



Modulkatalog Betriebswirtschaftslehre Sommersemester M.Sc.

WFI

3. Februar 2025

Inhaltsverzeichnis

Advanced Consulting Case	4
Advanced Topics in Marketing	6
Algorithmen und Datenstrukturen	9
Analytisches Customer Management	12
Behavioral Finance	15
Business Ethics	20
Business Model & Strategy	23
Change Management	26
Data Analytics Challenge	29
Digital Finance Seminar	32
Digitales Marketing	35
Erbschaftsteuer und Bewertungsrecht	38
Einführung in Reinforcement Learning	40
Empirical Finance	43
Entrepreneurial Networks and Start-up Management	46
Europäisches und internationales Handels- und Wirtschaftsrecht	48
Europäisches Wirtschaftsrecht	50

Fallstudien im Internationalen Management	52
Forschungsprojekt Marketing	55
Forschungs-Projektstudium	58
Innovation and Creativity in Individuals, Teams, and Organizations (Prof. Dr. Shashi Mat- ta)	61
Innovation und Produktentwicklung im Tourismus: Gegenwärtige Theorie und Praxis am Beispiel von Sharing Economy, China Outbound Tourismus, Boutique Hotels und Expe- rience Design	66
Insolvenzrecht	69
Kapitalgesellschaftsrecht, Konzernrecht, europäisches und internationales Gesellschafts- recht	71
Kapitalmarktorientierte Rechnungslegung	74
Kostenmanagement	76
Masterarbeit	79
MA-Seminar „Aktuelle Fragen der Unternehmensbesteuerung“	81
Management und Strategien von Automobil-Unternehmen	83
Modellierung und Analyse von Retail Operations	86
Multinationale Unternehmen und ihre Besteuerung	89
Projekt im Dienstleistungs- und Innovationsmanagement	92
Return on Service Management & Customer Experience	96
Risikomanagement	100
Seminar Accounting & Controlling	102
Seminar: Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung	104
Seminar Finance and Banking B	106
Seminar Internationales Management	109

Seminar Operations Research	112
Seminar zum Supply Chain Management	115
Seminar zum strategischen Management	118
Service Analytics	120
Service Operations	123
Social Innovation I: Basics and Concept Development	126
Steuerpolitik in Wissenschaft und Praxis: Eine Exkursion ins politische Berlin	129
Stochastische Modelle	132
Strukturgestaltungen im Konzern	135
Supply Chain Planspiel	137
Tax Policy	140
Theorien und Strategien des Destinationsmanagements und -marketings	143
Transfer-Modul: Innovative Produktentwicklung mit externen Partnern	146
Transportlogistik	149
Umsatzsteuerrecht	152
Umwandlungsrecht	155
Umwandlungssteuerrecht	157
Unternehmensethik	159
Wirtschaftliches Prüfungswesen	163
Wirtschafts- und Unternehmensethik	166
WIRTSCHAFTSSPRACHEN	169
Aktuelle Wirtschaftsthemen aus Spanien & Lateinamerika	169
Interkulturelle Kommunikation	171
La gestion de l'entreprise	174

Advanced Consulting Case

Modultitel	Advanced Consulting Case
Modultitel Englisch	Advanced Consulting Case
Modulnummer	88-021-UF03-S-VL-0408
Niveau	Master
Turnus des Angebots	WiSe und SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
Beteiligte Fachgebiete	ABWL, Organisation und Personal
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Max Ringlstetter / Prof. Dr. Andrej Vizjak
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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.*

Inhalte und Themen:

- *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.*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Seminar (SE)(4 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Zwischenpräsentation / Endpräsentation / Management Summary*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *Kontakt-/Selbststudium in der Vorlesung: 1 ECTS-Punkt(e), entspricht 30 Stunden*
- *regelmäßige und aktive Teilnahme: 1 ECTS-Punkt(e), entspricht 30 Stunden*
- *Vor- und Nachbereitung (umfasst Studienleistungen): 1,5 ECTS-Punkt(e), entspricht 45 Stunden*
- *Vorbereitung Leistungsnachweis: 1,5 ECTS-Punkt(e), entspricht 45 Stunden*
- *Summe: 5 ECTS-Punkte entspricht 150 Stunden*

Modulnote:

- *Leistungsnachweis*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

-

Bemerkungen: -

Advanced Topics in Marketing

Modultitel	Advanced Topics in Marketing
Modultitel Englisch	Advanced Topics in Marketing
Modulnummer	88-021-MS30-H-0221
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	Jedes Semester
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL, Absatzwirtschaft und Marketing
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Joachim Büschken
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

Kompetenzen: *Die Teilnehmer:*

- *vertiefen ihr Wissen über wissenschaftliche Marketingtheorie,*
- *vertiefen ihre Fähigkeit, aktuelle Forschungsbeiträge zu Kernbereichen des Marketings 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.*

Inhalte und Themen: *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.

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *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.*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Seminar*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Portfolio*
- *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 selbständig zu erschließen und dass er/sie dieses Wissen zu Marketing als unternehmerischer Funktion in Beziehung setzen kann.*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

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

Modulnote:

- *Referat (50%)*
- *Hausarbeit (50%).*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen:

- *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*

Algorithmen und Datenstrukturen

Modultitel	Algorithmen und Datenstrukturen
Modultitel Englisch	Algorithms and Data Structures
Modulnummer	88-021-MG06-H-0408
Niveau	Bachelormodul
Turnus des Angebots	SoSe oder Wise
Geberstudiengang	B.Sc. Data Science
Institutionelle Verankerung	Mathematisch-Geographische Fakultät
Beteiligte Fachgebiete	ABWL, Supply Chain Management und Operations innerhalb der WWF, Mathematik, Data Science
Modulverantwortlich	Marcel Oliver
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

Kompetenzen: *Die Studierenden*

- *können die Funktion von Algorithmen erklären und deren Eigenschaften analysieren.*
- *können einfache Algorithmen entwickeln und in einer Programmiersprache implementieren.*
- *erkennen wichtige Algorithmen und Datenstrukturen zum Sortierproblem und Suchen sowie für graphbasierte Problemstellungen und können diese an Beispielen anwenden.*
- *können die Grundlagen objektorientierter Programmierung erläutern und anwenden.*
- *kennen algorithmische Paradigmen und können diese an Beispielen erläutern.*

Inhalte und Themen:

- *Eigenschaften von Algorithmen, z. B. Effizienz, Komplexität, Rekursion*
- *Datenstrukturen Array, Liste, Baum und Graph*
- *Sortier- und Suchalgorithmen*
- *Graph-Algorithmen*
- *Grundlagen der objektorientierten Programmierung*
- *Algorithmische Paradigmen Primärliteratur: Goodrich/Tamassia/Godwasser: Data Structures and Algorithms in Python*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Grundlagen von Informationssystemen, Software Engineering – Programming*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung (2 SWS)*
- *Übung (2 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Klausur oder mündliche Prüfung*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

