jedes Semester

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 25 Studenten

Anrechenbar für | Wahlpflicht (BA&OR)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, SCM und Operations

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Referent/in | Prof. Dr. Heinrich Kuhn und Mitarbeiter

Lernziele/Kompetenzen

Studierende

- wenden die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens an und vertiefen ihr Wissen darin.
- bestimmen die State-of-the-Art Methoden des Operations Research und sind in der Lage die Methoden zu implementieren.
- können die erlernten Methoden nach einer gezielten, themenspezifischen Anleitung selbstständig auf betriebswirtschaftliche Fragestellungen anwenden.
- werden in die Lage versetzt, Erkenntnisse der Literatur kritisch zu hinterfragen und die wissenschaftlichen Beiträge zu bewerten.
- entwickeln eigene Ideen für weitere Forschungsfragen im Kontext der behandelten Methoden.

Modulinhalt

- Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens
- Wissenschaftliche Problemlösung und Kommunikation
- Einführung in Latex
- Methoden des Operations Research
- Anpassung der Methoden auf konkrete Problemstellungen
- Vorstellung spezifischer individueller Forschungsergebnisse anhand wissenschaftlicher Beiträge

Lehrmethoden

- Workshop
- Diskussion
- Präsentation

Prüfungsmodalitäten

Hausarbeit	80 %
Präsentation	20%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Schriftliche Ausarbeitung eine Seminararbeit, die die Implementierung der Algorithmen und/oder den Einsatz eines Software-Tools beschreibt.
- Präsentation der wesentlichen Inhalte der Seminararbeit vor der gesamten Seminargruppe.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

48 h = Präsenzzeit Seminar
12 h = Vor- und Nachbereitung Seminar
80 h = Schriftliche Ausarbeitung
10 h = Erstellung der Präsentation
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Operations Research
- Programmierung

- Algorithmen und Datenstrukturen
- Anwendung eines Solver (CPLEX, Gurobi oder vergleichbar)

Literatur

- Popp, Andreas: Modellierung und Optimierung mit OPL. 2. Aufl., epubli, 2016
- Taha, H. A.: Operations Research, 10th ed., Upper Saddle River, N.J. (Prentice Hall) 2017.
- Weitere Literatur wird im Seminar bekannt gegeben.

Operations Research Seminar

Seminar Operations Research

Module Number | 88-021-SCM19-H-0718

Degree | Master

Semester | Every term

Course Type | Seminar

Participation Limit | 25 students

Course Category | Compulsory elective (BA&OR)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Business Administration, Supply Chain Management and Operations

Chair Owner | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Lecturer | Prof. Dr. Heinrich Kuhn and Research Assistants

Learning Outcomes

Students

- apply the basics of scientific work and deepen their knowledge in it.
- determine the state-of-the-art methods of operations research and are able to implement the methods.
- can independently apply the methods learned to business management questions according to topic-specific instructions.
- are put in a position to critically question the findings of the literature and to evaluate the scientific contributions.
- develop their own ideas for further research questions in the context of the methods discussed.

Module Content

- Basics of academic research
- Scientific problem solving and communication
- Introduction to Latex
- Methods of Operations Research
- Adaption of methods to specific issues
- Specific and individual research results with scientific papers

Teaching Methods

- Workshop
- Discussion
- Presentation

Grading

Seminar paper	80%
Presentation of seminar paper	20%

Assessment criteria in detail

- Writing a seminar paper that describes the implementation of algorithms and/or the application of software tools.
- Presentation of the main content of the seminar paper to the entire seminar group.

Average Workload

48 h = Time of attendance seminar
12 h = Preparation and postprocessing seminar
80 h = Software implementation, Elaboration of the paper
10 h = preparation of the presentation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Operations Research
- Programming
- Algorithms and data structures

- Usage of solver (CPLEX, Gurobi or similar)

Readings

- Popp, Andreas: Modellierung und Optimierung mit OPL. 2. Aufl., epubli, 2016
- Taha, H. A.: Operations Research, 10th ed., Upper Saddle River, N.J. (Prentice Hall) 2017.
- Further literature will be announced in the seminar.

Seminar zum strategischen Management

Seminar on strategic management

Modulnummer | 88-021-UF12-S-SE-0408

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommersemester

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 15

Anrechenbar für | Wahlpflicht (MARKT)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Personal und Organisation

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Referent/in | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende analysieren selbstständig unterschiedliche Forschungsrichtungen des strategischen Managements und stellen diese vergleichend gegenüber.
- Studierende präsentieren ihren Peers Inhalte aktueller Journal Artikel.
- Studierende diskutieren die präsentierten Artikel in der Gruppe, ordnen diese in den Kontext des strategischen Managements ein und identifizieren Lücken in der Forschung.
- Sie entwickeln eigenständig ein wissenschaftliches Paper, sie wählen hierfür passende Forschungsmethoden aus, bewerten deren Eignung und reflektieren diese kritisch hinsichtlich unterschiedlicher Kontexte und präsentieren ihre Forschungsergebnisse vor der Gruppe.

Modulinhalt

- Wissenschaftliche Bearbeitung theoretischer wie praxisrelevanter Problemstellungen
- Wechselnde Problemstellungen aus der Forschung zum strategischen Management
- Kurzrepetitorium zum wissenschaftlichen Arbeiten
- Einführung in unterschiedliche Forschungsmethoden: Strukturierte Literaturübersicht, qualitative und quantitative Sozialforschung

Lehrmethoden

- Vorlesung (Kurzrepetitorium zum wissenschaftlichen Arbeiten, Einführung in die Forschungsmethoden, Einführung in aktuelle Forschungsstränge des strategischen Managements)
- Selbststudium aktueller Veröffentlichungen
- Wöchentliche Diskussionsrunden zu aktuellen Veröffentlichungen & Themen
- Abschluss Präsentation

Prüfungsmodalitäten

- Seminararbeit mit Präsentation 100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Das Term-Paper zusammen mit Abschlusspräsentation stellt den Kern des Kurses dar. Die Präsentation der Ergebnisse ermöglicht die kritische Reflexion der eigenen Arbeit.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

45 h = Präsenzzeit Seminar
45 h = Vor- und Nachbereitung Seminar
60 h = Erstellung des Seminarpaper / Präsentationen
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Absolvierte Pflichtveranstaltung „Strategisches Management“ oder äquivalentes Vorwissen im Bereich des strategischen Managements.

Literatur

- Keine

Seminar on Strategic Management

Seminar zum strategischen Management

Module Number | 88-021-UF12-S-SE-0408

Degree | Master

Semester | Sommer term

Course Type | Seminar

Participation Limit | 15

Creditable for | Compulsory elective (MARKT)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | ABWL, Human Resource Management and Organizational Theory

Chair Owner | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Lecturer | Prof. Dr. Max Ringlstetter

Learning Outcomes

- Students independently analyze different research streams in the field of strategic management and compare them.
- Students present their peers contents of current journal articles.
- Students discuss the articles presented in the group, classify them in the context of strategic management and identify gaps in the current research stream.
- Students independently develop a scientific term paper. For this they select adequate business research methods, evaluate their suitability and reflect critically on their use in different contexts.
- Students present their research results to the group.

Module Content

- Conducting Scientific research on theoretical as well as practical Problems
- Changing topics from the field of strategic management research
- Short revision on scientific writing
- Introduction to business research methods: Conducting structured literature reviews, qualitative and quantitative research methods.

Teaching Methods

- Lecture (short revision on scientific writing, introduction to business research methods and topics in strategic management)
- Study of current publications
- Weekly discussions of current publications and topics
- Final presentation

Grading

Term paper with presentation	100%
------------------------------	------

Assessment criteria in detail

- The term paper and final presentation form the core of the course. The presentation of the results allows a critical reflection of one's own work,

Average Workload

45 h = Time of attendance seminar
45 h = Preparation and postprocessing the weekly meetings
60 h = Writing of the term paper / presentation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Attendance of the compulsory class "Strategic Management" or equivalent.

Readings

- None

Seminar zum Supply Chain Management

Supply Chain Management Seminar

Modulnummer | 88-021-SCM03-H-408

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Jedes Semester

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 25

Anrechenbar für | Wahlpflicht (BA&OR; MARKT)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, SCM und Operations

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Referent/in | Prof. Dr. Heinrich Kuhn und Mitarbeiter

Lernziele/Kompetenzen

Studierende

- wenden die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens an und vertiefen ihr Wissen darin.
- interpretieren komplexe Entscheidungsprobleme wie sie typischerweise im SCM auftreten.
- können erlerntes Wissen im Supply Chain Management anwenden, um Lösungen für die Entscheidungsprobleme vorzuschlagen.
- werden in die Lage versetzt, Erkenntnisse der Literatur kritisch zu hinterfragen und die wissenschaftlichen Beiträge zu bewerten.
- entwickeln eigene Ideen für weitere Forschungsfragen im Kontext des Supply Chain Management.

Modulinhalt

- Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens
- Wissenschaftliche Problemlösung und Kommunikation
- Diskussion aktueller Entscheidungsprobleme im SCM
- Methoden zur Entscheidungsunterstützung
- Vorstellung spezifischer individueller Forschungsergebnisse anhand wissenschaftlicher Beiträge

Lehrmethoden

- Workshop
- Diskussion
- Präsentation

Prüfungsmodalitäten

Hausarbeit	60%
Präsentation	40%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Schriftliche Ausarbeitung einer Seminararbeit und Präsentation der wesentlichen Inhalte der Seminararbeit vor der gesamten Seminargruppe.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

48 h = Präsenzzeit Seminar
12 h = Vor- und Nachbereitung Seminar
68 h = Schriftliche Ausarbeitung
22 h = Erstellung der Präsentation
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Grundlagenwissen eines BWL-Master-Studiums; ab dem 2. Mastersemester belegbar.

Literatur

- Stadtler, H., Kilger, C., Meyr, H. (Hrsg.): Supply Chain Management and Advanced Planning, 6. Aufl., Berlin (Springer) 2015.
- Weitere Literatur wird im Seminar bekannt gegeben.

Supply Chain Management Seminar

Seminar zum Supply Chain Management

Module Number | 88-021-SCM03-H-408

Degree | Master

Semester | Every term

Course Type | Seminar

Participation Limit | 25

Creditable for | Compulsory elective (BA&OR, MARKT)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Business Administration, Supply Chain Management and Operations

Chair Owner | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Lecturer | Prof. Dr. Heinrich Kuhn and Research Assistants

Learning Outcomes

Students

- apply the basics of scientific work and deepen their knowledge in it.
- interpret complex decision problems typically encountered in supply chain management.
- can apply the knowledge gained in supply chain management to suggest solutions to decision-making problems.
- are put in a position to critically question the findings of the literature and to evaluate the scientific contributions.
- develop their own ideas for further research questions in the context of supply chain management.

Module Content

- Basics of academic research
- Scientific problem solving and communication
- Discussion of current decision-making problems in SCM
- Methods to support decision-making
- Specific and individual research results with scientific papers

Teaching Methods

- Workshop
- Discussion
- Presentation

Grading

Seminar paper	60%
Presentation of seminar paper	40%

Assessment criteria in detail

Writing a seminar paper and presentation of the main content of the seminar paper to the entire seminar group.

Average Workload

48 h = Time of attendance seminar
20 h = Preparation and postprocessing seminar
68 h = Elaboration of the paper
22 h = Preparation of the presentation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

Basic knowledge of MA program in Business Administration, can be taken from the 2nd semester onwards

Readings

- Stadler, H., Kilger, C., Meyr, H. (Hrsg.): Supply Chain Management and Advanced Planning, 6. Aufl., Berlin (Springer) 2015.

- Further literature will be announced in the seminar.

Modulnummer | 88-021-IFM03-H-0317

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Pflicht (BA&OR)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL und Wirtschaftsinformatik

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Thomas Setzer

Referenten | Prof. Dr. Thomas Setzer und Mitarbeiter

Lernziele/Kompetenzen

- Teilnehmer verstehen die Möglichkeiten und Herausforderungen datenbasierter Modellierung von Dienst- (und Produkt-) Nutzungsverhalten im Digital Commerce und bei CRM-Kampagnen.
- Die Teilnehmer beherrschen analytische Methodik zur Personalisierung von Online-Inhalten, -Dienstleistungen und -Kampagnen.
- Sie sind vertraut mit den Algorithmen moderner Recommender Systems und Active Learning.
- Die Studierenden differenzieren zwischen diagnostischen, prädiktiven und präskriptiven Aufgaben und bestimmen und konfigurieren jeweils geeignete Modelle, Methoden und Optimierungskriterien.
- Basierend auf ihrem Theorie- und Technikwissen und dessen Umsetzung in Übungen können die Teilnehmer reflektiert Algorithmen und Software-Komponenten für Service Analytics-Aufgaben entwickeln, testen und anpassen.

Modulinhalt

Mit steigender Bedeutung von Diensten und Digitalisierung werden Daten-basierte Erkenntnisse bzgl. Kundenpräferenz und -nutzen immer zentraler, um Kundenbedürfnisse und -verhalten zu antizipieren und die richtigen Produkte oder Dienstleistungen zu empfehlen bzw. anzubieten. Die Veranstaltung behandelt Methodik der Datenanalyse und Verhaltensmodellierung für Aufgaben im Digital Commerce und der Kunden- Interaktion. Insb. werden die Algorithmen moderner Recommender Systeme behandelt und erprobt. In der Übung mit der Sprache R, wenden die Teilnehmer ihr Wissen auf Praxisprobleme an, entwickeln und testen Empfehlungssysteme auf realistischen, großen Kundendatensätzen. Die Veranstaltung beinhaltet folgende Themen:

- Einführung in Service Analytics
- Anwendungen im Digital Commerce und CRM-Kampagnenmanagement
- Vorverarbeitung, Reduktion und Modellierung von Kunden- und Produktdaten
- Web-Anwendungen und Analytics, Continuous Engineering
- Empfehlungssysteme und Online-Kampagnen-Management

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Übung

Prüfungsmodalitäten

Klausur (90 Minuten)

100 %

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Klausur am Semesterende in englischer Sprache.
- Beantwortung darf auch auf Deutsch erfolgen.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

45 h = Präsenzzeit Vorlesung und Übung
75 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung und Übung
30 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Grundkenntnisse einer modernen Programmiersprache wie R oder Python wird empfohlen
-

Literatur

- Wird in der ersten Veranstaltung bekannt gegeben

Service Analytics

Service Analytics

Module Number | 88-021-IFM03-H-0317

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Lecture/Tutorial

Participation Limit | None

Creditable for | Mandatory (BA&OR)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | BA and Business Informatics

Chair Owner | Prof. Dr. Thomas Setzer

Lecturer | Prof. Dr. Thomas Setzer and Assistants

Learning Outcomes

- Participants understand the importance, opportunities and challenges of modeling service, as well as product, usage behavior from data to support tasks in e-commerce and CRM-related campaigns.
- Participants are familiar with methodology to personalize online content, services and campaigns.
- Participants understand the algorithms used in modern recommender systems and active learning.
- Furthermore, the students differentiate between diagnostic, predictive and prescriptive tasks and select appropriate analytical means and optimization criteria.
- Based on their theoretical and technical knowledge, and the practical experience in the tutorials, the participants can develop software components for service analytical solutions on their own.

Module Content

In today's increasingly service-driven and digitized world, gaining insights into the usage of services from data is key to anticipate customer needs and behavior. The course considers data analysis and behavioral modeling to support digital commerce and customer interactions. In particular, this course will deal with algorithms and principles used in modern recommender systems. During tutorials, the participants will apply their knowledge by developing solutions to real-world problems using the R language. The course includes the following topics:

- Introduction to service analytics
- Applications in digital commerce and CRM campaign management
- Preprocessing, reduction and modeling of usage data
- Web applications and analytics, continuous engineering and impact analysis
- Recommender systems and online campaign management

Teaching Methods

- Lecture
- Tutorial (Exercise)

Grading

Written examination (90 minutes)	100%
----------------------------------	------

Assessment criteria in detail

- Final written exam.
- Exam language is English. Students may answer in English as well as in German.

Average Workload

45 h = Time of attendance lecture and tutorial
75 h = Preparation and postprocessing lecture and tutorial
30 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Basic knowledge of a modern programming language like R or Python is recommended.

Readings

- To be announced in class

Modulnummer | 88-021-SCM13-H-0408

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung und Projektarbeit

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht (BA&OR & MARKT)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Juniorprofessur Operations Management

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Pirmin Fontaine

Referenten | Prof. Dr. Fontaine, Prof. Dr. Kuhn und Mitarbeiter

Lernziele/Kompetenzen

Die Studierenden:

- erlernen quantitative Methoden der Service Operations Management und Revenue Management sowie deren Anwendung in der Praxis kennen.
- erlernen und verstehen die grundlegenden Modelle und Methoden für Service Operations Management (insbesondere Prozessmanagement und Bestandsmanagement) sowie im Revenue Management (insbesondere Preisdifferenzierung, Kapazitätssteuerung, Überbuchungssteuerung und Dynamic Pricing). Dabei geht es auch darum Möglichkeiten und Grenzen der Praxis kennenzulernen.
- vertiefen ihre Kenntnisse in Bezug auf die Modellierung und Lösung von Entscheidungsproblemen in den oben genannten Entscheidungsfeldern.
- erlernen die Anwendung der erfahrenen theoretischen Konzepte im Zuge einer Fallstudie aus der Praxis.

Modulinhalt

- Die Grundkonzepte werden mit foliengestützten Vorträgen dargestellt. Dabei werden jeweils die quantitativen Modelle und Methoden vorgestellt und anhand von Übungsbeispielen verdeutlicht. Dabei sollen auch praktische Anwendungen des Service Managements z.B. für Flugunternehmen, im Einzelhandel oder im weiteren Dienstleistungssektor diskutiert werden.
- Diese Inhalte bilden die Grundlage für eine kritische Betrachtung aus theoretisch-konzeptioneller und praktisch-anwendungsorientierter Sicht. Hierzu werden aktuelle, praxisorientierte Fallstudien und wissenschaftliche Beiträge verwendet.

Lehrmethoden

- Foliengestützter Vortrag und Übung mit Fallbeispielen
- Seminarorientiertes Selbststudium und Präsentation von Fallstudien

Prüfungsmodalitäten

Klausur	50%
Schriftliche Ausarbeiten der Fallstudie	35%
Präsentation der Fallstudie	15%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Der Kurs vermittelt neben grundlegenden theoretischen Konzepten, Modellen und Methoden zum Service Operations auch deren praktischen Umsetzung im Zuge von praxisorientierten Fallstudien. Die Bearbeitung dieser Fallstudien erfordert eine schriftliche Ausarbeitung und eine Präsentation der erzielten Ergebnisse, damit diese innerhalb der Gesamtgruppe diskutiert und reflektiert werden können. Daher ist aus didaktischen Gründen neben einer Klausur auch ein schriftlicher und mündlicher Bericht über die Ergebnisse Fallstudie zwingend erforderlich.

Die einzelnen Prüfungsleistungen setzen sich wie folgt zusammen:

- Klausur:
Prüfungszeit 60 Minuten über die theoretischen Konzepte, Modelle und Methoden zum Service Operations sowie der angegebenen Literatur.
- Fallstudie:
Bearbeitung einer Fallstudie im Rahmen einer Gruppenarbeit. Schriftlicher Bericht (Referat) zur Bearbeitung der Fallstudie und Präsentation der wesentlichen Ergebnisse. Der Vortrag beinhaltet eine

kritische Würdigung der Ergebnisse und Diskussion (20 Min.+10 Min.). Das Referat ist als foliengestützte Zusammenfassung zum Vortrag zu erstellen.
Alle Teilleistungen müssen bestanden sein; einzelne Teilleistungen sind nicht wiederholbar.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

48 h = Präsenzzeit Vorlesung, Übung, Seminar
24 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung, Übung, Seminar
54 h = Ausarbeitung Fallstudie
12 h = Prüfungsvorbereitung
12 h = Erstellung der Präsentation
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse

- Grundlagen der Mathematik und Statistik
- Grundlagen der linearen Optimierung.

Literatur

- Bordoloi, S., Fitzsimmons, J.A., and M.J. Fitzsimmons: Service Management – Operations, Strategy, and Information Technology, 9. Aufl., New York (McGraw Hill) 2019.
- Klein, R. und C. Steinhardt: Revenue Management – Grundlagen und Mathematische Methoden, Berlin/Heidelberg (Springer) 2008.
- Talluri, K.T. und G.J. van Ryzin: Theory and Practice of Revenue Management, Boston (Springer) 2005.

Service Operations

Service Operations

Module Number | 88-021-SCM13-H-0408

Degree | Master

Semester | Summer term

Course Type | Lecture and project work

Participation Limit | None

Creditable for | Compulsory elective (BA&OR, MARKT)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Junior Professorship Operations Management

Chair Owner | Prof. Dr. Pirmin Fontaine

Lecturer | Prof. Dr. Fontaine, Prof. Dr. Kuhn & Research Assistants

Learning Outcomes

The students:

- gain experience in quantitative Methods of Service Operations Management and Revenue Management and their practical applications.
- hone their skills with respect to modeling and methods for Service Operations Management such as process management as well as Revenue Management, especially in price differentiation, capacity planning, overbooking and dynamic pricing.
- will furthermore understand scope and limitations in supporting practical decision situations.

Module Content

- The basic concepts will be illustrated with slides
- Quantitative models and methods will be presented and with examples and exercises illustrated. The exercises will also be used to demonstrate practical applications in Service Management, e.g., in airline industries, retail or the service sector.
- This course content provides the foundation for a critical examination from a theoretical and practical perspective using papers and system-based case studies.

Teaching Methods

- Presentation with slides
- Seminar-oriented self-study as well as preparing, presentation, and discussion of case studies

Grading

Written exam	50%
Report writing of case study	35%
Presentation of case study	15%

Assessment criteria in detail

The course teaches basic theoretical concepts, models, and methods of service operations as well as their practical implementation within practice-oriented case studies. The processing of these case studies requires a written paper and a presentation of the achieved results, so that they can be discussed and reflected within the entire group. Therefore, for didactic reasons, a written and oral report on the results of the case study is mandatory in addition to an exam. The individual exams are made up as follows:

- Written exam:
Examination time 45 minutes on the theoretical concepts, models and methods of service operations as well as the specified literature.
- Case study:
Working on a case study in the context of a group work. Written report (paper) on the case study and presentation of the main results. The presentation includes a critical reflection of the results and discussion (20 min. + 10 min.). The presentation is to be prepared as a slide-based summary of the lecture.

All partial performances must be passed and cannot be retaken

Average Workload (in hour)

48 h = Attendance lecture, tutorial, and seminar
24 h = Preparation and postprocessing lecture, tutorial, and seminar
54 h = Preparing Case study
12 h = Exam preparation
12 h = Preparation of presentation
150 h = Total workload

Prerequisites

- Basic knowledge in Mathematics and Statistics
- Basic understanding of linear optimization

Readings

- Bordoloi, S., Fitzsimmons, J.A., and M.J. Fitzsimmons: Service Management – Operations, Strategy, and Information Technology, 9th Ed., New York (McGraw Hill) 2019.
- Klein, R. und C. Steinhardt: Revenue Management – Grundlagen und Mathematische Methoden, Berlin/Heidelberg (Springer) 2008.
- Talluri, K.T. und G.J. van Ryzin: Theory and Practice of Revenue Management, Boston (Springer) 2005.

Social Innovation I: Basics and Concept Development

Gesellschaftliche Innovation: Grundlagen und Konzeptentwicklung

Modulnummer | 88-021-SRI03-H-0818

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Winter

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | 25

Anrechenbar für | Entrepreneurship: Pflicht/Ethik

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Christliche Sozialethik und Gesellschaftspolitik

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. André Habisch

Referent/in | Prof. Dr. André Habisch

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende identifizieren unternehmerische Lösungsansätze für gesellschaftliche Herausforderungen und konzipieren in selbstorganisierten Teams eigene Projekte.
- Studierende des Moduls erhalten einen Überblick über interdisziplinäre Konzepte von Innovation und gesellschaftlicher Innovation, gesellschaftlichem Unternehmertum (Social Entrepreneurship) und gesellschaftlichem Engagement von Unternehmen (Corporate Citizenship)
- Sie entwickeln ein Verständnis für die gesellschaftlichen Voraussetzungen unternehmerischen Handelns mit besonderer Berücksichtigung von unternehmerischer Innovation.
- Sie lernen, ihre eigene Rolle als zukünftige Unternehmer und Manager im Kontext gesellschaftlicher Kooperationsprozesse zu verstehen.

Modulinhalte

- Eine Blockveranstaltung vermittelt eine kompakte Einführung und dient der Vernetzung mit gesellschaftlichen und technischen Innovatoren.
- Eine Unterstützung bei der Ausarbeitung der Projektidee erfolgt dabei durch themenzentrierte Workshops und Reflektionssitzungen im Rahmen des begleitenden Projektseminars.
- Klärung wesentlicher Grundbegriffe: Innovation, gesellschaftliche Innovation, gesellschaftliches Unternehmertum, gesellschaftliches Engagement von Unternehmen
- Kulturelle, politische, makroökonomische Bedingungen von Innovation
- Spiritualität der Innovation': Zur Interdependenz von Innovationskraft und intrinsischer Motivation

Lehr-/Lernformen

- Vorträge und Diskussionen mit Gastdozenten im Rahmen der Blockveranstaltung
- Seminargespräch und Diskussionen
- Referate/Präsentationen in verschiedenen Formaten
- Bearbeitung begleitender Online-Angebote

Prüfungsmodalitäten

Portfolio	100%
-----------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- | | |
|---|-----|
| ▪ Die Teilnahme an der Blockveranstaltung zur Eröffnung ist verpflichtend | |
| ▪ Pitch-Video zur erarbeiteten Projektidee | 20% |
| ▪ Vorstellung des konzeptionellen Hintergrunds | 20% |
| ▪ Schriftliche Ausarbeitung der Projektidee | 60% |

Arbeitsaufwand (in Stunden)

40 h = Präsenzzeit Blockveranstaltung
30 h = Präsenzzeit Projektbesprechungen (Vorlesungsslots)
35 h = Vor- und Nachbereitung Präsenzveranstaltungen
45 h = Schriftliche Ausarbeitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- keine

Literatur

- Acemoğlu, D., & Robinson, J. A. (2012). Why nations fail (1. ed. Ausg.). New York, NY: Crown Publ.
- Bessant, J. R., & Tidd, J. (2011). Innovation and entrepreneurship (2. ed. Ausg.). Chichester: Wiley.
- Brem, A., & Viardot, É. (2013). Evolution of innovation management (1st published Ausg.). Basingstoke [etc.]: Palgrave Macmillan.
- Drucker, P. F. (2006). Innovation and entrepreneurship (35. [print.] Ausg.). New York NY: HarperCollins.
- Habisch, A. (2011). Gesellschaftliches Unternehmertum. In Social Entrepreneurship - Social Business : für die Gesellschaft unternehmen (S. 49-66). Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwissenschaften.
- Osburg, T., & Schmidpeter, R. (2013). Social innovation. Berlin; New York: Springer.
- Schumpeter, J., & Schumpeter, E. (1986). History of economic analysis (1. publ. in paperback Ausg.). London: Allen & Unwin.
- Sommerrock, K. (2010). Social entrepreneurship business models. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Tidd, J., & Bessant, J. R. (2013). Managing innovation (5. ed. Ausg.). Chichester: Wiley.

Social Innovation I – Basics and Concept Development

Gesellschaftliche Innovation – Grundlagen und Konzeptentwicklung

Module Number | 88-021-SRI03-H-0818

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Seminar

Participation Limit | 25

Creditable for | Compulsory elective (Entrepreneurship)

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Christian Social Ethics and Social Policy

Chair Owner | Prof. Dr. André Habisch

Lecturer | Prof. Dr. André Habisch

Learning Outcomes

- Students identify entrepreneurial approaches to social challenges and design their own projects in self-organized teams.
- Students of the module receive an overview of interdisciplinary concepts of innovation and social innovation, social entrepreneurship and corporate citizenship.
- They develop an understanding of the social conditions for entrepreneurial activity with special consideration of entrepreneurial innovation.
- They learn to understand their own role as future entrepreneurs and managers in the context of social cooperation processes

Module Content

- Clarifying essential basic concepts: Innovation, Social Innovation, Social entrepreneurship, corporate citizenship
- Cultural, political and macro-economic conditions of Innovation
- 'Spirituality of innovation': Interdependence of innovation and intrinsic motivation
- The Role of Social Innovation for sustainable development
- User-driven Innovation: Empirical evidence
- Empirical results concerning successful and failing Social innovations
- Characteristics of innovative business locations
- Success factors of Social innovation management

Teaching Methods

- A block event provides a compact introduction and serves to network with social and technical innovators.
- The project idea is supported by theme-centred workshops and reflection sessions as part of the accompanying project seminar.
- Clarification of essential basic terms: Innovation, social innovation, social entrepreneurship, corporate citizenship
- Cultural, political, macroeconomic conditions of innovation
- Spirituality of Innovation': On the interdependence of innovative power and intrinsic motivation

Grading

Portfolio	100%
-----------	------

Assessment criteria in detail

Participation in the opening block event is obligatory

- | | |
|--|-----|
| ▪ Pitch video for the developed project idea | 20% |
| ▪ Presentation of the conceptual background | 20% |
| ▪ Written preparation of the project idea | 60% |

Average Workload

40 h = attendance time at a block event

30 h = Presence time for project meetings (lecture slots)
35 h = Preparation and follow-up for face-to-face events
45 h = Written preparation
144 h = Total workload
150 h = Total labour input

Prerequisites

- None

Readings

- Acemoğlu, D., & Robinson, J. A. (2012). Why nations fail (1. ed Ausg.). New York, NY: Crown Publ.
- Bessant, J. R., & Tidd, J. (2011). Innovation and entrepreneurship (2. ed Ausg.). Chichester: Wiley.
- Brem, A., & Viardot, É. (2013). Evolution of innovation management (1st published Ausg.). Basingstoke [etc.]: Palgrave Macmillan.
- Drucker, P. F. (2006). Innovation and entrepreneurship (35. [print.] Ausg.). New York NY: HarperCollins.
- Habisch, A. (2011). Gesellschaftliches Unternehmertum. In Social Entrepreneurship - Social Business : für die Gesellschaft unternehmen (S. 49-66). Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwissenschaften.
- Osburg, T., & Schmidpeter, R. (2013). Social innovation. Berlin; New York: Springer.
- Schumpeter, J., & Schumpeter, E. (1986). History of economic analysis (1. publ. in paperback Ausg.). London: Allen & Unwin.
- Sommerrock, K. (2010). Social entrepreneurship business models. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Tidd, J., & Bessant, J. R. (2013). Managing innovation (5. ed Ausg.). Chichester: Wiley.