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

Modulnote:

- *Leistungsnachweis.*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *MA Betriebswirtschaftslehre*
- *Bachelor-Studiengang Digital and Data-Driven Business (D3B)*
- *B.Sc. Mathematik*

Bemerkungen:

- *In Absprache mit dem Dozenten kann als Prüfungssprache deutsch gewählt werden*

Analytisches Customer Management

Modultitel	Analytisches Customer Management
Modultitel Englisch	Analytisches Customer Management
Modulnummer	88-021-MS21-H-0408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL, Absatzwirtschaft und Marketing
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Joachim Büschken
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS-Punkte

Kompetenzen:

- *Diese Veranstaltung beschäftigt sich mit dem Management von Akquisition und Neukunden, sowie mit dem Management langfristiger Kundenbindung von profitablen Kunden aus Sicht der Unternehmung. Alle zentralen Themen des Kundenmanagements werden vor dem Hintergrund der Maximierung des Wertes der Kundenbasis („Customer Equity“). Folglich befinden sich Kundenakquisition, Kundenbindung sowie wertorientierte Kundenmigration im Zentrum des Kundenmanagements.*
- *Das Ziel dieser Veranstaltung ist daher die Vermittlung der methodischen Konzepte des Kundenmanagements sowie deren Anwendung auf eine Vielzahl von marktrelevanten Problemen durch das Erlernen der notwendigen Fähigkeiten.*

Inhalte und Themen:

- *Einführung in das Kundenmanagement*
- *Customer Lifetime Value und die Implikationen auf das wertorientierte Kundenmanagement*
- *Wertorientierte Kundenakquisition und Neukundenmanagement*
- *Der ökonomische Wert von Kunden*
- *Kundenbindung – Voraussetzungen, Implikationen und Instrumente*
- *Kundenwertmodellierung, Balance zw. Kundenakquisition und Kundenbindung*

- *Kundenmigration*
- *Wechselkosten und Kundenwert – zwei Seiten der gleichen Medaille?*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Zur Erreichung des Modulziels werden zusätzlich zu der angegebenen Literatur Harvard Fallstudien bearbeitet. Diese Fallstudien reichen dabei über verschiedene Unternehmen aus verschiedenen Ländern, die auf unterschiedlichen Märkten tätig sind. Daher nehmen die individuelle Bearbeitung entsprechender Fallstudien bzw. Übungsaufgaben und deren detaillierte, gemeinsame Diskussion im Kurs breiten Raum ein. Veranstaltungsdauer innerhalb des Moduls, sofern sich diese über mehr als ein Semester erstreckt, mit turnusmäßigem Beginn der oder des jeweiligen Veranstaltung(s)typs)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Klausur (90 Minuten)*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *36 h = Präsenzzeit Vorlesung*
- *54 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung und Übung*
- *60 h = Prüfungsvorbereitung*
- *150 h = Arbeitsaufwand gesamt*

Modulnote:

- *Klausur (100%)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen: -

Bemerkungen: -

Behavioral Finance

Modultitel	Behavioral Finance
Modultitel Englisch	Behavioral Finance
Modulnummer	88-021-WM03-H-0120
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre B.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	VWL, insb. Makroökonomik
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Simon Wiederhold
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

Kompetenzen:

- *Seit über 50 Jahren dominiert die neoklassische Kapitalmarkttheorie unser Verständnis für die Abläufe an Finanzmärkten. Sie hat eine Vielzahl von Konzepten und Modellen hervorgebracht und basiert ganz wesentlich auf der Annahme eines streng rational handelnden Homo Oeconomicus. Diese Vorlesung möchte Studierenden eine komplementäre verhaltenswissenschaftliche Sicht auf die Finanzmärkte vermitteln. Die hier betrachteten Marktteilnehmer setzen bei der Entscheidungsfindung begrenzt rationale Heuristiken ein und lassen sich von emotionalen Einflüssen lenken.*
- *Zunächst wird den Studierenden ein Überblick über die Standardmodelle der Kapitalmarkttheorie gegeben: Erwartungsnutzentheorie, Capital-Asset-Pricing-Model (CAPM), Efficient Market Hypothesis, und Prinzipal-Agenten-Theorie.*
- *Studierenden lernen die theoretischen und empirischen Schwächen der neoklassischen Finanzmarkttheorie kennen, bspw. Spekulationsblasen als Anzeichen für wiederkehrende und anhaltende Marktanomalien. Studierenden wird hier insbesondere die Grundlage der Entscheidungsfindung aus Sicht der Behavioral Finance nähergebracht: Die Prospect Theory als Alternative zur traditionellen Erwartungsnutzentheorie. Studierende werden verstehen, wie zum einen über die S-förmige Wertfunktion die Einstellung des Marktteilnehmers zum Risiko beschrieben wird, zum anderen über die Gewichtungsfunktion objektive Wahrscheinlichkeiten entsprechend subjektiver Ansichten transformiert werden.*
- *Studierende lernen die kognitiven und emotionalen Heuristiken kennen, die die Komplexität der Informationsaufnahme und Entscheidungsfindung verringern, jedoch den Marktteilnehmern die*

objektive Sichtweise auf den Kapitalmarkt erschweren.

- *Studierenden wird vermittelt, wie diese begrenzt rationalen Verhaltensweisen die individuellen Finanzmarktentscheidungen beeinflussen (z.B. familiarity bias und availability bias).*
- *Studierende erhalten Einsichten in die verhaltenswissenschaftlichen Grundlagen der Entstehung von Aktienkursen, die sich durch ökonomischen Fundamentalfaktoren nur ungenügend erklären lassen (z.B. Dow Jones Crash 1987 und Finanzkrise 2008).*
- *Studierende lernen ebenfalls begrenzt rationale Verhaltensweisen im Rahmen der Unternehmensführung kennen. Es werden die Treiber für begrenzt rationale Verhaltensweisen, wie z.B. die Selbstüberschätzung von Managern, besprochen und ihre Auswirkungen auf die Entwicklung der Gesamrentabilität von Unternehmen eingeordnet. Zudem werden Studierende bestimmte unternehmerische Aktivitäten aus der Sichtweise der Behavioral Finance betrachten und erkennen dadurch, wie stark sich psychologische Einflüsse auf Unternehmensentscheidungen auswirken können. In diesem Zusammenhang werden auch die praktischen Auswirkungen irrationalen Verhaltens auf die Arbeit des Controllers beleuchtet (Behavioral Controlling).*
 - *Anhand eines praxisorientierten Gastvortrags von Mitarbeitern von PwC erhalten die Studierenden dabei auch einen Einblick in Verhaltensmuster und Denkweisen unterschiedlicher Stakeholder (Banken, Unternehmer, Eigenkapitalgeber, Arbeitnehmer etc.) im Verlauf unternehmerischer Krisen, bis hin zur extremsten Krisenform, der Insolvenz. Daran anschließend erarbeiten die Studierenden im Rahmen einer Case Study selbst Restrukturierungspotenziale für ein in die Krise geratenes Unternehmen.*
- *Studierende lernen die neue Forschungsrichtung „Neuro-Finance“ kennen, welche die Zielsetzung verfolgt, die Ursachen für begrenzt rationale Verhaltensweisen auf Basis der Hirnforschung zu ergründen.*

Inhalte und Themen:

- *Grundlagen der neoklassischen Kapitalmarkttheorie*
 - *Erwartungsnutzentheorie*
 - *CAPM, Efficient Market Hypothesis, und Prinzipal-Agenten-Theorie*
- *Theoretische Grundlagen der Behavioral Finance*
 - *Prospect Theory*
 - *Framing, and Mental Accounting*
- *Psychologische Grundlagen der Behavioral Finance*

- *Heuristiken und kognitive Verzerrungen*
- *Selbstüberschätzung*
- *Verhalten von Investoren*
 - *Implikationen von Heuristiken für Kapitalmarktentscheidungen*
 - *Implikationen von Selbstüberschätzung für Kapitalmarktentscheidungen*
- *Verhaltenswissenschaftliche Erklärungen für Finanzmarktanomalien*
- *Corporate Finance*
 - *Verhalten von Managern und Unternehmenslenkern*
 - *Verhaltensorientiertes Controlling*
 - *Case Study PwC*
- *Neuere Entwicklungen in der Behavioral Finance: Neuro-Finance*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Grundlegende Kenntnisse in Mikroökonomie und Finanzmärkten*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung*
- *Übung*
- *Case Study*
 - *Auf der Basis eines Praxisbeispiels werden die Studierenden aufgefordert, aus Sicht eines Beratungsunternehmens die verschiedenen Bedürfnisse der Stakeholder bei der Rettung eines in die Krise geratenen Unternehmens gerecht zu werden.*

- Neben der Erarbeitung fachlicher Inhalte sollen die Studierenden ihre Team- und Organisationsfähigkeit unter Beweis stellen.
- Durch den praktischen Aufbau der Fallstudie (Arbeit in PowerPoint und Excel) und der Vorstellung der Arbeitsergebnisse ggü. den verschiedenen Stakeholdern werden zudem die Soft Skills der Studierenden gefördert.

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Klausur (90 Minuten)

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- 28 h = Präsenzzeit Vorlesung
- 30 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
- 28 h = Präsenzzeit Übung
- 30 h = Vor- und Nachbereitung Übung (inkl. der Bearbeitung der Fallstudie)
- 30 h = Prüfungsvorbereitung
- 146 h = Arbeitsaufwand gesamt

Modulnote:

- Klausur (100 %)

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
- Business & Psychology M.Sc.
- Taxation M.Sc.

Bemerkungen:

- Main readings:
 - Ackert, Lucy F. und Richard Deaves (2010). Behavioral Finance Psychology, Decision-Making, and Markets. Cengage Learning.

- *Weitere Literatur*

- *Burton, Edwin und Sunit Shah (2013). Behavioral Finance: Understanding the Social, Cognitive, and Economic Debates. Wiley.*
- *Daxhammer, Rolf J. und Máté Facsar (2012). Behavioral Finance. UVK Verlagsgesellschaft mbH. (auf Deutsch)*

Business Ethics

Modultitel	Business Ethics
Modultitel Englisch	Business Ethics
Modulnummer	88-021-CO04-H-0120.20221.001
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	Business Ethik, insb. Corporate Governance
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Kai Sandner
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

Kompetenzen:

- *Vertiefung des Verständnisses der ethischen Dimension in der Betriebswirtschaftslehre sowie der Grundlagen der Wissenschaftstheorie*
- *Kritische Reflektion von und Auseinandersetzung mit Normen und Werten in betriebswirtschaftlichen Fragestellungen und Inhalten*
- *Überblick über und Bewertung von verbreiteten Ansätzen der Unternehmensethik*
- *Anwendung der analytischen Unternehmensethik auf ausgewählte Funktionen und Bereiche in Unternehmen*

Inhalte und Themen:

- *Stellung der Unternehmensethik zur Betriebswirtschaftslehre – eine Teildisziplin von Ethik und Betriebswirtschaftslehre?*
 - *Allgemeine Grundlagen unternehmensethischer Analyse*
 - *Wissenschaftsverständnis in der Betriebswirtschaftslehre*
 - *Analyse des Verhältnisses zwischen Ethik und Betriebswirtschaftslehre*
 - *Notwendigkeit der expliziten Einbeziehung unternehmensethischer Fragestellungen und Konzepte in die Betriebswirtschaftslehre*
- *Grundlagen der Unternehmensethik*

- Empirische Erkenntnisse zur Verankerung von Normen und Werthaltungen
- Philosophische Konzepte zur Begründung von Normen und Werten
- Überblick über wichtige unternehmensethische Ansätze
- Konzept der analytischen Unternehmensethik und ausgewählte Anwendungsfelder in Unternehmen
 - Untersuchungszwecke und -felder der analytischen Unternehmensethik
 - Ethische Analyse der Corporate Governance
 - Ethische Analyse im Führungssystem von Unternehmungen
 - Ethische Fragestellungen im betrieblichen Leistungssystem

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- Keine

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- Keine

Lehr- und Prüfungssprache:

- Deutsch

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- Vorlesung (VL) (2 SWS)
- Kontrollfragen und Diskussionen

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: [Klausur]

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- 28 h = Präsenzzeit Vorlesung
- 72 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung inkl. Literaturrecherche

- 50 h = Prüfungsvorbereitung
- 150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Modulnote:

- Klausur 100 %

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- Taxation (M.Sc.)
- Business and Psychology (M.Sc.)

Bemerkungen:

- Keine

Business Model & Strategy

Modultitel	Business Model & Strategy
Modultitel Englisch	Business Model & Strategy
Modulnummer	88-021-UF15-H-0221
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL, Organisation und Personal
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Max Ringlstetter
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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.*

Inhalte und Themen:

- *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.*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Hilfreich: erste Erfahrungen in Praktika gesammelt*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Seminar (4 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Portfolio*
- *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.*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

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

Modulnote:

- Portfolio (100%)

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- Taxation M.Sc.

Bemerkungen:

- Teilnahmebeschränkung: 15
- 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.