Social Innovation II: Implementation und Evaluation

Gesellschaftliche Innovation: Umsetzung und Evaluation

Modulnummer | 88-021-SRI04-H-0818

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Seminar

Teilnehmerbeschränkung | keine

Anrechenbar für | Entrepreneurship: Pflicht

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Christliche Sozialethik und Gesellschaftspolitik

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. André Habisch

Referent/in | Prof. Dr. André Habisch

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende setzen unternehmerische Lösungsansätze für gesellschaftliche Herausforderungen in reale Organisationen und Prozesse hinein um und entwickeln eine Methodik zur zielorientierten Evaluation.
- Dazu lernen Sie Konzepte, Modelle, Methoden und Instrumente kennen und praktisch anzuwenden.
- Sie entwickeln die Projektidee zu einem Geschäftsmodell weiter und erarbeiten ggfs. Kooperationsstrategien mit anderen wirtschaftlichen bzw. gesellschaftlichen Akteuren.

Modulinhalte

Die Studierenden sollen nach Abschluss des Seminars

- die wichtigsten Herausforderungen von gesellschaftlichen Innovationsprozessen verstehen
- Zielgruppe, Bedürfnis und Nutzen definieren können
- Markt- und Umfeldanalyse leisten
- Stakeholder und Partner identifizieren
- Implementationsstrategien konzipieren und umsetzen
- Meilensteine und Projektstrukturplan definieren
- Finanzierungs- und Geschäftsmodell erstellen
- Evaluationsinstrumente konzipieren
- Das entwickelte Geschäftsmodell kritisch reflektieren sowie dessen Stärken, Schwächen, Chancen und Grenzen beurteilen können

Lehr-/Lernformen

- Vorträge und Diskussionen im Rahmen der öffentlichen Abschlussveranstaltung
- Seminargespräch und Diskussionen
- Referate/Präsentationen in verschiedenen Formaten
- Bearbeitung begleitender Online-Angebote

Prüfungsmodalitäten

Portfolio	100%
-----------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Die Teilnahme an der öffentlichen Abschlussveranstaltung ist verpflichtend

- | | | |
|--|-----|-----|
| ▪ Pitch-Video zur erarbeiteten Implementationsidee | 20% | |
| ▪ Vorstellung des Evaluationskonzepts | | 20% |
| ▪ Schriftliche Abschlusspräsentation und Dokumentation | | 60% |

Arbeitsaufwand (in Stunden)

20 h = Präsenzzeit Abschlussveranstaltung
30 h = Vorbereitung Pitch-Video
35 h = Präsenzzeit Projektbesprechungen (Vorlesungsslots)
50 h = Vorbereitung Abschlussveranstaltungen
15 h = Schriftliche Ausarbeitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Teilnahme an Social Innovation I

Literatur

- Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Scheck, B. (2014). A Standard for Social Impact Reporting. URL: http://tcbblogs.org/public_html/wp-content/uploads/TCB_GT-V1N4-14.pdf?width=100
- Bessant, J. R., & Tidd, J. (2011). Innovation and entrepreneurship (2. ed Ausg.). Chichester: Wiley.
- Brem, A., & Viardot, É. (2013). Evolution of innovation management (1st published Ausg.). Basingstoke [etc.]: Palgrave Macmillan.
- Sommerrock, K. (2010). Social entrepreneurship business models. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Tidd, J., & Bessant, J. R. (2013). Managing innovation (5. ed Ausg.). Chichester: Wiley.

Social Innovation II: Implementation and Evaluation

Gesellschaftliche Innovation: Umsetzung und Evaluation

Module Number | 88-021-SRI04-H-0818

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Seminar

Participation Limit | --

Creditable for | Entrepreneurship: compulsory subjects, other MA: elective subject

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Christian Social Ethics and Social Policy

Chair Owner | Prof. Dr. André Habisch

Lecturer | Prof. Dr. André Habisch

Learning Outcomes

- Students translate entrepreneurial approaches to social challenges into real organisations and processes and develop a methodology for goal-oriented evaluation.
- You will learn concepts, models, methods and instruments and how to apply them in practice.
- They develop the project idea into a business model and, if necessary, develop cooperation strategies with other economic and social actors.

Module Content

After completing the seminar, students should

- understand the main challenges of social innovation processes
- Define target group, needs and benefits
- Market and environment analysis
- Identifying stakeholders and partners
- Designing and implementing implementation strategies
- Define milestones and project structure plan
- Creating a financing and business model
- Designing evaluation instruments
- Critically reflect on the business model developed and assess its strengths, weaknesses, opportunities and limitations

Teaching Methods

- Lectures and discussions at the public closing event
- Seminar discussion and discussions
- Presentations in various formats
- Processing of accompanying online offers

Grading

Portfolio	100%
-----------	------

Assessment criteria in detail

Participation in the public closing event is obligatory

- | | |
|---|-----|
| ▪ Pitch video for the developed implementation idea | 20% |
| ▪ Presentation of the evaluation concept | 20% |
| ▪ Written final presentation and documentation | 60% |

Average Workload

20 h = attendance time at the closing event
30 h = Preparation of pitch video
35 h = Presence time for project meetings (lecture slots)
50 h = Preparation of final events
15 h = Written preparation
150 h = Total labour input

Previous Knowledge/Prerequisites

- Participation in Social Innovation I
-

Readings

- Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Scheck, B. (2014). A Standard for Social Impact Reporting. URL: http://tcbblogs.org/public_html/wp-content/uploads/TCB_GT-V1N4-14.pdf?width=100
- Bessant, J. R., & Tidd, J. (2011). Innovation and entrepreneurship (2. ed Ausg.). Chichester: Wiley.
- Brem, A., & Viardot, É. (2013). Evolution of innovation management (1st published Ausg.). Basingstoke [etc.]: Palgrave Macmillan.
- Sommerrock, K. (2010). Social entrepreneurship business models. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Tidd, J., & Bessant, J. R. (2013). Managing innovation (5. ed Ausg.). Chichester: Wiley.

Steuerfunktion 4.0 – Kernelemente einer Digitalisierungsstrategie

Tax function 4.0 – Core elements of a digitization strategy

Modulnummer | 88-021-TA12-H-0220

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung

Teilnehmerbeschränkung | 24

Anrechenbar für | Wahlpflicht (Taxation, FACT)

Unterrichtsstunden | 1 SWS

Leistungspunkte | 2,5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL und Betriebswirtschaftliche Steuerlehre

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Reinald Koch

Referent/en | Günther Hüttinger

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende des Kurses entwickeln ein Verständnis für die Problematik zunehmend vernetzter und automatisierter Prozesse der Steuerabteilungen der Unternehmen und wie wichtig hierbei eine hinreichende Balance zwischen Effizienz und Compliance ist. Dies führt zu einem Wandel der Aufgabenprofile und zieht somit einen Umbruch der Steuerfunktion nach sich. Dabei wird auch beleuchtet, welche Auswirkungen diese Transformation auf die Mitarbeiter in der Steuerfunktion hat
- Studierende erwerben im Fokus der Automatisierung grundlegendes methodisches Wissen zur Transformation einer Steuerabteilung als Managementaufgabe des CFOs bzw. Head of Tax, welche sich in der Praxis anwenden lassen.
- Nach Abschluss des Kurses verfügen die Studierenden über das Wissen, die Fähigkeit einen konzeptionellen Ansatz für die Transformation einer konkreten Steuerfunktion auszuarbeiten.

Modulinhalt

- Grundlagen und Funktionsweise des Tax CMS (Basierend auf den Elementen des IDW PS 980)
- Grundlagen der Prozessmodellierung – BPMN 2.0
- Aufbauorganisation von Steuerabteilungen
- Einblick in verschiedene Automatisierungstechnologien (SAP S/4 HANA, Analytics, Cloud, RPA, KI)
- Vorgehen bei einem Digitalisierungsprojekt (Zielbild entwickeln – Diagnose stellen – Sollprozesse erarbeiten – Umsetzungsprojekt durchführen)

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung

Prüfungsmodalitäten

Präsentation 100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Präsentation (im EY EMEC München) am Ende des Semesters

Arbeitsaufwand (in Stunden)

18 h = Präsenzzeit Vorlesung
9 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
48 h = Vorbereitung Präsentation und Abschlussveranstaltung
75 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Aufbewahrungsvorschriften der Abgabenordnung (nicht zwingend)
- Ertragsteuern
- Umsatzsteuer
- Internationales Steuerrecht (Grundzüge)

Literatur

- Literatur wird bekannt gegeben

Tax function 4.0 – Core elements of a digitization strategy

Steuerfunktion 4.0 – Kernelemente einer Digitalisierungsstrategie

Module Number | 88-021-TA12-H-0220

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Lecture

Participation Limit | 24

Course Category | Compulsory elective (Taxation, FACT)

Contact Hours | 1 SWS

Number of Credits | 2,5 ECTS

Language | German

Chair | Tax Management

Chair Owner | Prof. Dr. Reinald Koch

Lecturer | Günther Hüttinger

Learning Outcomes

- Students will achieve an understanding for the problems of increasingly integrated and automatized processes in the tax departments of firms as well as for the importance of a reasonable balance between efficiency and compliance. This changes the tax function and the related job profiles. Students will also learn the consequences of this transformation for the employees of the tax function.
- Students gain the methodological skills and knowledge regarding automatization required for the transformation of a tax department as a management task of the CFOs or Head of Tax, which they can apply in practice.
- After attending the course students will have gained the necessary knowledge to prepare a concept for the transformation of a specific tax function.

Module Content

- Basics and functioning of Tax CMS (Methods based on the elements of IDW PS 980)
- Basics of process modeling – BPMN 2.0
- Organisation of tax departments
- Various automatization technologies (SAP S/4 HANA, Analytics, Cloud, RPA, KI)
- Approach for a digitization project

Teaching Methods

- Lecture

Grading

Final presentation	100%
--------------------	------

Assessment criteria in detail

- Presentation (in the EY EMEC München) at the end of the term

Average Workload

18 h = Time of attendance lecture
9 h = Preparation and postprocessing lecture
48 h = Preparation of presentation and final session
75 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Regulations of the Abgabenordnung on keeping of materials (not obligatory)
- Income taxation
- Value added tax
- Basics of international tax law

Readings

- Literature is provided in the Opening Session

Stochastische Modelle

Stochastic Modeling

Modulnummer | 88-021-MG02-H-0408

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Pflicht (BA&OR), Wahlpflicht (Entrepreneurship, MARKT)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, SCM und Operations

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Referent/in | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Lernziele/Kompetenzen

Studierende

- können statistische Verteilungen erklären.
- erhalten ein tiefgehendes Verständnis über die Methoden der fortgeschrittenen analytischen stochastischen Modellierung.
- definieren weiterführende Modelle zur Analyse von Prozessen innerhalb von Produktions- und Dienstleistungssystemen.
- können die stochastischen Modelle selbstständig auf betriebswirtschaftliche Fragestellungen anwenden.
- erlangen die Fähigkeit, das erlernte Wissen in wissenschaftlichen Forschungsprojekten umzusetzen.

Modulinhalt

- Grundlagen und Anwendungen der stochastischen Modellierung
- Grundlagen zur Modellbildung, Wahrscheinlichkeiten und Zufallsvariablen
- Theoretische Verteilungen: Binomial-, Geometrische-, Poisson-, Weibull-, Phasen-Verteilungen
- Diskrete Markow-Ketten
- Markow-Ketten in kontinuierlicher Zeit, Geburts- und Sterbeprozess
- Warteschlangentheorie
- Little's-Gesetz, Paradoxon der Wartezeit,
- M/M/1-Modell, M/M/c-Modell
- M/M/1/K-Modell, M/M/1/K/K-Modell
- Mittelwertanalyse: M/G/1-Modell, G/G/1-Modelle,
- Mehrkunden-Modelle
- Offene Warteschlangennetzwerke: Theorem von Jackson, Netze mit Warteraumbeschränkungen
- Geschlossene Warteschlangennetzwerke: Mittelwert-Analyse (MVA), Faltungs-Algorithmen

Lehr-/Lernformen

- Folien gestützte Vorträge
- Interaktive Übung
- Online-Tests
- Übungsaufgabe

Prüfungsmodalitäten

Klausur

100 %

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Klausur: Prüfungszeit 90 Minuten über den Inhalt der Vorlesung, der angegebenen Literatur und der Übungsbeispiele.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

24 h = Präsenzzeit Vorlesung
24 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
24 h = Präsenzzeit Übung
48 h = Vor- und Nachbereitung Übung

30 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Kenntnisse in der ABWL, Operations Management und Management Science
- Kenntnisse in Statistik und Wahrscheinlichkeitsrechnung

Literatur

Hauptquelle:

- Kuhn, H. und Manitz, M., Stochastische Modelle, Methoden zur Leistungsanalyse von Sach- und Dienstleistungssystemen, unveröffentlichtes Manuskript, Ingolstadt und Köln, Oktober 2008.

Weitere Quellen:

- Allen, A.O., Probability, Statistics, and Queueing Theory, 2nd ed., Orlando (Academic Press) 1990.
- Gross, D. and Harris, C.M., Fundamentals of Queueing Theory, 3rd ed., New York (Wiley) 1998.
- Hillier, F.S. and G.J. Lieberman, Introduction to OR, 8th ed., Boston (McGraw-Hill) 2004.
- Kleinrock, L., Queueing Systems, Volume I: Theory, New York (Wiley), 1975
- Ross, S.M., Introduction to Probability Models, 6th ed., Boston (Academic Press), 1997
- Taha, H. A., Operations Research, 7th Ed., Upper Saddle River, N.J. (Prentice Hall) 2003.

Stochastic Modeling

Stochastische Modelle

Module Number | 88-021-MG02-H-0408

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Lecture/Tutorial

Participation limit | None

Creditable for | Mandatory (BA&OR), Compulsory elective (Entrepreneurship, MARKT)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | SCM and Operations

Chair Owner | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Lecturer | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Learning Outcomes

Students

- can explain statistical distributions.
- gain an in-depth understanding of advanced analytical stochastic modelling methods.
- define advanced models for analyzing processes within production and service systems.
- can independently apply the stochastic models to business management issues.
- acquire the ability to apply the acquired knowledge in scientific research projects.

Module Content

- Fundamentals of Stochastic Modeling
- Introduction, Applications, Modeling, Probability Theory
- Random Distributions: Binomial, Geometric, Poisson, Weibull, Phase-Distributions
- Discrete Markov-Chains
- Markov-Chains in continuous time, Birth- and Death-Processes
- Queueing Theory
- Little's Law, M/M/1-Model, M/M/c-Model
- M/M/1/K-Model, M/M/1/K/K-Model
- Mean-Value-Analysis: M/G/1-Model, G/G/1-Models
- Open Queueing Systems: Jackson's Theorem, Systems with limited Buffers
- Closed Queueing Systems: Mean-Value-Analysis (MVA), Convolution-Algorithms

Teaching Methods

- Presentation with slides
- homework

Grading

Final exam	100%
------------	------

Assessment criteria in detail

- Written exam at the end of semester

Average Workload

24 h = Time of attendance lecture
24 h = Preparation and postprocessing lecture
24 h = Time of attendance tutorial
48 h = Preparation and postprocessing tutorial
30 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Module Contents of ABWL, Operations Management, and Management Science
- Knowledge of Basic Concepts in Statistics and Probability Theory

Readings

Main Source:

- Kuhn, H. und Manitz, M., Stochastische Modelle, Methoden zur Leistungsanalyse von Sach- und Dienstleistungssystemen, unveröffentlichtes Manuskript, Ingolstadt und Köln, Oktober 2008.

Further References:

- Allen, A.O., Probability, Statistics, and Queueing Theory, 2nd ed., Orlando (Academic Press) 1990.
- Gross, D. and Harris, C.M., Fundamentals of Queueing Theory, 3rd ed., New York (Wiley) 1998.
- Hillier, F.S. and G.J. Lieberman, Introduction to OR, 8th ed., Boston (McGraw-Hill) 2004.
- Kleinrock, L., Queueing Systems, Volume I: Theory, New York (Wiley), 1975
- Ross, S.M., Introduction to Probability Models, 6th ed., Boston (Academic Press), 1997
- Taha, H. A., Operations Research, 7th Ed., Upper Saddle River, N.J. (Prentice Hall) 2003.

Supply Chain Planspiel

Supply Chain Business Game

Modulnummer | 88-021-SCM15-S-VL-0408

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung

Teilnehmerbeschränkung | 16

Anrechenbar für | Wahlpflicht (BA&OR, MARKT)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Supply Chain Management und Operations

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Referent/in | Andreas Holzapfel

Lernziele/Kompetenzen

Studierende

- analysieren Entscheidungen und Zusammenhänge im Supply Chain Management.
- verstehen mithilfe der Unternehmenssimulation „The Fresh Connection“ die Einflüsse und Konsequenzen von Entscheidungen im Supply Chain Management.
- erlangen die Fähigkeit zum autonomen, akademischen Selbststudium.
- können theoretische Inhalte anwendungsorientiert präsentieren.
- kommunizieren in überfachlichen Teams.

Modulinhalt

Der Kurs beinhaltet eine innovative Kombination aus der Vermittlung theoretischen Hintergrundwissens und der praktischen Anwendung und Erfahrung mithilfe der Unternehmenssimulation „The Fresh Connection“. Im Einzelnen werden behandelt:

- Grundlagen und Entscheidungsbereiche des Supply Chain Managements
- Zulieferermanagement
- Nachfragemanagement
- Kapazitäts- und Produktionsmanagement
- Bestandsmanagement und Planung
- Supply Chain Mapping und Komponentencharakteristika
- Supply Chain Strategie
- Stellschrauben und KPI's auf strategischer und taktischer Ebene
- Externe Kooperationen

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Webbasierte Supply Chain Unternehmenssimulation und Lernumgebung
- Selbststudium und Gruppenarbeit mit Ergebnispräsentationen

Prüfungsmodalitäten

Präsentationen

100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Aufgrund der Kompetenzorientierung des Moduls und des interaktiven Charakters unter Einsatz der Unternehmenssimulation „The Fresh Connection“ werden mehrere Gruppenpräsentationen gehalten, die in die Bewertung einfließen:

- Einführungspräsentation zum Themengebiet eines Supply Chain Akteurs (30 Minuten) 50%
- Kurzpräsentationen zu den Entscheidungsmöglichkeiten (10 Minuten) 20%
- Präsentation der getroffenen Entscheidungen in den jeweiligen Runden der Unternehmenssimulation, der Lernkurve und der Ergebnisse (15 Minuten) 30%

Arbeitsaufwand (in Stunden)

60 h = Präsenzzeit Vorlesung

60 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung

30 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Empfohlen: Grundkenntnisse in Produktion und Logistik sowie im Bestandsmanagement

Literatur

- Fisher, M.L., What is the right supply chain for your product?, Harvard Business Review, March-April 1997
- Christopher, M., Logistics and Supply Chain Management, creating value-added networks, Prentice Hall, 2005
- Chopra, S. and Meindl, Supply Chain Management, Pearson Education, third edition, 2007

Supply Chain Business Game

Supply Chain Planspiel

Module Number | 88-021-SCM15-S-VL-0408

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Lecture

Participation Limit | 16

Creditable for | Compulsory elective (BA&OR, MARKT)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | ABWL, Supply Chain Management and Operations

Chair Owner | Prof. Dr. Heinrich Kuhn

Lecturer | Andreas Holzapfel

Learning Outcomes

Students

- analyse decisions and interrelationships in supply chain management.
- understand the influences and consequences of supply chain management decisions with the help of the company simulation "The Fresh Connection".
- acquire the ability for autonomous, academic self-study.
- can present theoretical contents in an application-oriented way.
- communicate in interdisciplinary teams.

Module Content

The module is an innovative combination of mediation of theoretical background knowledge, practice and experience using the supply chain simulation „The Fresh Connection“. The topics in detail:

- Basics and decision making in supply chain management
- Supplier Management
- Demand Management
- Capacity and Production Management
- Inventory Management and Planning
- Supply Chain Mapping and component characteristics
- Supply Chain Strategy
- Variables and KPI's on strategic and tactical level
- External Collaboration

Teaching Methods

- Lecture
- Web-based supply chain management simulation and learning environment
- Self study and group work with presentation of results

Grading

Presentations	100%
---------------	------

Assessment criteria in detail

Because of the mediation of competences and the interactive character of the module using the supply chain simulation „The Fresh Connection“ several group presentations are part of the evaluation:

- | | |
|---|-----|
| ▪ Introductory presentation for a supply chain topic (30 minutes) | 50% |
| ▪ Short presentation concerning decision alternatives (10 minutes) | 20% |
| ▪ Presentations of the decisions made within the respective rounds of the simulation, the lessons learnt and the results (15 minutes) | 30% |

Average Workload

60 h = Time of attendance lecture
60 h = Preparation and post processing lecture
30 h = Preparation of presentations
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Basic knowledge in production and logistics as well as inventory management is recommended

Readings

- Fisher, M.L., What is the right supply chain for your product?, Harvard Business Review, March-April 1997
- Christopher, M., Logistics and Supply Chain Management, creating value-added networks, Prentice Hall, 2005
- Chopra, S. and Meindl, Supply Chain Management, Pearson Education, third edition, 2007

Modulnummer | 88-021-TA10-H-0316
Abschluss des Studiengangs | Master
Semester | Sommer
Kurstyp | Vorlesung/Übung
Teilnehmerbeschränkung | keine
Anrechenbar für | Taxation (Pflicht); FACT (Wahlpflicht)
Unterrichtsstunden | 4 SWS
Leistungspunkte | 5 ECTS
Sprache | Englisch
Verantwortlicher Lehrstuhl | VWL, insb. Finanzwissenschaft
Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Dominika Langenmayr
Referent/in | Prof. Dr. Dominika Langenmayr

Lernziele/Kompetenzen

- Die Studierenden verfügen über ein breites und detailliertes Verständnis komplexer Steuerwirkungen.
- Studierende werden befähigt, steuerliche Regelungen kritisch zu diskutieren und zu bewerten.
- Nach Abschluss des Kurses können Studierende mit fortgeschrittenen Methoden der ökonomischen Analyse umgehen und diese auch auf andere Sachverhalte anwenden.

Modulinhalt

- Soziale Wohlfahrt und die Ziele der Regierung
- Besteuerung von Gütern und Dienstleistungen
- Optimale Einkommensbesteuerung
- Der Einfluss der Besteuerung auf das Risikoverhalten
- Steuerhinterziehung und Gegenmaßnahmen
- Kapital- und Unternehmensbesteuerung
- Internationaler Steuerwettbewerb

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Übung
- Diskussion
- Lektüre

Prüfungsmodalitäten

Klausur	100%
---------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Klausur (90 Minuten) am Ende des Semesters.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

28 h = Präsenzzeit Vorlesung
30 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
28 h = Präsenzzeit Übung
30 h = Vor- und Nachbereitung Übung
34 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Gute Mathematikkenntnisse (z.B. sicheres Lösen von Maximierungsproblemen)

Literatur

- J. Gruber, Public Finance and Public Policy, Worth Publishers, 2007 (2nd edition)
- J. Hindriks und G. D. Myles, Intermediate Public Economics, MIT Press, 2013 (2nd edition)
- G. D. Myles, Public Economics, Cambridge University Press, 2008

- B. Salanié, The Economics of Taxation, MIT Press, 2011 (2nd edition)

Tax Policy

Steuerpolitik

Module Number | 88-021-TA10-H-0316

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Lecture/Tutorial

Participation Limit | None

Creditable for | Mandatory (Taxation); Compulsory elective (FACT)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Economics, esp. Public Finance

Chair Owner | Prof. Dr. Dominika Langenmayr

Lecturer | Prof. Dr. Dominika Langenmayr

Learning Outcomes

- Students have a broad and detailed understanding for the complex effects of taxation.
- Students gain the ability to discuss and evaluate tax policies.
- After completing the course, the students are able to use advanced economic methods and can also apply them in different contexts.

Module Content

- Social welfare and the objectives of the government
- Taxation of goods and services
- Optimal income taxation
- Taxation and risk-taking
- Tax evasion and policy measures against it
- Capital and corporate taxation
- International tax competition

Teaching Methods

- Lecture
- Tutorial
- Discussion
- Guided Readings

Grading

Written exam	100%
--------------	------

Assessment criteria in detail

- Written exam (90 minutes) at the end of the term.

Average Workload

28 h = Time of attendance lecture
30 h = Preparation and postprocessing lecture
28 h = Time of attendance tutorial
30 h = Preparation and postprocessing tutorial
34 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Solid knowledge of mathematics (e.g. maximization problems)

Readings

- J. Gruber, Public Finance and Public Policy, Worth Publishers, 2007 (2nd edition)
- J. Hindriks und G. D. Myles, Intermediate Public Economics, MIT Press, 2013 (2nd edition)
- G. D. Myles, Public Economics, Cambridge University Press, 2008

- B. Salanié, The Economics of Taxation, MIT Press, 2011 (2nd edition)

Theorien und Strategien des Destinationsmanagements und -marketings

Theory and Strategy in Destination Management and Marketing

Modulnummer | 88-021-BR02-S-SE-0812

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht (Entrepreneurship, MARKT & TRP)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Lehrstuhl Tourismus

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Harald Pechlaner

Referent/in | Prof. Dr. Harald Pechlaner

Kompetenzen

Die Studierenden des Moduls werden:

- einen sachgerechten und kritischen Umgang mit grundlegenden Begriffen des Tourismusmanagements erlernen,
- werden ein vertieftes Verständnis für die speziellen Fragestellungen des Tourismussektors entwickeln,
- einen Einblick in die praktische Umsetzung ausgewählter Fragestellungen erhalten,
- lernen eigenständig Themen aus dem Bereich Tourismus zu bearbeiten,
- auf aktuelle Fragen des Tourismusmanagements sensibilisiert,
- mit Unternehmen und Akteuren in Kontakt gebracht, die sich aktiv in der Praxis mit den zuvor besprochenen Fragestellungen beschäftigen.

Modulinhalt

Die Studierenden sollen mit neuen und vor allem aktuellen Konzepten des Destinationsmanagements und -marketings konfrontiert werden. Ausgehend von neuen strukturellen Ansätzen des Destinationsmanagements geht es darum wesentliche Probleme und Perspektiven des Managements und Marketings von touristischen Dienstleistungen im Kontext moderner Ansätze verständlich zu machen. Ziel des Moduls ist es den Studierenden einen vertieften Einblick in die Grundlagen des strategischen Managements von Tourismusunternehmen zu geben. Darauf aufbauend besteht das Ziel der Veranstaltung darin, die Studierenden zu befähigen, auf der Grundlage von Methoden und Instrumenten des Destinationsmanagements Mittel- bis Langfriststrategien für die touristischen Anbieter zu formulieren.

Inhalt des Moduls sind ausgewählte Thematiken aus den unterschiedlichen Branchen und Industrien des Tourismus sowie das Hervorstellen der Vernetzung zwischen diesen Branchen und Industrien. Vertiefend werden die Zusammenhänge zwischen Destinations-, Standort- und Regionalmanagement diskutiert. Es wird die Theorie des Destinationsmanagements aufgearbeitet. Zudem werden ausgewählte Strategien des Managements traditioneller Destinationen und des Marketings sowie der Produkt- und Angebotsentwicklung in diesem Modul präsentiert und diskutiert.

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung/Seminar (4 SWS)

Prüfungsmodalitäten

Portfolio

100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Ausarbeitung und Vorstellung einer wissenschaftlichen Präsentation in Kleingruppen
- Gegenüberstellung und Diskussion der Präsentationsthemen unter aktivem Einbezug der Studierenden
- Reflexion der betrachteten Themen und gelernten Inhalte

Durchschnittlicher Arbeitsaufwand

60 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
30 h = Vor- und Nachbereitung Übung
60 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine

Literatur

- Literatur wird bekannt gegeben

Theory and Strategy in Destination management and -marketing

Theorien und Strategien des Destinationsmanagements und -marketings

Module Number | 88-021-BR02-S-SE-0812

Degree | Master

Semester | Summer

Type of Course | Lecture/Tutorial

Participation Limit | None

Creditable for | Compulsory elective (Entrepreneurship, MARKT & TRP)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Chair of Tourism

Chair Owner | Prof. Dr. Harald Pechlaner

Lecturer | Prof. Dr. Harald Pechlaner

Learning outcomes

The students of the module:

- will learn a proper and critical approach to basic concepts of tourism management,
- will develop a deeper understanding of the specific issues of the tourism sector,
- will get an insight into the practical implementation of selected questions,
- will independently learn to work on topics related to tourism,
- will be sensitized to current issues of tourism management,
- will get in contact with companies and players who actively engage in practice with the issues discussed above.

Module Content

The students should be confronted with new and above all current concepts of destination management and marketing. Based on new structural approaches of destination management, it is important to understand the main problems and perspectives of the management and marketing of tourism services in the context of modern approaches. The aim of the module is to give the students a deeper insight into the basics of strategic management of tourism companies. Based on this, the aim of the event is to enable students to formulate medium to long-term strategies for tourism providers on the basis of methods and instruments of destination management.

Contents of the module are selected topics from the different branches and industries of the tourism as well as the emergence of the cross-linking between these branches and industries. In addition, the connections between destination, location and regional management are discussed. The theory of destination management is worked up. In addition, selected strategies for the management of traditional destinations and marketing as well as product and offer development are presented and discussed in this module.

Teaching Methods

- Lecture/Tutorial (4SWS)

Grading

Housework	50%
Presentation performance	50%

Assessment criteria in detail

Presentation of theoretical principles and concepts by the speaker (frontal mediation); accompanying seminar, obligatory reading of selected publications on the topic of the event; interactive discussion, individual in-depth study of literature.

Average Workload

60 h = Preparation and postprocessing lecture
30 h = Preparation and postprocessing tutorial
60 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- None

Readings

- Literature is provided in the Opening Session.