Change Management

Modultitel	Change Management
Modultitel Englisch	Change Management
Modulnummer	88-021-UF04-H-0408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL, Organisation und Personal
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Max Ringlstetter
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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*

Inhalte und Themen:

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

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung*
- *Vorträge*
- *Diskussionen*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Die Studierenden erarbeiten eine praxisbezogene Fragestellung selbständig und präsentieren die Zwischenergebnisse in regelmäßigen Arbeitstreffen. Hier werden die Ergebnisse hinsichtlich der Inhalte und die Vorgehensweise Struktur bewertet. Die abschließende Projektpräsentation wird nach gleichen Kriterien bewertet.*
- *Die Teilung der Prüfungsleistung dient dem Erlernen projektarbeitsspezifischer Kompetenzen und der Entzerrung der Prüfungsbelastung.*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *50 h = Präsenzzeit Seminar*
- *100 h = Eigenständige Ausarbeitung Case Studies*
- *150 h = Arbeitsaufwand gesamt*

Modulnote:

- *Portfolio*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Keine*

Bemerkungen:

- *Teilnehmerbeschränkung: max. 25*

Data Analytics Challenge

Modultitel	Data Analytics Challenge
Modultitel Englisch	Data Analytics Challenge
Modulnummer	88-021-MG09-H-0221
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL und Wirtschaftsinformatik
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Setzer
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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.

Inhalte und Themen: *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.

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *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.*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Projektarbeit (3 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Portfolio
- Präsentation: 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. (je 30 Minuten)
- Ausarbeitung: 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). (5-10 Seiten pro Teilnehmer, zzgl. Code)

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

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

Modulnote:

- Präsentation (40%)
- Ausarbeitung (60%)

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- Taxation M.Sc.

Bemerkungen:

- Teilnahmebeschränkung 15
- Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben

Digital Finance Seminar

Modultitel	Digital Finance Seminar
Modultitel Englisch	Digital Finance Seminar
Modulnummer	88-021-FI21-H-0223
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	-
Modulverantwortlich	Prof. Dr. David Streich
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

Kompetenzen:

- *Durch die Bearbeitung aktueller Forschungsthemen aus dem Bereich Digital Finance erlangen die Studentinnen und Studenten umfassende Kenntnisse im Umgang mit wissenschaftlichen Studien und fortgeschrittenen empirischen Methoden, der selbständigen Anfertigung einer wissenschaftlichen Arbeit sowie angewandte Kenntnisse digitaler Lösungen im Finanz- und Kapitalmarktbereich*
- *Darüber hinaus erlangen die Studentinnen und Studenten beim Verfassen der Seminararbeiten sowie beim Präsentieren und Verteidigen ihrer Ergebnisse wichtige Soft Skills*

Inhalte und Themen:

- *In diesem Modul bearbeiten Studenten ein Forschungsthema anhand aktueller und hochqualitativer Literatur. Sie schreiben in Einzelarbeit eine wissenschaftliche Arbeit und stellen diese Ihren Kommilitonen zur Diskussion vor.*
- *Die zu bearbeitenden Themen kommen dabei primär aus dem Bereich Digital Finance (bspw. Kryptowährungen, Blockchain, Analytics, FinTech)*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch / Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Seminar (SE) (3 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Paper / Präsentationen / Diskussionsbeteiligung*
 - *Erstellung einer Hausarbeit in deutscher oder englischer Sprache im Umfang von 15 Seiten*
 - *Präsentation der Ergebnisse der Arbeit unter Zuhilfenahme zeitgemäßer Medien (Dauer: 45 Minuten) in der Sprache der Hausarbeit*
 - *Verteidigung der eigenen Ergebnisse und aktive Beteiligung an der Diskussion im Plenum (Dauer: 15 Minuten)*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *5 Stunden = Kick-Off Veranstaltung*
- *12 Stunden = Themenbesprechung, Gliederungsbesprechung und Diskussion mit dem Betreuer*
- *108 Stunden = Anfertigung der schriftlichen Arbeit*
- *25 Stunden = Präsentation & Teilnahme am Blockseminar inklusive Vorbereitung*
- *150 h = Arbeitsaufwand gesamt*

Modulnote:

- *Hausarbeit 50%*
- *Vortrag 40%*
- *Diskussionsbeiträge 10%*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Keine*

Bemerkungen:

- *Die relevante Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben.*

Digitales Marketing

Modultitel	Digitales Marketing
Modultitel Englisch	Digital Marketing
Modulnummer	88-021-MS33-H-0123
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	BWL, insb. Digitales Marketing
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Robin-Christopher Ruhnau
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

Kompetenzen:

- *Im Rahmen der Veranstaltung setzen sich die Studierenden mit den Herausforderungen auseinander, die die Digitalisierung für das Marketingmanagement und die Marketingstrategie mit sich bringt. Die Studierenden sollen dabei sowohl technologische als auch analytische Kompetenzen erwerben.*
- *Im Rahmen der Veranstaltung, lernen die Studierenden verschiedene technologische Entwicklungen, Technologiebegriffe und Phänomene der Digitalisierung kennen, entwickeln ein Verständnis dafür, wie sich das operative Marketing mit der Digitalisierung verändert und wie Digitalisierung aus einer operativen Marketingperspektive gemanagt werden kann. Lernen die Studierenden, welche strategischen Einflüsse die Digitalisierung auf das Marketing hat, welche digitalen Marketing- und Marktstrategien es gibt und wie Unternehmen diese umsetzen können.*
- *Am Ende des Kurses kennen und verstehen die Studierenden die wichtigsten technologischen Entwicklungen und Einflüsse der Digitalisierung. Außerdem sind sie mit den wichtigsten operativen und strategischen Managementmethoden des digitalen Marketing vertraut. Die Studierenden verfügen dabei über methodisch-analytische Kenntnisse, diese Methoden auf unterschiedliche Unternehmen und Marktgegebenheiten zu übertragen und das Ergebnis zu interpretieren.*
- *Im Rahmen der zugehörigen Übung wenden die Studierenden das erlernte Vorlesungswissen an. Einerseits werden dabei erlernte Methoden und Berechnungen selbstständig durchgeführt. Hierbei werden die methodisch-analytischen Kenntnisse gefördert. Andererseits erarbeiten die Studierenden im Team Fallstudien zu praxisnahen Fällen aus dem Bereich des digitalen Marketing. Die Studierenden präsentieren und reflektieren ihre Lösung gegenüber alternativen Lösungen. Dies*

trägt zu einer Verbesserung der Team- und Konfliktlösungsfähigkeit bei. Außerdem trainieren und verbessern die Teilnehmenden ihre Präsentationsfähigkeiten. Dabei lernen die Studierenden auch, das in der Vorlesung erlernte Wissen zu reflektieren, es zu bewerten und das Wissen auszuwählen, welches für die Beantwortung der Frage wichtig ist, um konkrete, anwendbare Empfehlungen für Manager*innen zu geben.