The Science of Happiness: A Multi-Disciplinary and Multi-Cultural Approach to Happiness and Well-being

Modulnummer | 88-0021-WM05-H-0121

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Sommersemester

Kurstyp | Vorlesung/Tutorium (nur virtuelles Format)

Teilnehmerbeschränkungen | Keine

Anrechenbar für | Studium Pro Kurs oder Wahl

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Innovation and Creativity

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Shashi Matta

Referent/en | Prof. Dr. Shashi Matta, und internationale Gastprofessoren aus China, Dänemark, Indien, Singapur und den USA

Lernziele/Kompetenzen

Dieser Kurs über die Wissenschaft des Glücks richtet sich an Bachelor-Studenten, die einen multidisziplinären (Psychologie, Wirtschaft, Soziologie) und einen multikulturellen (Philosophie, Theologie) Ansatz für Glück und Wohlbefinden kennenlernen möchten. Die Hauptziele des Kurses sind:

- Lernen Sie Theorien über Glück und Wohlbefinden durch aktuelle Forschung und Wissenschaft aus verschiedenen Bereichen.
- Identifizieren Sie Faktoren, die das Glück und das Wohlbefinden in verschiedenen Umgebungen beeinflussen (berufliches / berufliches Leben, persönliches und soziales Leben, Konsumbereich).
- Verstehen die verschiedenen Dimensionen von Glück und subjektivem Wohlbefinden und wie sie zusammenhängen.
- Lernen Sie Theorien und Rahmenbedingungen zu Glück und Wohlbefinden aus verschiedenen Kulturen (Grundlagen aus Philosophie und Theologie zwischen den Kulturen).
- Fördern Sie kritisches Denken, emotionale Intelligenz und Kreativität als Fähigkeiten, die für persönliches und berufliches Glück und Wohlbefinden erforderlich sind.

Die Studierenden werden mehreren internationalen Gastprofessoren aus verschiedenen Bereichen ausgesetzt sein, die Themen im Zusammenhang mit Glück und Wohlbefinden erforschen / lehren. Der Kurs richtet sich an Studierende aus verschiedenen Programmen und beinhaltet und fördert daher die intellektuelle und funktionale Vielfalt. Die Schüler erwerben Soft Skills wie Teamwork und Kommunikation. Da die Vorlesungen und Tutorials auf Englisch gehalten werden, haben die Schüler die Möglichkeit, ihre Sprachkenntnisse in einem professionellen Umfeld zu verbessern.

Modulinhalt

Teil I: Einführung zu Glück und subjektives Wohlbefinden

- Das Konstrukt des Glücks: Definitionen aus mehreren Disziplinen
- Komponenten, die subjektives Wohlbefinden umfassen

Teil II: Glück und Wohlbefinden: Perspektiven aus der Psychologie

- Forschung über Glück und Wohlbefinden aus der Sicht der Kognitions- und Sozialpsychologie
- Glück und die Psychologie von Achtsamkeit, Dankbarkeit, Prosozialität und Zielen

Teil III: Fröhlichkeit und Wohlbefinden: Perspektiven aus Wirtschaft und Soziologie

- Was beeinflusst (und motiviert) das Glück als Arbeitnehmer und als Verbraucher?
- Die Beziehung zwischen Glück und Einkommen/ Reichtum

Teil IV: Kulturelle Annäherungen an das Glück: Perspektiven aus Philosophie und Theologie

- Eine historische Perspektive über das Streben nach Glück weltweit
- Übereinstimmende und abweichende Ansichten über Glück und Wohlergehen im Ost und West

Teil V: Messen von Glück

- Mehrere Ansätze zur Messung des Glücks
- UPenn Verzeichnis des authentischen Glücks, Messung des subjektiven Wohlbefindens, Index des Bruttonationalglücks

Teil VI: Gelebtes Glück

- Gestaltung von Interventionen für Glück und Wohlbefinden im persönlichen und beruflichen Umfeld
- Kultivierung von kritischem Denken, emotionale Intelligenz und Kreativität zum Glücklichen sein

Lehr- und Lernformen

- Vorlesung (virtuell, via Zoom)

- Tutorium (virtuell, via Zoom)

Prüfungsmodalitäten

Portfolio

100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Die Schüler müssen ein E-Portfolio einreichen, das Reflections and Habit Journal mit 10 Einträgen in einem vorgefertigten E-Formular von jeweils 1 Seite enthält.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

28 h = Anwesenheit: Vorlesungen
 28 h = Anwesenheit: Tutorien
 28 h = Vor- und Nachbereitung der Vorlesungen
 28 h = Vor- und Nachbereitung der Tutorien
 38 h = Vorbereitung des Portfolios
 150 h = Arbeitspensum insgesamt

Empfohlene Vorkenntnisse und Voraussetzungen laut Prüfungsordnung

- Die Teilnehmer müssen mindestens 3 Semester Bachelor-Studium absolviert haben.

Literatur

Spezifische Leseaufträge (aus ausgewählten Buchkapiteln und Artikeln aus hochrangigen Zeitschriften) zur Vorbereitung auf die einzelnen Kurse werden vor Kursbeginn im Lehrplan bekannt gegeben. Im Folgenden finden Sie eine Liste ausgewählter Leseaufträge für diesen Kurs.

Ausgewählte Kapitel aus folgenden Büchern:

- Lyubomirsky, S. (2007). *The How of Happiness: A Scientific Approach to Getting the Life you Want*. Penguin Press.
- Raghunathan, R. (2016). *If You're So Smart, Why Aren't You Happy?* Portfolio Press.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. (2009). *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. New York: Penguin Books.

Zeitschriftenartikel (alphabetisch nach Autoren geordnet):

- Bhattacharjee, A. & Cassie Mogilner, C. (2014). Happiness from Ordinary and Extraordinary Experiences. *Journal of Consumer Research*, 41(1), 1-17.
- Boyce, Christopher J., Brown, Gordon D. A., & Moore, Simon C. (2010). Money and Happiness: Rank of Income, Not Income, Affects Life Satisfaction. *Psychological Science*, 21(4), 471-474.
- Brown, K. W., & Ryan, R. M. (2003). The Benefits of Being Present: Mindfulness and its Role in Psychological Well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 822-848.
- Chancellor, J., Margolis, S. M., Jacobs Bao, K., & Lyubomirsky, S. (2018). Everyday Prosociality in the Workplace: The Benefits of Giving, Getting, and Glimpsing. *Emotion*, 18, 507-517.
- Dunn, E. W., Aknin, L. B., & Norton, M. I. (2008). Spending Money on Others Promotes Happiness. *Science*, 319, 1687-1688.
- Emmons, R. A., & McCullough, M. E. (2003). Counting Blessings versus Burdens: An Experimental Investigation of Gratitude and Subjective Well-being in Daily Life. *Journal of Personality & Social Psychology*, 88, 377-389.
- Helliwell, J. F., & Aknin, L. B. (2018). Expanding the Social Science of Happiness. *Nature Human Behavior*, 2, 248-252.
- Huppert, F. (2010). Happiness Breeds Prosperity. *Nature*, 464, 1275-1276.
- Kosaka, K. (2007). A Sociology for Happiness: Beyond Western versus Non-Western Perspectives. *Sociological Bulletin*, 56(3), 369-382.
- Lyubomirsky, S. (2011). Psychology: Holding on to Happiness. *Nature*, 471, 302-303.
- McMahon, D. M. (2008). The Pursuit of Happiness in History. In M. Eid & R. J. Larsen (Eds.), *The Science of Subjective Well-being* (pp. 80-93). New York: Guilford Press.
- Mogilner, C. (2010). The Pursuit of Happiness: Time, Money and Social Connection. *Psychological Science*, 21(9), 1348-1354.
- Myers, D. G. (2000). The Funds, Fiends, and Faith of Happy People. *American Psychologist*, 55, 56-67.
- Oishi, S., Kesebir, S., & Diener, E. (2011). Income Inequality and Happiness. *Psychological Science*, 22(9), 1095-1100.
- Reichardt, T. (2006). A Measure of Happiness. *Nature*, 444, 418-419.
- Rothbard, N. P., & Wilk, S. L. (2011). "Waking up on the Right or Wrong Side of the Bed: Start-of-Workday Mood, Work Events, Employee Affect, and Performance," *Academy of Management Journal*, 54(5), 959-980.
- Stone, A. A. (2006). Would you be happier if you were richer? A Focusing Illusion. *Science*, 312, 1908-1910.

- Tamir, M., Schwartz, S. H., Oishi, S., & Kim, M. Y. (2017). The Secret of Happiness: Feeling Good or Feeling Right? *Journal of Experimental Psychology: General*, 146 (10), 1448-1459.
- Urry, H. L., Nitschke, J. B., Dolski, I., Jackson, D. C., Dalton, K. M., Mueller, C. J. et al. (2004). Making a Life Worth Living: Neural Correlates of Well-being. *Psychological Science*, 15, 367-372.
- Whillans, A. V., Dunn, E. W., Smeets, P., Bekkers, R., & Norton, M. I. (2017). Buying Time Promotes Happiness. *Proceedings from the National Academy of Sciences*, 114. 8523-8527.

The Science of Happiness: A Multi-Disciplinary and Multi-Cultural Approach to Happiness and Well-being

Module Number | 88-0021-WM05-H-0121

Degree | Bachelor

Semester | Summer Semester

Course Type | Lecture/Tutorial (Virtual Only Format)

Creditable for | Studium Pro Course or an Elective

Participation Limit | None

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Innovation and Creativity

Chair Owner | Prof. Dr. Shashi Matta

Lecturer | Prof. Dr. Shashi Matta, and International Guest Professors from China, Denmark, India, Singapore and USA

Learning Outcomes

This course on The Science of Happiness is designed for Bachelor students who want exposure into a multi-disciplinary (Psychology, Business, Sociology) and a multi-cultural (Philosophy, Theology) approach to happiness and well-being. The main objectives of this course are to:

- Learn theories on happiness and well-being, through recent research and scholarship from multiple fields.
- Identify factors that influence happiness and well-being in diverse settings (professional / work life, personal and social life, the domain of consumption).
- Understand the different dimensions of happiness and subjective well-being and how they are related.
- Learn theories and frameworks on happiness and well-being from multiple cultures (underpinnings from philosophy and theology across cultures).
- Promote critical thinking, emotional intelligence, and creativity as skills required for personal and professional happiness and well-being.

Students will be exposed to multiple, international guest professors from different fields who research/ teach topics related to happiness and well-being. The course is designed for students from different programs and hence will include and promote intellectual and functional diversity. Students will gain soft skills such as teamwork and communication. As lectures and tutorials are held in English, students will have the opportunity to enhance their language skills in a professional setting.

Module Content

Part I: Introduction to Happiness and Subjective Well-being

- The Construct of Happiness: Definitions from Multiple Disciplines
- Components that Comprise Subjective Well-being

Part II: Happiness and Well-Being: Perspectives from Psychology

- Research on Happiness and Well-being from Cognitive and Social Psychology
- Happiness and the Psychology of Mindfulness, Gratitude, Prosociality, and Goals

Part III: Happiness and Well-Being: Perspectives from Business and Sociology

- What affects (and motivates) Happiness as Employees and as Consumers?
- The Relationship between Happiness and Income / Wealth

Part IV: Cultural Approaches to Happiness: Perspectives from Philosophy and Theology

- A Historical Perspective of Pursuing Happiness from Across the World
- Convergent and Divergent views on Happiness and Well-being from the East and the West

Part V: Measuring Happiness

- Multiple Approaches to Measuring Happiness
- UPenn Authentic Happiness Inventory, Subjective Well-Being Measurement, Gross National Happiness Index

Part VI: Living Happiness

- Designing Interventions for Happiness and Well-Being in Personal and Professional Settings
- Cultivating Critical Thinking, Emotional Intelligence and Creativity for Happiness

Teaching methods / course type

- Lecture (Virtual, via Zoom)
- Tutorial (Virtual, via Zoom)

Types of examination and grading

Portfolio

100%

Assessment criteria in detail

Students are required to submit an E-portfolio, which includes Reflections and Habit Journal with 10 Entries in a pre-designed E-Form of 1 Page each.

Workload

28 h = Time of attendance: Lectures
28 h = Time of attendance: Tutorials
28 h = Self-study pre-and-post Lectures
28 h = Self-study pre-and-post Tutorials
38 h = Portfolio preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites in accordance with examination regulation

- Participants must have completed a minimum of 3 semesters of bachelor studies.
-

Readings

Specific reading assignments (from select book chapters and articles from top-ranked journals), in preparation for each class, will be announced in the course syllabus prior to the start of the course. The following is a list of selected readings for this course.

Select Chapters from the Following Books:

- Lyubomirsky, S. (2007). *The How of Happiness: A Scientific Approach to Getting the Life you Want*. Penguin Press.
- Raghunathan, R. (2016). *If You're So Smart, Why Aren't You Happy?* Portfolio Press.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. (2009). *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. New York: Penguin Books.

Journal Articles (alphabetically ordered by authors):

- Bhattacharjee, A. & Cassie Mogilner, C. (2014). Happiness from Ordinary and Extraordinary Experiences. *Journal of Consumer Research*, 41(1), 1-17.
- Boyce, Christopher J., Brown, Gordon D. A., & Moore, Simon C. (2010). Money and Happiness: Rank of Income, Not Income, Affects Life Satisfaction. *Psychological Science*, 21(4), 471-474.
- Brown, K. W., & Ryan, R. M. (2003). The Benefits of Being Present: Mindfulness and its Role in Psychological Well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 822-848.
- Chancellor, J., Margolis, S. M., Jacobs Bao, K., & Lyubomirsky, S. (2018). Everyday Prosociality in the Workplace: The Benefits of Giving, Getting, and Glimpsing. *Emotion*, 18, 507-517.
- Dunn, E. W., Aknin, L. B., & Norton, M. I. (2008). Spending Money on Others Promotes Happiness. *Science*, 319, 1687-1688.
- Emmons, R. A., & McCullough, M. E. (2003). Counting Blessings versus Burdens: An Experimental Investigation of Gratitude and Subjective Well-being in Daily Life. *Journal of Personality & Social Psychology*, 88, 377-389.
- Helliwell, J. F., & Aknin, L. B. (2018). Expanding the Social Science of Happiness. *Nature Human Behavior*, 2, 248-252.
- Huppert, F. (2010). Happiness Breeds Prosperity. *Nature*, 464, 1275-1276.
- Kosaka, K. (2007). A Sociology for Happiness: Beyond Western versus Non-Western Perspectives. *Sociological Bulletin*, 56(3), 369-382.
- Lyubomirsky, S. (2011). Psychology: Holding on to Happiness. *Nature*, 471, 302-303.
- McMahon, D. M. (2008). The pursuit of happiness in history. In M. Eid & R. J. Larsen (Eds.), *The Science of Subjective Well-being* (pp. 80-93). New York: Guilford Press.
- Mogilner, C. (2010). The Pursuit of Happiness: Time, Money and Social Connection. *Psychological Science*, 21(9), 1348-1354.
- Myers, D. G. (2000). The Funds, Fiends, and Faith of Happy People. *American Psychologist*, 55, 56-67.
- Oishi, S., Kesebir, S., & Diener, E. (2011). Income Inequality and Happiness. *Psychological Science*, 22(9), 1095-1100.
- Reichardt, T. (2006). A Measure of Happiness. *Nature*, 444, 418-419.
- Rothbard, N. P., & Wilk, S. L. (2011). "Waking up on the Right or Wrong Side of the Bed: Start-of-Workday Mood, Work Events, Employee Affect, and Performance," *Academy of Management Journal*, 54(5), 959-980.
- Stone, A. A. (2006). Would you be Happier if you were Richer? A focusing illusion. *Science*, 312, 1908-1910.
- Tamir, M., Schwartz, S. H., Oishi, S., & Kim, M. Y. (2017). The Secret of Happiness: Feeling Good or Feeling Right? *Journal of Experimental Psychology: General*, 146 (10), 1448-1459.

- Urry, H. L., Nitschke, J. B., Dolski, I., Jackson, D. C., Dalton, K. M., Mueller, C. J. et al. (2004). Making a Life worth Living: Neural Correlates of Well-being. *Psychological Science*, 15, 367-372.
- Whillans, A. V., Dunn, E. W., Smeets, P., Bekkers, R., & Norton, M. I. (2017). Buying Time Promotes Happiness. *Proceedings from the National Academy of Sciences*, 114. 8523-8527.

Transportlogistik

Transportation Logistics

Modulnummer | 88-021-SCM20-H-0419

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung und Übung

Teilnehmerbeschränkung | keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht BA&OR und MARKT

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Juniorprofessur für Operations Management

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Pirmin Fontaine

Referent/in | Prof. Dr. Pirmin Fontaine

Lernziele/Kompetenzen

Studierende

- erlangen ein detailliertes und kritisches Verständnis von realen Fragestellungen der Transportlogistik
- sind in der Lage Transportlogistikprobleme mathematisch darzustellen
- können m. H. v. heuristischen und exakten Algorithmen die vorgestellten Logistikprobleme lösen
- interpretieren und beurteilen die Lösungen der verschiedenen Verfahren

Modulinhalt

- Grundlagen der Transportlogistik
- Transportproblem
- Rundreiseproblem
- Handlungsreisendenproblem
- Netzwerkplanung
- Hub-Location-Problem
- Facility Location Problem
- Praktische Anwendungen

Lehrmethoden

- Vorlesungen
- Übungen
- Schriftliche Ausarbeitungen

Prüfungsmodalitäten

Schriftliche Ausarbeitung	33%
Klausur (60 Minuten)	67%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Der Kurs vermittelt neben grundlegenden theoretischen Konzepten, Modellen und Methoden zu Themen der Transportlogistik auch deren praktischen Umsetzung im Zuge von praxisorientierten Fallstudien. Die Bearbeitung dieser Fallstudien erfordert eine schriftliche Ausarbeitung. Daher ist aus didaktischen Gründen neben einer Klausur auch ein schriftlicher Bericht über die Ergebnisse Fallstudie zwingend erforderlich. Die einzelnen Prüfungsleistungen setzen sich wie folgt zusammen:

- Klausur:
Prüfungszeit 60 Minuten über die theoretischen Konzepte, Modelle und Methoden zur Transport Logistik
- Fallstudie:
Bearbeitung einer Fallstudie im Rahmen einer Gruppenarbeit. Schriftlicher Bericht (Referat) zur Bearbeitung der Fallstudie.

Alle Teilprüfungsleistungen müssen bestanden werden und können nicht wiederholt werden.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

20 h = Präsenzzeit Vorlesung
20 h = Vor- und Nachbereitung der Vorlesung
16 h = Präsenzzeit Übung

32 h = Vor- und Nachbereitung der Übung
37 h = Anfertigen der Fallstudie
25 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Grundlagen der Mathematik und Statistik
- Grundsätzliches Problemverständnis für die in den betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen Produktion und Logistik bestehenden Entscheidungsprobleme (u.a. Organisationsprinzipien der Produktion, Produktionsprogrammplanung, Ressourceneinsatzplanung, Ablaufplanung und Produktionssteuerung).
- Theoretische Grundlagen der linearen Optimierung von Vorteil.

Literatur

- Domschke, W. (2007), Logistik: Transport, 5. Aufl., Oldenbourg
- Domschke, W., Scholl, A. (2010), Logistik: Rundreisen und Touren, 5. Aufl., Oldenbourg
- Domschke, W., Drexl, A. (1995), Logistik: Standorte, 4. Aufl., Oldenbourg
- Toth, P., Vigo, D. (2014), Vehicle Routing – Problems, Methods, and Applications, 2nd ed., Siam
- Ballou, R.H. (2004), Business Logistics/Supply Chain Management, 5th ed., Pearson

Transportation Logistics

Transportlogistik

Module Number | 88-021-SCM20-H-0419
Degree | Master
Semester | Summer term
Type of Course | Lecture and tutorial
Participation limit | None
Creditable for | Compulsory elective BA&OR and MARKT
Contact Hours | 4 SWS
Number of Credits | 5 ECTS
Language | English
Chair | Junior Professor for Operations Management
Chair Owner | Prof. Dr. Pirmin Fontaine
Lecturer | Prof. Dr. Pirmin Fontaine

Learning Outcomes

Students

- receive a detailed and critical input on real problem settings in the area of transportation logistics
- are able to formulate transportation problems mathematically
- achieve the ability to solve the introduced logistics problems using heuristics and exact algorithms
- interpret and analyze the solutions of the introduced methods

Module Content

- Transportation Problem
- Traveling Salesman Problem
- Vehicle Routing Problem
- Network Planning
- Hub-Location Problem
- Facility Location Problem
- Practical applications

Teaching Methods

- Lectures
- Exercises
- Assignments

Grading

Written report	33%
Written exam (60min)	67%

Assessment criteria in detail

The course teaches basic theoretical concepts, models, and methods of transportation logistics as well as their practical implementation within practice-oriented case studies. The processing of these case studies requires a written report. Therefore, for didactic reasons, a written report on the results of the case study is mandatory in addition to an exam. The individual exams are made up as follows:

- Written exam:
Examination time 60 minutes on the theoretical concepts, models and methods of transportation logistics.
- Case study:
Working on a case study in the context of a group work. Written report (paper) on the case study.

All partial performances must be passed and cannot be retaken

Average Workload

20 h = Time of attendance lecture
40 h = Preparation and postprocessing lecture
16 h = Time of attendance tutorial
32 h = Preparation and postprocessing tutorial
37 h = Assignment preparation

25 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Basic knowledge in Mathematics and Statistics
- Basic understanding of decision problems existing in the functional areas of production and logistics
- Theoretical understanding of linear optimization is an advantage

Readings

- Domschke, W. (2007), Logistik: Transport, 5. Aufl., Oldenbourg
- Domschke, W., Scholl, A. (2010), Logistik: Rundreisen und Touren, 5. Aufl., Oldenbourg
- Domschke, W., Drexl, A. (1995), Logistik: Standorte, 4. Aufl., Oldenbourg
- Toth, P., Vigo, D. (2014), Vehicle Routing – Problems, Methods, and Applications, 2nd ed., Siam
- Ballou, R.H. (2004), Business Logistics/Supply Chain Management, 5th ed., Pearson

Unternehmensethik

Advanced Business Ethics

Modulnummer | 88-021-ETH20-S-SE-0408.20181.001

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Ethikmodul; Pflicht (Digital Customer Experience & Service Design)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Lehrstuhl | Christliche Sozialethik und Gesellschaftspolitik

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. André Habisch

Referenten | Prof. Dr. André Habisch / Eva Vosen

Lernziele/ Kompetenzen

- Studierende des Moduls erlernen einen sachgerechten und kritischen Umgang mit grundlegenden Begriffen der Unternehmensethik. Sie richtet sich speziell an Studierende mit geringen Vorkenntnissen aus dem BA.
- Sie entwickeln ein Verständnis für die übergreifenden Zusammenhänge verschiedener Dimensionen verantwortlichen unternehmerischen Handelns im Kontext gesellschaftlicher Entwicklungen.
- Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden zudem über Grundkenntnisse von Konzepten wie Corporate Social Responsibility, Corporate Citizenship, Sustainability etc.
- Zur Erarbeitung dieser Kompetenzen soll die begleitende Übung wesentlich beitragen.

Modulinhalt

- Unternehmensethik als Disziplin angewandter Ethik: Begriffe, Paradigmen, Ansatzpunkte
- Unternehmen als Akteure und Resultat gesellschaftlicher Modernisierung: sozialwissenschaftliche Perspektiven
- Einzelwirtschaftliches Handeln und Dilemmasituationen in der Marktwirtschaft
- Unternehmen und unternehmerische Verantwortung im Kontext der Globalisierung
- Handlungsfelder verantwortlichen Unternehmenshandelns: CSR, Markenmanagement, Qualitätsmanagement, Beruf & Familie, Nachhaltigkeitsmanagement, gesellschaftliches Engagement (Corporate Citizenship), CSR Kommunikation und Nachhaltigkeitsberichterstattung

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Übung
- Diskussionen
- Fallstudien
- Kurzreferate
- Hausaufgaben
- Gastdozent

Prüfungsmodalitäten

Klausur

100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Das Modul wird durch eine Klausur (90 Minuten) abgeschlossen, die Multiple Choice wie auch Textfragen enthält. In der begleitenden Übung werden Fallstudien bearbeitet und Kurzpräsentationen gehalten.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

44 h = Präsenzzeit Vorlesung
66 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung (100% der Lehrveranstaltung)
40 h = Prüfungsvorbereitung und ggf. Kurzreferate
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Vorkenntnisse

- Keine oder geringe Vorkenntnisse aus dem BA Studium

Literatur

- Backhaus-Maul, H; Biedermann, C; Nährlich, S. & Polteraue, J. (Eds.) (2010) Corporate Citizenship in Deutschland. Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen. Bilanz und Perspektiven, 2. Auflage, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Crane, A. & Matten, D. (2010) Business ethics. Third Edition. Oxford: Oxford University Press.
- Gazdar, K.; Habisch, A., Kirchhoff, K.R. & Vaseghi, S. (Eds.) (2006) Erfolgsfaktor Verantwortung. Corporate Social Responsibility professionell managen, Berlin-Heidelberg: Springer.
- Habisch, A.; Schmidpeter, R. & Neuereiter, M. (Eds.) (2008) Handbuch Corporate Citizenship. Corporate Social Responsibility für manager, Berlin-Heidelberg: Springer.
- Habisch, A; Jonker, J.; Wegner, M. & Schmidpeter, R. (Eds.) (2005) Corporate Social Responsibility Across Europe. Discovering National Perspectives of Corporate Citizenship. Berlin-Heidelberg: Springer.
- Habisch, A.; Loza Adau, C. (2012) Entrepreneurial Spirit and the Role of Gratuitousness for Innovation, in D. Melé & C. Dierksmeier (Eds.) Human Development in Business: Values and Humanistic Management in the Encyclical Caritas in Veritate, Hampshire: Palgrave Macmillan, pp. 217-236.
- Habisch, A.; Loza Adau, C. (2013) Unentgeltlichkeit als Kategorie Sozialen Handelns: Gesellschaftlichen Engagement nach "Caritas in Veritate", in J. Althammer (Ed.) Caritas in Veritate: Katholische Soziallehre im Zeitalter der Globalisierung, Berlin: Duncker & Humblot, pp. 173-188.
- Kothe, G.; Holl, F. (2012) Verantwortungsvoller Konsum – Ein Problem asymmetrisch verteilter Information? in A. Schneider & R. Schmidpeter (Eds.) Corporate Social Responsibility, Berlin: Springer, pp. 663-679.
- McLean, B.; Elkind, P. (2004) The smartest guys in the room: The amazing rise and scandalous fall of ENRON, New York: Penguin.
- Melé, D. (2009) Business ethics in action. Seeking human excellence in organizations. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Melé, D. (2012) Management ethics. Placing ethics at the core of good management. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Painter-Morland, M. & ten Bos, R., (Eds.) (2011) Business ethics and continental philosophy, Cambridge: Cambridge University Press.
- Schneider, A. & Schmidpeter, R. (Eds.) Corporate Social Responsibility, Berlin: Springer.
- Spence, L.; Habisch, A. & Schmidpeter, R. (2004) Responsibility and Social Capital. The World of Small and Medium Sized Enterprises, Chippingham-New York: Palgrave Macmillan.
- Visser, W & Tolhurst, N (Eds.) (2010) The World Guide to CSR. A Country-by-Country Analysis of Corporate Sustainability and Responsibility, Sheffield: Greenleaf.

Advanced Business Ethics

Unternehmensethik

Module Number | 88-021-ETH20-S-SE-0408.20181.001

Degree | Master

Semester | Summer

Type of Course | Lecture/Tutorial

Participation Limit | None

Creditable for | Ethics; Mandatory (Digital Customer Experience & Service Design)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Christian Social Ethics and Social Policy

Chair Owner | Prof. Dr. André Habisch

Lecturer | Prof. Dr. André Habisch / Eva Vosen

Learning outcomes

- Students of this module learn a proper and critical approach to basic concepts of business ethics. The module aims specifically at students with limited ethical knowledge from previous modules.
- You will develop an understanding of different dimensions of responsible corporate behaviour in the context of social developments.
- After completing the module, students also possess basic knowledge of concepts such as corporate social responsibility, corporate citizenship, sustainability, etc.
- In order to develop these skills, the accompanying exercises will contribute significantly.

Module Content

- Business ethics as a discipline of applied ethics: concepts, paradigms, approaches.
- Companies as promoters and result of social modernization: sociological perspectives.
- Corporate action and dilemmas in the market economy.
- Business and corporate responsibility in the context of globalization.
- Areas of responsible corporate action: CSR, brand management, quality management, Work & Family, sustainability management, community involvement (Corporate Citizenship), CSR communication and sustainability reporting.

Teaching Methods

- Lectures
- Practical exercises
- Discussions
- Case Studies
- Short presentations
- Homework
- Guest lecturer

Grading

Exam	100%
------	------

Assessment criteria in detail

The module concludes with a written examination that includes multiple choice as well as essay questions. In the accompanying tutorial case studies will be processed and short presentations held.

Average Workload

44 h = Time of attendance lecture
66 h = Preparation and postprocessing lecture (100% of the course)
40 h = Exam preparation and, if short presentations
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- No or limited ethical knowledge is required from earlier modules.

Readings

- Backhaus-Maul, H; Biedermann, C; Nährlich, S. & Polterauer, J. (Eds.) (2010) Corporate Citizenship in Deutschland. Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen. Bilanz und Perspektiven, 2. Auflage, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Crane, A. & Matten, D. (2010) Business ethics. Third Edition. Oxford: Oxford University Press.
- Gazdar, K.; Habisch, A., Kirchhoff, K.R. & Vaseghi, S. (Eds.) (2006) Erfolgsfaktor Verantwortung. Corporate Social Responsibility professionell managen, Berlin-Heidelberg: Springer.
- Habisch, A.; Schmidpeter, R. & Neuereiter, M. (Eds.) (2008) Handbuch Corporate Citizenship. Corporate Social Responsibility für manager, Berlin-Heidelberg: Springer.
- Habisch, A; Jonker, J.; Wegner, M. & Schmidpeter, R. (Eds.) (2005) Corporate Social Responsibility Across Europe. Discovering National Perspectives of Corporate Citizenship. Berlin-Heidelberg: Springer.
- Habisch, A.; Loza Adauí, C. (2012) Entrepreneurial Spirit and the Role of Gratuitousness for Innovation, in D. Melé & C. Dierksmeier (Eds.) Human Development in Business: Values and Humanistic Management in the Encyclical Caritas in Veritate, Hampshire: Palgrave Macmillan, pp. 217-236.
- Habisch, A.; Loza Adauí, C. (2013) Unentgeltlichkeit als Kategorie Sozialen Handelns: Gesellschaftlichen Engagement nach "Caritas in Veritate", in J. Althammer (Ed.) Caritas in Veritate: Katholische Soziallehre im Zeitalter der Globalisierung, Berlin: Duncker & Humblot, pp. 173-188.
- Koths, G.; Holl, F. (2012) Verantwortungsvoller Konsum – Ein Problem asymmetrisch verteilter Information? in A. Schneider & R. Schmidpeter (Eds.) Corporate Social Responsibility, Berlin: Springer, pp. 663-679.
- McLean, B.; Elkind, P. (2004) The smartest guys in the room: The amazing rise and scandalous fall of ENRON, New York: Penguin.
- Melé, D. (2009) Business ethics in action. Seeking human excellence in organizations. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Melé, D. (2012) Management ethics. Placing ethics at the core of good management. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Painter-Morland, M. & ten Bos, R., (Eds.) (2011) Business ethics and continental philosophy, Cambridge: Cambridge University Press.
- Schneider, A. & Schmidpeter, R. (Eds.) Corporate Social Responsibility, Berlin: Springer.
- Spence, L.; Habisch, A. & Schmidpeter, R. (2004) Responsibility and Social Capital. The World of Small and Medium Sized Enterprises, Chippingham-New York: Palgrave Macmillan.
- Visser, W & Tolhurst, N (Eds.) (2010) The World Guide to CSR. A Country-by-Country Analysis of Corporate Sustainability and Responsibility, Sheffield: Greenleaf.