Inhalte und Themen:

- *Grundlagen und Phänomene der Digitalisierung*
- *Digitale Technologien*
- *Konnektivität*
- *Datenverfügbarkeit*
- *Angebotstransparenz*
- *Wesentliche Veränderungen und Trends des operativen und strategischen Marketing im digitalen Zeitalter*
- *Digitales Produktmanagement*
- *Digitales Preismanagement*
- *Digitales Kommunikationsmanagement*
- *Digitales Vertriebsmanagement*
- *Digitale Markt- und Marketingstrategien*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Grundkenntnisse in Management und Marketing*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung (VL) (2 SWS)*
- *Übung (UE) (2 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Portfolio (100% der Endnote).*
- *Das Portfolio besteht aus zwei Bausteinen. Erstens erarbeiten und präsentieren die Studierenden in Gruppen Lösungen für eine Fallstudie, die mit den Vorlesungsinhalten zusammenhängt (Gruppennote). Zweitens bearbeiten die Studierenden schriftlich Fragestellungen mit Hilfe der in der Vorlesung besprochenen Inhalten (Einzelnote).*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *21 h = Präsenzzeit Vorlesung*
- *21 h = Präsenzzeit Übung*
- *108 h = Eigenstudium*
- *150 h = Arbeitsaufwand gesamt*

Modulnote:

- *Leistungsnachweis*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Masterstudiengang Business and Psychology*

Bemerkungen:

- *Informationen zur Literatur werden in der Veranstaltung bekannt gegeben*
- *Teilnehmerbeschränkung: Keine*

Erbschaftsteuer und Bewertungsrecht

Modultitel	Erbschaftsteuer und Bewertungsrecht
Modultitel Englisch	Inheritance Tax and Valuation Law
Modulnummer	88-021-TX08-H-0123
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Taxation M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL und Betriebswirtschaftliche Steuerlehre
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Reinald Koch
Leistungspunkte ECTS-Punkte	2,5 ECTS

Kompetenzen:

- *Studierende des Moduls lernen grundlegende Vorschriften des Erbschaftsteuergesetzes und des Bewertungsgesetzes kennen. Dabei wird ihnen u.a. die Fähigkeit vermittelt, steuerliche Konsequenzen wirtschaftlichen Handelns zu erkennen und entsprechend zu quantifizieren.*
- *Studierende erwerben Techniken zur Lösung von erbschaftsteuerlichen Sachverhalten und deren eigenständige Übertragung auf neue Sachverhalte. Dabei erlernen sie auch den Umgang mit den einschlägigen Rechtsquellen.*
- *Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über einen umfassenden Überblick über die Vorschriften des Bewertungsrechts und über die Vorgaben zur Ermittlung der Erbschaft- und Schenkungssteuer.*

Inhalte und Themen:

- *Grundlagen der Erbschaft- und Schenkungssteuer*
- *Grundlagen des Bewertungsrechts*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung (VL) (1 SWS)*
- *Übung (UE) (1 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- - *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Klausur (60 Min.) am Ende des Semesters*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *28 h = Präsenzzeit Vorlesung und Übung*
- *28 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung und Übung*
- *19 h = Prüfungsvorbereitung*
- *75 h = Arbeitsaufwand gesamt*

Modulnote:

- *Klausur (100%)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Betriebswirtschaftslehre, M.Sc.*

Bemerkungen:

- *Keine*

Einführung in Reinforcement Learning

Modultitel	Einführung in Reinforcement Learning
Modultitel Englisch	Introduction to Reinforcement Learning
Modulnummer	88-021-IFM05-H-0123
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	BWL, insb. Operations Management
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Pirmin Fontaine
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

Kompetenzen:

- *Studierende*
 - *entwickeln ein grundlegendes Verständnis für die Methoden des Reinforcement Learnings.*
 - *können reale Problemstellungen als Markow-Entscheidungsprozesse modellieren*
 - *sind in der Lage Verfahren des Reinforcement Learnings an Fallbeispielen anzuwenden*
 - *können die Ergebnisse interpretieren und deren Lösungsgüte beurteilen*

Inhalte und Themen:

- *Suchalgorithmen*
- *Markow-Ketten*
- *Markow-Entscheidungsprobleme*
- *Dynamische Programmierung*
- *Model-free prediction and control*
- *Temporal Difference Learning*
- *Policy gradient*
- *Exploration und Exploitation*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Grundlagen der Mathematik und Statistik*
- *Grundlegende Programmierkenntnisse*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung und Übung (4 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Projektarbeit (100%)*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *56 h = Präsenzzeit Vorlesung und Übung*
- *38 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung und Übung*
- *56 h = Projektarbeit*
- *150 h = Arbeitsaufwand gesamt*

Modulnote:

- *Leistungsnachweis*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Keine*

Bemerkungen:

- *Literatur*
 - Sutton, R. S., and Barto, A. G. (2018). *Reinforcement learning: An introduction*. MIT press.
 - Russell, S., and Norvig, P. (2010). *Artificial Intelligence: A Modern Approach*. Prentice Hall.
- *Weitere Informationen zur Literatur werden in der Veranstaltung bekannt gegeben.*
- *Teilnehmerbeschränkung: Keine*

Empirical Finance

Modultitel	Empirical Finance
Modultitel Englisch	Empirical Finance
Modulnummer	88-021-FI15-H-0408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL, Finanzierung und Banken
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Mählmann
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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.*

Inhalte und Themen:

- *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*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

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

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung und Übung (4 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Portfolio*
- *Bearbeitung von 4 englischsprachigen Mini-Case-Studies in Einzel- oder Zweiergruppen*
- *Finales Projekt*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

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

Modulnote:

- *Bearbeitung von 4 englischsprachigen Mini-Case-Studies (40%)*
- *Finales Projekt (60%)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen:

- *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

Modultitel	Entrepreneurial Networks and Start-up Management
Modultitel Englisch	Entrepreneurial Networks and Start-up Management
Modulnummer	88-021-EPS02-H-0408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	Chair of Tourism
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Harald Pechlaner
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

Kompetenzen:

- *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*

Inhalte und Themen:

- *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*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung/Seminar (2SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Portfolio*
- *Students present their outcomes from the research*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

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

Modulnote:

- *Presentation (100%)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen:

- *Participation limit 25*
- *Literature is provided in the Opening Session.*

Europäisches und internationales Handels- und Wirtschaftsrecht

Modultitel	Europäisches und internationales Handels- und Wirtschaftsrecht
Modultitel Englisch	European and International Commercial Law and Business Law
Modulnummer	88-021-WR11-H-0408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	WiSe und SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	Bürgerliches Recht, deutsches und internationales Handels- und Wirtschaftsrecht
Modulverantwortlich	Prof. Dr. iur. Claus Luttermann
Leistungspunkte ECTS-Punkte	10 ECTS

Kompetenzen: *Die Studierenden erwerben interdisziplinär Kenntnisse in 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.*

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

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *(Europäisches) Wirtschaftsrecht, Handelsrecht, Bilanzrecht*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch/Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Seminar (SE) / Kolloquium (KOLL) (Blockveranstaltung)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Seminararbeit und Vortrag mit Diskussion*
- *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.*
- *Wahlweise nach Absprache: Abfassung der Seminararbeit und Präsentation in englischer Sprache.*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

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

Modulnote:

- *Schriftliche Seminararbeit (75 %)*
- *Vortrag und Diskussion (25 %)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen:

- *Teilnahmebeschränkung: 15*
- *DuPlessis/Großfeld/Luttermann et al. German Corporate Governance in European and international Context, 3rd ed. 2017*

Europäisches Wirtschaftsrecht

Modultitel	Europäisches Wirtschaftsrecht
Modultitel Englisch	European Business Law
Modulnummer	88-021-WR08-H-0408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	Bürgerliches Recht, deutsches und internationales Handels- und Wirtschaftsrecht
Modulverantwortlich	Prof. Dr. iur. Claus Luttermann
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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 methodisch auch fallbezogen aufgearbeitet.

Inhalte und Themen:

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

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- Keine

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- Privatrecht II

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung (VL) (2 SWS)/ Übung (UE) (2 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Klausur (90 Minuten)*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *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*

Modulnote:

- *Klausur (100 %)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen:

- *DuPlessis/Großfeld/Luttermann et al. German Corporate Governance in European and international Context, 3rd ed. 2017*

Fallstudien im Internationalen Management

Modultitel	Fallstudien im Internationalen Management
Modultitel Englisch	Case Studies in International Management
Modulnummer	88-021-IM09-H-1216
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL und Internationales Management
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Katja Gelbrich
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

Kompetenzen: *Den Studierenden soll vermittelt werden, 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.

Inhalte und Themen: 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.

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- Keine

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

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

Lehr- und Prüfungssprache:

- Englisch

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Projekt (4 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Portfolio*
- *Die Studierenden erarbeiten in Teams die Lösung einer Fallstudie, welche sie in schriftlicher Form ausarbeiten und als Team präsentieren.*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *42 h = Anwesenheit während der Einführung, Besprechungen, Präsentationen*
- *108 h = Selbständige Vorbereitung der Fallstudie(n)*
- *150 h = Arbeitsaufwand gesamt*

Modulnote:

- *Portfolio (100 %)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen:

- *Teilnahmebeschränkung: 30*
- *Weitere Informationen über die Fallstudie(n) und Literaturempfehlungen werden in der Einführung gegeben.*

Forschungsprojekt Marketing

Modultitel	Forschungsprojekt Marketing
Modultitel Englisch	Research Project Marketing
Modulnummer	88-021-MS23-S-SE-0408.20161.001
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe 24
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL, Absatzwirtschaft und Marketing
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Joachim Büschken
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS-Punkte

Kompetenzen:

- *Die Studierenden erlernen konzeptionelle und forschungspraktische Tätigkeiten anhand eines für die Praxis relevanten Problems zu verknüpfen.*
- *Zur Erarbeitung dieser Kompetenz ist die gemeinschaftliche Entscheidungsfindung im Team eine wesentliche Voraussetzung.*

Inhalte und Themen:

Der Modulinhalt definiert sich über semesterweise wechselnde Themen, die rechtzeitig vor der Veranstaltung kommuniziert werden. Im Kern strukturiert sich das Modul wie folgt:

- *Die Teilnehmer werden (in Gruppen) gemeinsam praktisch relevante Forschungsfragen definieren*
- *Die für die Bearbeitung der Forschungsfragen relevanten Daten stehen zur Verfügung*
- *Die Teilnehmer bereiten die Daten entsprechend ihrer Forschungsfrage auf und werten Die Daten mithilfe entsprechender quantitativer Methoden, eventuell auch Modellgestützt, aus.*
- *Anschließend diskutieren die Studierende die sich aus den Ergebnissen ergebenden Implikationen.*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Arbeit mit quantitativen Methoden und Grundkenntnisse in R.*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung (VL)*
- *Übung (UE)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Portfolio.*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *36 h = Präsenzzeit Präsentationen*
- *114 h = Vor- und Nachbereitung Präsentation*
- *150 h = Arbeitsaufwand gesamt*

Modulnote:

- *Portfolio (100%)*
- *Die Modulinhalte sind nicht semesterübergreifend fixiert. Zu Beginn des Wintersemesters werden die inhaltlichen Herausforderungen im Syllabus näher thematisiert.*
- *Aufgrund des Projektbezuges des Kurses werden die einzelnen Teilleistungen mit Bezug auf das behandelte Projekt genauer spezifiziert. Einzelne Arbeitsschritte werden präsentiert und bewertet. Das Feedback aus den Zwischenpräsentationen dient gleichzeitig als Grundlage für das weitere Vorgehen, was mehrere aufeinander aufbauende Prüfungsleistungen erforderlich macht.*
- *Die Portfolio-Prüfung setzt sich dabei zusammen aus:*
- *Zwischenpräsentationen*
- *Bearbeitung der Fragestellung*

- *Analyse der Daten*
- *Abschlusspräsentation*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen: -

Bemerkungen:

- *Ergänzende Literatur wird themenspezifisch im Syllabus bekannt gegeben.*

Forschungs-Projektstudium

Modultitel	Forschungs-Projektstudium
Modultitel Englisch	Research Projects Seminar
Modulnummer	88-021-SCM09-H-0408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	Jedes Semester
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL, Supply Chain Management & Operations
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Heinrich Kuhn
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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.

Inhalte und Themen:

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.

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

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

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Literaturstudium und Rechenexperimente*
- *Verfassen einer schriftlichen Ausarbeitung*
- *Präsentation*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis.*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

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

Modulnote:

- *Schriftliche Ausarbeitung (70%)*
- *Präsentation (30%)*

- *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.*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

Bemerkungen:

- *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.*

Innovation and Creativity in Individuals, Teams, and Organizations (Prof. Dr. Shashi Matta)

Modultitel	Innovation and Creativity in Individuals, Teams, and Organizations (Prof. Dr. Shashi Matta)
Modultitel Englisch	Innovation and Creativity in Individuals, Teams, and Organizations (Prof. Dr. Shashi Matta)
Modulnummer	88-021-MC01-H-0620
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	Innovation and Creativity
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Shashi Matta
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS-Punkte

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*
- die Rolle der Digitalisierung im Innovationsprozess zu verstehen*
- Digitale Geschäftsmodelle und digitales Unternehmertum identifizieren und innovieren*
- 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 Studenten auch Soft-Skills wie beispielsweise Teamfähigkeit, Kommunikation sowie die Fähigkeit, Präsentationen in einem professionellen Rahmen zu halten. Zudem verbessern Studenten 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 Studenten die Möglichkeit, ihre Englischkenntnisse in einem professionellen Rahmen zu verbessern.