Umsatzsteuerrecht

Value Added Tax (VAT)

Modulnummer | 88-021-TX03-0917

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung

Teilnehmerbeschränkung | keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht Taxation, Wahlpflicht FACT

Unterrichtsstunden | Blockkurs (entspricht 1 SWS)

Leistungspunkte | 2,5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL und Betriebswirtschaftliche Steuerlehre

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Reinald Koch

Referent/in | StBin Sandra Zölch

Lernziele/Kompetenzen

- Aufgrund der Höhe des Steueraufkommens und der Betrugsanfälligkeit ist die Umsatzsteuer in den vergangenen Jahren zunehmend in den Fokus der Finanzbörden sowie der Unternehmen gerückt.
- Studierende des Kurses lernen die Grundzüge des deutschen Umsatzsteuerrechts kennen und entwickeln ein Verständnis für die praktischen Herausforderungen im Bereich Umsatzsteuer für nationale und internationale Unternehmen.
- Studierende erwerben Techniken zur Lösung von umsatzsteuerlichen Sachverhalten und deren eigenständige Übertragung auf neue Sachverhalte. Dabei erlernen sie auch den Umgang mit den einschlägigen Rechtsquellen.
- Nach Abschluss des Kurses verfügen die Studierenden über das notwendige Wissen, umsatzsteuerliche Fragestellungen zu lösen.

Modulinhalt

- Unternehmer und Organschaft
- Lieferungen (Ort der Lieferung, Reihengeschäfte, innergemeinschaftliche Lieferung, Ausfuhr)
- Sonstige Leistungen (Leistungsaustausch, Schadenersatz etc.)
- Steuerschuldner, Steuerentstehung und Bemessungsgrundlage
- Vorsteuerabzug, Umsatzsteuer und Lohnsteuer
- Compliance: Umsatzsteuer-Voranmeldung, Umsatzsteuererklärung etc.
- Besonderheiten Real Estate, M&A inkl. Geschäftsveräußerung im Ganzen

Lehrmethoden

- Vorlesung
- Fallstudie

Prüfungsmodalitäten

- Präsentation zu einer Fragestellung und Diskussion

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

In Arbeitsgruppen ist eine Präsentation zu einer vorgegebenen Fragestellung (z.B. aktuelle Rechtsprechung, Fragestellung Mandant, Sachverhalt Betriebsprüfung) auszuarbeiten, vorzustellen und zu diskutieren.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

- 16 h = Präsenzzeit Vorlesung
- 16 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
- 35 h = Bearbeitung Fallstudie
- 8 h = Präsenzzeit Abschlusspräsentation
- 75 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Keine

Literatur

- Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben

Value Added Tax (VAT)

Umsatzsteuerrecht

Module Number | 88-021-TX03-0917

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Lecture

Participation Limit | none

Course Category | Compulsory elective Taxation, Compulsory elective FACT

Contact Hours | Block Course (corresponds to 1 hour per week)

Number of Credits | 2,5 ECTS

Language | German

Chair | Tax Management

Chair Owner | Prof. Dr. Reinald Koch

Lecturer | StBin Sandra Zölch

Learning Outcomes

- Taking into consideration the high tax revenue regarding VAT and the vulnerability to fraud, tax authorities as well as enterprises more and more focused on VAT in the course of the last years.
- Students attending this course will learn the basics regarding German VAT law and develop an understanding of the practical VAT challenges for national and international companies.
- Students gain the ability to solve VAT related business cases including the application of their knowledge to new cases. Moreover, they learn how to handle the relevant texts regarding VAT.
- After attending the course, students will have gained the necessary knowledge to solve VAT issues.

Course Content

- Entrepreneurship and VAT Group
- Supplies of goods (place of supply, chain transactions, intra-Community supplies, export supplies)
- Services (exchange of services, compensation etc.)
- Taxpayer, date of taxation, tax base
- Input VAT refund
- Compliance: preliminary VAT returns, annual VAT returns etc.
- Specifics concerning real estate, M&A (including transfer of business as a going concern)
- VAT and wage tax

Teaching Methods

- Lecture
- Case Study

Grading

- Presentation about a specific topic and discussion

Assessment criteria in detail

In working groups, a presentation on a given question (e.g. current case law, client request, audit request) is to be prepared, presented and discussed

Average Workload

16 h = Time of attendance lecture
16 h = Preparation and postprocessing lecture
35 h = Preparation case study
8 h = Time of attendance final presentation
75 h = Total workload

Prerequisites

- None

Readings

- Literature is provided in the Opening Session

Umwandlungsrecht

Commutation Law

Modulnummer | 88-021-WR07-S-VL-0408

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht (Entrepreneurship, FACT)

Unterrichtsstunden | 2 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Bürgerliches Recht, Zivilprozessrecht und Insolvenzrecht

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. iur. Christian Heinrich

Referent/in | Prof. Dr. iur. Christian Heinrich

Kompetenzen

- Studierende des Moduls erlernen einen sachgerechten und kritischen Umgang mit grundlegenden Begriffen des Umwandlungsrechts.
- Ziel ist es, ein Verständnis für übergreifende Zusammenhänge im Umwandlungsrecht zu entwickeln.
- Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über fundierte Kenntnisse des Umwandlungsrechts.

Modulinhalt

- Die Vorlesung vertieft die Grundlagen und Besonderheiten des Umwandlungsrechts.

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung

Prüfungsmodalitäten

Klausur (90 Minuten)

100%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- In der Klausur am Ende des Semesters wird anhand von Theoriefragen und Fallaufgaben der erlernte Stoff geprüft.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

26 h = Präsenzzeit Vorlesung
100 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
24 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Privatrecht I und II
- Handels- und Gesellschaftsrecht

Literatur

- Literaturhinweise werden zu Beginn des Semesters erteilt.

Commutation Law

Umwandlungsrecht

Module Number | 88-021-WR07-S-VL-0408
Degree | Master
Semester | Summer
Course Type | Lecture
Participation Limit | None
Creditable for | Compulsory elective (Entrepreneurship, FACT)
Contact Hours | 2 SWS
Number of Credits | 5 ETCS
Language | German
Chair | Civil Law, Litigation Law und Insolvency Law
Chair Owner | Prof. Dr. iur. Christian Heinrich
Lecturer | Prof. Dr. iur. Christian Heinrich

Learning Outcomes

- Students will learn an appropriate and critical handling of basic terms of Commutation Law.
- The main target is to establish an understanding of the overall context.
- After a successful finish of the module, the students will acquire a comprehensive knowledge of Commutation Law.

Module Content

- Module deepens the basics and specifics of Commutation Law.

Teaching Methods

- Lecture

Grading

Final exam (90 minutes)	8	100%
-------------------------	---	------

Assessment criteria in detail

- There will be a final written exam at the end of the semester including theoretical questions and cases.

Average Workload

26 h = Time of attendance lecture
100 h = Preparation and postprocessing lecture
24 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Private Law I and II
- Commercial Law and Partnership Law

Readings

- Recommendations will be given at the beginning of the semester.

Umwandlungssteuerrecht

Restructuring of Organizations

Modulnummer | 88-021-TA03-S-VLUE-0408

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Jedes Sommersemester

Kurstyp | Vorlesung

Teilnehmerbeschränkung | keine

Anrechenbar für | Wahlpflichtteil

Unterrichtsstunden | 2 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL und Betriebswirtschaftliche Steuerlehre

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Reinald Koch

Referent/in | Prof. Dr. Reinald Koch

Lernziele/Kompetenzen

- Studierende des Kurses entwickeln ein Verständnis für die bei Änderungen der Rechtsform und der Beteiligungsverhältnisse in Unternehmen anfallenden steuerlichen und außersteuerlichen Fragestellungen.
- Studierende erweitern ihre Fähigkeiten, Informationen zu strukturieren, zu bearbeiten und richtig zu interpretieren. Dabei erlernen sie die Anwendung der einschlägigen Rechtsquellen, deren Kommentierungen als auch den entsprechenden Urteilen und Verwaltungsanweisungen.
- Nach Abschluss dieser Veranstaltung verfügen die Studenten über Kenntnisse der steuerlichen Konsequenzen von in der Praxis verbreiteten Umstrukturierungsmaßnahmen und können diese zur Beurteilung auch komplexerer Sachverhalte anwenden.

Modulinhalt

- Überblick zum Umwandlungsrecht
- Verschmelzung von Kapitalgesellschaften auf Personengesellschaften
- Verschmelzung von Kapitalgesellschaften
- Spaltung von Kapitalgesellschaften
- Einbringung in Kapital- und Personengesellschaften

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung mit zahlreichen Übungsbeispielen

Prüfungsmodalitäten

Klausur	100%
---------	------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Klausur am Ende des Semesters

Arbeitsaufwand (in Stunden)

28 h = Präsenzzeit Vorlesung
56 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
0 h = Präsenzzeit Übung
0 h = Vor- und Nachbereitung Übung
66 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Ertragsteuerrecht I oder ein vergleichbarer Kurs wird empfohlen
- Unternehmenssteuerrecht oder ein vergleichbarer Kurs wird empfohlen

Literatur

- Literatur wird bekannt gegeben

Restructuring of Organizations

Umwandlungssteuerrecht

Course Number | 88-021-TA-03-S-VLUE-0408

Degree | Master

Semester | Every summer term

Course Type | Lecture

Participation Limit | none

Course Category | Compulsory optional

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Tax Management

Chair Owner | Prof. Dr. Reinald Koch

Lecturer | Prof. Dr. Reinald Koch

Learning Outcomes

- Students of this course achieve knowledge of fundamental tax and non-tax issues arising in the case of changes of a company's legal form and changes in the ownership structure.
- Students strengthen their abilities in structuring, editing and interpreting information. In doing so, they learn how to handle the relevant legal texts, decisions and administrative instructions.
- After attending this course students will have gained competences in the fiscal consequences of commonly used types of reorganization and will be able to apply their knowledge to assess the consequences of (complex) business cases.

Module Content

- Overview
- Merger of corporations into partnerships
- Merger of corporations
- Demerger of corporations
- Contributions in corporations and partnerships

Teaching Methods

- Lecture with numerous exercise examples

Grading

Final exam	100%
------------	------

Assessment criteria in detail

- Written exam at the end of semester

Average Workload

28 h = Time of attendance lecture
56 h = Preparation and postprocessing lecture
0 h = Time of attendance tutorial
0 h = Preparation and postprocessing tutorial
66 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- German Income Tax I or a similar course is recommended
- Taxation of enterprises or a similar course is recommended

Readings

- Literature is provided in the Opening Session

Wirtschaftliches Prüfungswesen

Internal and external auditing

Modulnummer | 88-021-AC05-S-VL-0408

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht (FACT)

Unterrichtsstunden | 2 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL, Controlling und Wirtschaftsprüfung

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Max Götsche

Referent/in | Prof. Dr. Max Götsche

Lernziele/Kompetenzen

- Diese Veranstaltung gibt den Studierenden einen vertiefenden Einblick in die Konzepte und Prinzipien des wirtschaftlichen Prüfungswesens.
- Studierende des Kurses erlernen einen sachgerechten und kritischen Umgang mit fortgeschrittenen Prüfungstechniken unter besonderer Berücksichtigung des risikoorientierten Prüfungsansatzes.
- Studierende entwickeln ein Verständnis für die übergreifenden Zusammenhänge der Teildisziplinen des wirtschaftlichen Prüfungswesens (Prüfungsgegenstand, Prüfungstechnik, Prüfungsgrundsätze und der Rechnungslegung).
- Darüber hinaus erhalten die Studierenden einen Überblick über den Stand der empirischen Wirtschaftsprüfungsforschung (u.a. Prüfungshonorare, Unabhängigkeit, Ethik).
- Nach Abschluss des Kurses verfügen die Studierenden über die Kompetenz, Fragenstellungen aus dem Bereich Wirtschaftsprüfung in fachlicher und ethischer Hinsicht bearbeiten zu können.

Modulinhalt

- Einleitung und Grundlagen der Wirtschaftsprüfung
- Corporate Governance
- Internes Kontrollsystem/Risikofrüherkennungssystem
- Analytische Prüfungshandlung
- Einzelfallprüfung
- Dolose Handlungen
- Prüfungshonorare
- Unabhängigkeit
- Ethik

Lehr-/Lernformen

- Interaktive Vorlesung
- Bearbeitung von Case-Studies

Prüfungsmodalitäten

Klausur (90 Minuten)	100 %
----------------------	-------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Klausur am Ende des Semesters

Arbeitsaufwand (in Stunden)

21 h = Präsenzzeit Vorlesung
56 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
73 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Grundkenntnisse im Bereich Prüfungslehre/Wirtschaftsprüfung

Literatur

- Wirtschaftsprüfer-Handbuch Bd1, hrsg. vom IDW, aktuelle Auflage; Prüfungsstandards des IDW; HGB
- Weitere Literatur wird in der Vorlesung bekanntgegeben.

Internal and external auditing

Wirtschaftliches Prüfungswesen

Module Number | 88-021-AC05-S-VL-0408

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Lecture

Participation Limit | none

Course Category | Compulsory

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Business Administration, Auditing and Management Accounting

Chair Owner | Prof. Dr. Max Götttsche

Lecturer | Prof. Dr. Max Götttsche

Learning Outcomes

- This course familiarizes students with the concepts and principles of internal and external auditing.
- Students attending this course learn a proper and critical handling of advanced auditing techniques, with particular focus on the risk-oriented auditing approach.
- Students develop an understanding of the interdependencies regarding the sub-disciplines of auditing (audit object, auditing technique, auditing principles and financial reporting).
- Furthermore, students receive an overview of current empirical auditing research (e.g., audit pricing, auditor independence, ethics).
- After attending this course student will have gained the necessary knowledge and ethical competence to solve auditing issues.

Module Content

- Introduction and basics of auditing
- Corporate Governance
- Internal audit / Early-Risk-Management-System
- Analytical inspection procedure
- Individual Auditing
- Fraud
- Audit Pricing & Auditor Independence
- Ethics

Teaching Methods

- Interactive Lecture
- Working on case studies

Grading

Final exam	100 %
------------	-------

Assessment criteria in detail

- Written exam at the end of semester

Average Workload

21 h = Time of attendance lecture
56 h = Preparation and postprocessing lecture
73 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Basic knowledge in auditing

Readings

- Wirtschaftsprüfer- Handbuch Bd1, hrsg. vom IDW, latest edition; Prüfungsstandards des IDW; HGB

- Additional reading is announced during the lecture

Advanced Economic Ethics

Wirtschafts- und Unternehmensethik

Module Number | 88-021-ETH20-S-SE-0408

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Seminar

Participation Limit | 15

Creditable for | Ethics

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Economic and Business Ethics

Chair Owner | Prof. Dr. Jörg Althammer

Lecturer | Prof. Dr. Jörg Althammer

Learning Outcomes

- In this lecture students get in-depth knowledge of the theories and methods of normative economic ethics. It covers the basics of welfare economics and the economic theory of distributive justice.
- The module enables students to perceive ethical problems at an economy-wide level, to analyze them and to develop appropriate solutions.