Inhalte und Themen:

Teil I: Einführung in Innovation und Kreativität

- *Was ist Innovation? Was ist Kreativität?*
- *Wie hängen sie in einem individuellen und organisatorischen Kontext zusammen?*

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*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

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

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Portfolio*
- *Teambasiertes Innovationsprojekt sowie Präsentation (50 %)*
 - *Die Studierenden 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 Inhalte/Themen 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.*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

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

Modulnote:

- *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 %)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Business & Psychology M.Sc.*
- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen:

- *Die Pflichtlektüre für diesen Kurs beinhaltet diverse Artikel/Fallstudien, die von Harvard Business Publishing veröffentlicht wurden.*
- *Literatur:*
 - *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

Modultitel	Innovation und Produktentwicklung im Tourismus: Gegenwärtige Theorie und Praxis am Beispiel von Sharing Economy, China Outbound Tourismus, Boutique Hotels und Experience Design
Modultitel Englisch	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
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Tourismus und nachhaltige Regionalentwicklung M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	Lehrstuhl Tourismus
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Harald Pechlaner
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

Kompetenzen: *Die Teilnehmer des Seminars werden:*

- *einen kritischen Umgang mit den grundlegenden Theorien des Innovationsmanagements und der Produktentwicklung erlernen;*
- *Wissens 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.*

Inhalte und Themen:

- *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*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Seminar (2 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mind. ausreichend bewerteter Leistungsnachweis: 70% schriftliche Hausarbeit mit und 30% Präsentationsleistung*
- *Vorbereitung, entsprechendes Selbststudium, Präsentation, schriftliche HausSeminararbeit (entspricht ca. 22.500 Zeichen, ohne Leerzeichen)*

- *Erfordernis einer Hausarbeit zur fundierten theoretischen und empirischen Auseinandersetzung mit einer spezifischen Themenstellung sowie Erfordernis der Präsentation zur Überprüfung der Kompetenz um Fähigkeiten zur Vorstellung selbstständig erarbeiteter Themenbereiche weiterzuentwickeln.*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *60 h = Kontakt-/Selbststudium*
- *15 h = Präsenzzeit*
- *75 h = Vorbereitung Leistungsnachweis*
- *150 h = Arbeitsaufwand gesamt*

Modulnote:

- *Schriftliche Hausarbeit (70 %)*
- *Präsentationsleistung (30 %)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Betriebswirtschaftslehre M.Sc.*
- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen:

- *Teilnahmebeschränkung: 25*

Insolvenzrecht

Modultitel	Insolvenzrecht
Modultitel Englisch	Insolvency Law
Modulnummer	88-021-WR06-H-0408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	Bürgerliches Recht, Zivilprozessrecht und Insolvenzrecht
Modulverantwortlich	Prof. Dr. iur. Christian Heinrich
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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.*

Inhalte und Themen:

- *Die Vorlesung vertieft die Grundlagen und Besonderheiten des Insolvenzrechts.*
- *Zur sachgerechten Falllösung wird die Übung beitragen. Die Anwendungen des Erlernten werden bei der Übung und einem Prüfungstraining gefestigt.*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Privatrecht I und II*
- *Handels- und Gesellschaftsrecht*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung (2 SWS)*
- *Übung (2 SWS)*
- *Prüfungstraining*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Klausur (90 Minuten)*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *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*

Modulnote:

- *Klausur (100 %)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen: -

Kapitalgesellschaftsrecht, Konzernrecht, europäisches und internationales Gesellschaftsrecht

Modultitel	Kapitalgesellschaftsrecht, Konzernrecht, europäisches und internationales Gesellschaftsrecht
Modultitel Englisch	German, European and International Law of Corporations and Groups
Modulnummer	88-021-WR04-H-0408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe und WiSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	Recht, Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Claus Luttermann
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

Kompetenzen:

- *Studierende des Kurses erhalten vertiefte Kenntnisse im deutschen Kapitalgesellschaftsrecht unter Bezugnahme auf europäische und internationale Zusammenhänge. Konzernrechtliche Verflechtungen werden dargestellt. In der integrierten Übung werden die Inhalte methodisch auch fallbezogen aufgearbeitet.*

Inhalte und Themen:

- *Rechtsgrundlagen mit Praxisbezügen jeweils zu:*
 - *GmbH, AG*
 - *Konzern*
 - *Europäische Aktiengesellschaft*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Privatrecht I und II*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung (VL) (2 SWS) / Übung (UE) (2 SWS)*
- *Selbstgeleitetes Lernen (SGL)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Klausur am Ende des Semesters*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *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*

Modulnote:

- *Klausur 90 Minuten (100 %)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*
- *Kapitalgesellschaftsrecht, Konzernrecht, europäisches und internationales Gesellschaftsrecht (Modulbezeichnung)*

Bemerkungen:

- *Wilhelm, Kapitalgesellschaftsrecht*
- *Eisenhardt, Gesellschaftsrecht*
- *K. Schmidt, Gesellschaftsrecht*
- *DuPlessis/Großfeld/Luttermann et al. German Corporate Governance in European and international Context*

Kapitalmarktorientierte Rechnungslegung

Modultitel	Kapitalmarktorientierte Rechnungslegung
Modultitel Englisch	Capital Market-Based Accounting
Modulnummer	88-021-AC01-S-VL-0408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL, Controlling und Wirtschaftsprüfung
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Max Göttsche
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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.*

Inhalte und Themen:

- *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*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Grundlagen der internationalen Rechnungslegung*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung/Übung*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Klausur 100% (90 Minuten)*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *28 h = Präsenzzeit Vorlesung*
- *23 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung*
- *14 h = Präsenzzeit Übung*
- *23 h = Vor- und Nachbereitung Übung*
- *62 h = Prüfungsvorbereitung*
- *150 h = Arbeitsaufwand gesamt*

Modulnote:

- *Leistungsnachweis oder bestanden/nicht bestanden: Klausur 100% (90 Minuten)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation: Minor Accounting and Auditing*

Bemerkungen: *Keine*

Kostenmanagement

Modultitel	Kostenmanagement
Modultitel Englisch	Cost management
Modulnummer	88-021-CO01-S-VL-0408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL und Unternehmensrechnung
Modulverantwortlich	Prof. Dr. mult. Anton Burger
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

Kompetenzen: Studierende lernen die Philosophie, Aufbau und Funktionsweise von Instrumenten des Kostenmanagements kennen. Nach erfolgreicher Beendigung des Moduls können die Studierenden die Instrumente des Kostenmanagements beschreiben und in einem praxisnahen Kontext anwenden. Darüber hinaus wird im Rahmen der Veranstaltung die kritische Reflexionsfähigkeit entwickelt.