Module Content

- Social Choice and Welfare Economics
- Economic Theory of distributive justice
- Game Theory and Economic Ethics

Teaching Methods

- Introduction to the subject by lectures
- Presentation of results by students
- Group discussions

Grading

Term paper / essay	80%
Oral presentation	20%

Assessment criteria in detail

Work performance will be mainly evaluated by means of a term paper (about. 15 pages). However, a presentation in combination with the term paper is necessary due to the goals of this class.

Average Workload

20 h = Time of attendance lecture
20 h = Preparation and postprocessing lecture
110 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Basic knowledge in economic theory

Readings

- Sen. A. (1988): On Ethics and Economics, Oxford.
- Gaertner, W. (2006): A Primer in Social Choice Theory, Oxford.
- Ng, Y-K. (2004): Welfare Economics. Towards a More Complete Analysis, New York.

Zeitreihenanalyse

Time Series Analysis

Modulnummer | 88-021-OM01-H-0408

Abschluss des Studienganges | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | 19*

Anrechenbar für | Wahlpflicht (FACT, BA&OR, MARKT)

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Deutsch

Verantwortlicher Lehrstuhl | Statistik und Quantitative Methoden

Lehrstuhlinhaber/in | Prof. Dr. Ulrich Küsters

Referenten | Prof. Dr. Ulrich Küsters und Mitarbeiter

Lernziele/Kompetenzen

- Die Studierenden besitzen die methodische Kompetenz und Theoriebasis und können damit wichtige praxisrelevante statistische Verfahren der Zeitreihenanalyse benennen und erklären.
- Die Studierenden können ausgewählte Verfahren mit Hilfe einer statistischen Softwareumgebung wie R anwenden, berechnen und deren Ergebnisse interpretieren.
- Anhand der wichtigen konzeptionellen und theoretischen Erweiterungen der Methoden der Zeitreihenanalyse, die beispielsweise in der Kapitalmarkttheorie und zur Schätzung von Marktreaktionsfunktionen im Marketing benötigt werden, eignen sich die Studierenden die Kompetenzen an, problemorientiert und kontextbezogen zu entscheiden.

Modulinhalt

- ARIMA-Modelle im Detail (Box-Jenkins-Modelle)
 - Modelle
 - Schätzung
 - Unit-Root-Tests (Bestimmung der Integrationsordnung d)
 - Modellidentifikation (Bestimmung der Ordnungsparameter p und q)
 - Modellevaluation und Residuendiagnostik
 - Prognoseformeln und Konfidenzintervalle
- Überblick über saisonale ARIMA-Modelle
- Überblick über ARIMA-Modelle und Regression
 - Interventionsmodelle
 - Transferfunktionen
 - Ausreißerdiagnostik
- Überblick über ARCH- und GARCH-Modelle

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Übung

Prüfungsmodalitäten

Klausur	100 %
---------	-------

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- Klausur am Ende des Semesters

Arbeitsaufwand (in Stunden)

28 h = Präsenzzeit Vorlesung
28 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
28 h = Präsenzzeit Übung
28 h = Vor- und Nachbereitung Übung
38 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand insgesamt

Empfohlene Vorkenntnisse

- Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler
 - Deskriptive Statistik und Wahrscheinlichkeitstheorie
 - Induktive und Multivariate Statistik
 - Erwünscht ist der Besuch einer der Kurse
 - Angewandte statistische Methoden ODER
 - Statistische Prognoseverfahren
-

Literatur

- Küsters, U. (2015): Zeitreihenanalyse: Box-Jenkins-Modelle. KUE.
- Cryer, J.D. und Chan, K.-S. (2008): Time Series Analysis: With Applications in R. Springer.
- Wei, W.W.S. (2006): Time Series Analysis: Univariate and Multivariate Methods. 2. Auflage. Addison-Wesley.
- Diebold, F.X. (2007): Elements of Forecasting. 4. Auflage. Thomson-South Western.

*Beschränkung aufgrund bestehender Kapazitäten in den PC Pools.

Time Series Analysis

Zeitreihenanalyse

Module Number | 88-021-OM01-H-0408

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Lecture and Exercise

Participation limit | 19*

Creditable for | Compulsory elective (FACT, BA&OR, MARKT)

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | German

Chair | Statistics and Quantitative Methods

Chair Owner | Prof. Dr. Ulrich Küsters

Lecturer | Prof. Dr. Ulrich Küsters and Assistants

Learning Outcomes

- Students develop the methodical expertise and theoretical knowledge base to name and explain practically relevant statistical techniques in the field of time series.
- Students can apply and calculate selected techniques using the statistical software environment R as well as interpret the respective results.
- By learning the fundamental conceptional and theoretical extensions of time series techniques, for example in the field of capital market theory and marketing, students develop the necessary skills to decide in a problem-centered way related to the context.

Module Content

- ARIMA - Models in detail (Box-Jenkins-Methodology)
 - Models
 - Estimation
 - Unit-Root-Tests
 - Model identification
 - Model evaluation and residual diagnostics
 - Forecasting formulas and confidence intervals
- Overview about Seasonal ARIMA models
- Overview about ARIMA models and regression
 - Intervention analysis
 - Transfer functions
 - Outlier detection
- Overview about ARCH and GARCH models

Teaching Methods

- Lecture and Reading

Grading

Final exam	100%
------------	------

Assessment criteria in detail

- Written exam at the end of semester

Average Workload

28 h = Time of attendance lecture
28 h = Preparation and postprocessing lecture
28 h = Time of attendance tutorial
28 h = Preparation and postprocessing tutorial
38 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Mathematics for Business
- Descriptive Statistics and Probability Theory
- Statistical Inference and Multivariate Statistics
- Participation of one of the following courses
 - Applied Statistics OR
 - Business Forecasting

Readings

- Küsters, U. (2015): Zeitreihenanalyse: Box-Jenkins-Modelle. KUE.
- Cryer, J.D. und Chan, K.-S. (2008): Time Series Analysis: With Applications in R. Springer.
- Wei, W.W.S. (2006): Time Series Analysis: Univariate and Multivariate Methods. 2te Auflage. Addison-Wesley.
- Diebold, F.X. (2007): Elements of Forecasting. 4te Auflage. Thomson-South Western.

*Limit due to capacity restriction in computer pools.

Gestión Empresarial en España y Latinoamérica

Aktuelle Wirtschaftsthemen aus Spanien & Lateinamerika

Modulnummer | 82-021-KUG10-S-UE-0507.20161.001

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Sommer

Kurstyp | Übung

Teilnehmerbeschränkung | 15

Anrechenbar für | Wahl

Unterrichtsstunden | 3 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Spanisch

Verantwortlich | Zentrum für Wirtschaftssprachen

Verantwortliche/r | Lawrence Diederich

Referent/in | Yolanda Gabás

Lernziele/Kompetenzen

In diesem Modul

- erweitern Studierende den bereits vorhandene Fachvokabelschatz in der Zielsprache
- erwerben Studierende sprachliche Mittel für Diskussionen und Präsentationen auf Niveau B2+/C1

Modulinhalt

- Modulinhalt sind tagesaktuelle Wirtschaftsthemen aus Spanien und Lateinamerika

Lehr-/Lernformen

- Interaktiv

Prüfungsmodalitäten

Mündliche Prüfung	50%
Schriftliche Prüfung	50%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Die Abschlussnote ergibt sich aus

- der Quantität und Qualität der mündlichen Mitarbeit
- einer Klausur mit einem Text zu einem aktuellen Wirtschaftsthema
- einer Präsentation zu einem aktuellen Wirtschaftsthema

Aufgrund der Kompetenzorientierung des Moduls ist die Kombination von Teilprüfungen zwingend notwendig.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

39 h = Präsenzzeit Übung
59 h = Vor- und Nachbereitung Übung
52 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Wirtschaftsspanisch I & II o.ä., Niveau B2+

Literatur

- Wird im Unterricht besprochen

Gestión Empresarial en España y Latinoamérica

Current Business Issues in Spain and Latin America

Module Number | 82-021-KUG10-S-UE-0507.20161.001

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Practical course

Participation limit | 15

Creditable for | Optional

Contact Hours | 3 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | Spanish

Chair | Center for Business Languages

Responsible Person | Lawrence Diederich

Lecturer | Yolanda Gabás

Learning Outcomes

In this module students

- expand their business vocabulary
- acquire and practice advanced structures for discussions and presentations (level B2+/C1)

Module Content

- Current business topics from Spain and Latin America.

Teaching Methods

- Interactive

Grading

Oral Exam	50%
Written Exam	50%

Assessment criteria in detail

The final grade is based on

- the quantity and quality of classroom contribution
- an exam on a current business topic
- a professional presentation on a current topic

Due to skills orientation this module requires oral and written exam components.

Average Workload

39 h = Time of attendance exercise
59 h = Preparation and postprocessing exercise
52 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Business Spanish I & II or equivalent; skill level B2+

Readings

- To be announced in class

Interkulturelle Kommunikation

Intercultural Communication

Modulnummer | 82-021-KUG12-S-UE-0507.20161.001

Abschluss des Studiengangs | Master

Semester | Jedes Semester

Kurstyp | Übung

Teilnehmerbeschränkung | 15

Anrechenbar für | Wahlpflicht (MARKT, Entrepreneurship)

Unterrichtsstunden | 2 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlich | Zentrum für Wirtschaftssprachen

Verantwortliche/r | Lawrence Diederich

Referent/in | Lawrence Diederich

Lernziele/Kompetenzen

Die Studierenden

- erkennen kulturelle Unterschiede mithilfe relevanter Theorien und Konzepte (culture general)
- reflektieren unterschiedliche kulturelle Werte, Erwartungen und Verhaltensweisen von Amerikanern und Deutschen im Wirtschaftsleben (culture-specific).
- erwerben interkulturelle Kompetenz durch Reflektion eigener Werte und Verhaltensweisen
- verbessern ihre Interaktionskompetenz im Austausch mit internationalen Kommilitonen.

Modulinhalt

- Kultur
- Stereotypen und Kulturschock
- Kultur und Konfliktlösungen
- Kultur und gender
- Deutsche und amerikanische Wertestrukturen
- Deutsch-amerikanische Teams
- Deutsch-amerikanische Verhandlungen und Besprechungen.

Lehr-/Lernformen

- Interaktiv

Prüfungsmodalitäten

Mündliche Prüfung	40%
Schriftliche Prüfung	30%
Termpaper	30%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Die Abschlussnote ergibt sich aus

- der Quantität und Qualität der mündlichen Mitarbeit
- einer Klausur über die behandelten Themen
- einem termpaper (10 Seiten) zu einem selbstgewählten und relevanten Thema

Aufgrund der Kompetenzorientierung des Moduls ist die Kombination von Teilprüfungen zwingend notwendig.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

26 h = Präsenzzeit Übung
52 h = Vor- und Nachbereitung Übung
72 h = Prüfungsvorbereitung/ Paper
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Wirtschaftsentgisch I & II o.ä., Niveau B2+

Literatur

- Wird im Unterricht besprochen

Intercultural Communication

Interkulturelle Kommunikation

Module Number | 82-021-KUG12-S-UE-0507.20161.001

Degree | Master

Semester | Every term

Course Type | Practical course

Participation limit | 15

Creditable for | Compulsory elective (MARKT, Entrepreneurship)

Contact Hours | 2 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | Center for Business Languages

Responsible Person | Lawrence Diederich

Lecturer | Lawrence Diederich

Learning Outcomes

This module helps students to

- analyze and understand cultural differences with the help of relevant concepts and terminology
- reflect different values, expectations, and behavior of Americans and Germans in the
- acquire intercultural competence via self-reflection and feedback in practical exercises
- hone their interpersonal skills together with international students

Module Content

- The concept of culture
- Stereotypes
- Culture shock
- Culture and conflict
- Culture and gender
- German and American values
- German-American Teams
- German-American Meetings and Negotiations

Teaching Methods

- Interactive

Grading

Oral Exam	40%
Written Exam	30%
Term paper	30%

Assessment criteria in detail

The final grade is based on

- the quantity and quality of classroom contribution
- a written exam on the materials covered in class
- a ten-page term paper on a relevant intercultural topic

Due to skills orientation this module requires oral and written exam components.

Average Workload

26 h = Time of attendance exercise
52 h = Preparation and postprocessing exercise
72 h = Exam preparation/ Paper
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Business English I & II or equivalent; skill level B2+

Readings

- To be announced in class

La gestion de l'entreprise

French for Management

Modulnummer | 82-021-KUG05-S-UE-0507.20161.001
Abschluss des Studiengangs | Master
Semester | Sommer
Kurstyp | Übung
Teilnehmerbeschränkung | 15
Anrechenbar für | Wahl
Unterrichtsstunden | 3 SWS
Leistungspunkte | 5 ECTS
Sprache | Französisch
Verantwortlich | Zentrum für Wirtschaftssprachen
Verantwortliche/r | Lawrence Diederich
Referent/in | Martine Kowalski

Lernziele/Kompetenzen

In diesem Modul erwerben Studierende

- Begriffe des Unternehmensmanagements in der Zielfachsprache
- Interaktionskompetenzen durch regelmäßige Gruppenarbeit
- Reflexionskompetenz durch extensives Feedback
- grundlegende interkulturelle Kompetenzen

Modulinhalt

Das Modul beschäftigt sich mit unterschiedlichen Managementkonzepten und -techniken und die dafür notwendigen sprachlichen Mittel. (Niveau C1).

Lehr-/Lernformen

- Interaktiv

Prüfungsmodalitäten

Mündliche Teilnahme	20%
Klausur	30%
Präsentation	50%

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Die Abschlussnote ergibt sich aus

- der Quantität und Qualität der mündlichen Mitarbeit
- einer Klausur mit einem Text zu einem aktuellen Wirtschaftsthema
- einer Präsentation zu einem aktuellen Wirtschaftsthema

Aufgrund der Kompetenzorientierung des Moduls ist die Kombination von Teilprüfungen zwingend notwendig.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

39 h = Präsenzzeit Übung
59 h = Vor- und Nachbereitung Übung
52 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Wirtschaftsfranzösisch I & II o.ä., Niveau B2+

Literatur

- Wird im Unterricht besprochen

French for Management

La gestion de l'entreprise

Module Number | 82-021-KUG05-S-UE-0507.20161.001

Degree | Master

Semester | Summer

Course Type | Practical course

Participation limit | 15

Creditable for | Optional

Contact Hours | 3 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | French

Chair | Center for Business Languages

Responsible Person | Lawrence Diederich

Lecturer | Martine Kowalski

Learning Outcomes

This module helps students to

- acquire the lexis necessary for management in the target language
- improve self-reflection competence due to substantial feedback
- hone social skills during group work with fellow students
- develop basic intercultural sensitivity

Module Content

This module covers both the necessary language functions as well as skills and techniques which are helpful when managing in the target language. Students give presentations in class, and these presentations are treated as professional situations (level C1).

Teaching Methods

- Interactive

Grading

Oral contribution	20%
Written Exam	30%
Presentation	50%

Assessment criteria in detail

The final grade is based on

- the quantity and quality of classroom contribution
- a written exam
- a professional presentation

Due to skills orientation this module requires oral and written exam components.

Average Workload

39 h = Time of attendance exercise
59 h = Preparation and postprocessing exercise
52 h = Exam preparation
150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Business French I & II or equivalent; skill level B2+

Readings

- To be announced in class