Inhalte und Themen:

- Einführung zum Kosten-Management
- Aktuelle Anforderungen an ein Kostenmanagement
- Gestaltungsobjekte des Kosten-Managements
- Methoden des Kosten-Managements
- Anpassungen der traditionellen Kostenrechnung (v.a. Logistikkosten, Umweltkosten, Dienstleistungen)
- Kostenrechnung und Verhaltenssteuerung
- Kostenkontrolle für Projekte
- Life Cycle Costing
- Target Costing
- Target Costing und Verhaltenssteuerung

- *Entwicklungsbegleitende Kostenrechnung*
- *Fixkostenmanagement*
- *Prozesskostenorientiertes Kostenmanagement*
- *Zero-Base Planing*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung (4 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Klausur (90 Minuten)*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *42 h = Präsenzzeit Vorlesung*
- *58 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung*
- *50 h = Prüfungsvorbereitung*
- *150 h = Arbeitsaufwand gesamt*

Modulnote:

- *Klausur (100 %)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen:

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

Masterarbeit

Modultitel	Masterarbeit
Modultitel Englisch	Master thesis
Modulnummer	-
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	WiSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	Betreuender Lehrstuhl der WFI
Modulverantwortlich	Betreuer
Leistungspunkte ECTS-Punkte	30 ECTS-Punkte

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 Handlungsimplicationen abzuleiten.*

Inhalte und Themen:

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*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Die Ausgabe des Themas der Masterarbeit kann frühestens erfolgen, wenn Pflicht- oder erforderliche Wahlpflichtmodule des Studiengangs im Umfang von mindestens 40 Prozent der für den Studiengang insgesamt erreichbaren ECTS-Punkte erfolgreich absolviert wurden (vgl. APO).*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch oder Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Eigenständiges wissenschaftliches Arbeiten*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

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

Modulnote:

- *Schriftliche Arbeit (100%)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen: -

Bemerkungen: -

MA-Seminar „Aktuelle Fragen der Unternehmensbesteuerung“

Modultitel	MA-Seminar „Aktuelle Fragen der Unternehmensbesteuerung“
Modultitel Englisch	Current Issues in Company Taxation
Modulnummer	88-021-TA09-H-0408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL und Betriebswirtschaftliche Steuerlehre
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Reinald Koch
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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.*

Inhalte und Themen:

Je nach Thema des Seminars

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Besuch der Vorlesungen des Lehrstuhls wird empfohlen.*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Seminar*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis:Portfolio*
- *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.*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *14 h = Präsenzzeit Vorlesung*
- *136 h = Prüfungsvorbereitung*
- *150 h = Arbeitsaufwand gesamt*

Modulnote:

- *Seminararbeit (70%)*
- *Präsentation und Moderation (30%)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen: *Teilnahmebeschränkung: 15*

Management und Strategien von Automobil-Unternehmen

Modultitel	Management und Strategien von Automobil-Unternehmen
Modultitel Englisch	Management and Strategies of Automotive Companies
Modulnummer	88-021-UF06-H-0408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL, Personal und Organisation
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Max Ringlstetter
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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.*

Inhalte und Themen:

- *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*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung*
- *Fallstudien*
- *Fallbearbeitung (Cases)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *In dem Kurs wird eine Case zur praktischen Vertiefung der Lehrinhalte bearbeitet. Die Ergebnisse werden im Zuge einer Präsentation vorgestellt.*
- *Je nach Themenumfang wird festgelegt, ob die Cases in Einzelarbeit oder in Gruppenarbeit bearbeitet werden. Dies wird zu Beginn des Semesters festgelegt*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

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

Modulnote:

- *Portfolio*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Keine*

Bemerkungen:

- *Max. 24 Studenten im Kurs - Es wird eine Anmeldezeit auf der Homepage des Lehrstuhls bekannt gegeben; First-Come-First-Serve Prinzip*

Modellierung und Analyse von Retail Operations

Modultitel	Modellierung und Analyse von Retail Operations
Modultitel Englisch	Modelling and Analysis of Retail Operations
Modulnummer	88-021-SCM16-H-0818
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL, Supply Chain Management & Operations
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Heinrich Kuhn
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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.*

Inhalte und Themen: *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*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Grundlagen des Operations Management, Logistik und Handel*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung und Projektarbeit (3 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Portfolio*
- *Studierende arbeiten gemeinsam an der Lösung von Fallstudien (Gruppenarbeit) im Handel mit Vortrag und anschließender Diskussion (30 + 15 min).*
- *Das schriftliche Ausarbeitung ist als foliengestützte Zusammenfassung des Fallbeispiels zu erstellen. Die Bewertung umfasst schriftliche Ausarbeitung sowie Vortrag/Diskussionsführung.*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *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*

Modulnote:

- *Schriftliche Ausarbeitung (60 %)*
- *Präsentation (40 %)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen:

- *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

Modultitel	Multinationale Unternehmen und ihre Besteuerung
Modultitel Englisch	Multinational Firms and their Taxation
Modulnummer	88-021-TX06-H-0719
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	VWL, insb. Finanzwissenschaft
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Dominika Langenmayr
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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.*

Inhalte und Themen:

- *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*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung (2 SWS)*
- *Übung (2 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Klausur (90 Minuten)*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *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*

Modulnote:

- *Klausur (100 %)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen: *Literatur zu jedem Kapitel wird jeweils in der Vorlesung bekannt gegeben*

Projekt im Dienstleistungs- und Innovationsmanagement

Modultitel	Projekt im Dienstleistungs- und Innovationsmanagement
Modultitel Englisch	Project in Service and Innovation Management
Modulnummer	88-021-MS12.06-H-0520
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL und Dienstleistungsmanagement
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Jens Hogreve
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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.*

Inhalte und Themen:

- *Bedingt durch die wechselnden Problemstellungen, Oberthemen und Praxispartner verändert sich der Inhalte/Themen 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.*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *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*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Portfolio*
- *Abschlussbericht*
 - *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*

- *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*
 - *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.*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

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

Modulnote:

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

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Business & Psychology M.Sc.*

Bemerkungen:

- *Teilnehmerbeschränkung 20*

Return on Service Management & Customer Experience

Modultitel	Return on Service Management & Customer Experience
Modultitel Englisch	Return on Service Management & Customer Experience
Modulnummer	88-021-MS20-H-0408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL und Dienstleistungsmanagement
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Jens Hogreve
Leistungspunkte ECTS-Punkte	10 ECTS

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 Planspiel-situation. 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.

Inhalte und Themen:

- 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.

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- Keine

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- Teilnahme am Kurs Service Management

Lehr- und Prüfungssprache:

- Englisch

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- Vorlesung und Übung (4 SWS)

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Portfolio
- Präsentation („Sitzungsmoderation“)
 - 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
 - Zu Beginn des Planspiels verfassen die Studierenden ein Strategiepapier, in dem sie die für Ihr Unternehmen gewählte Strategie unter Berücksichtigung der Ausgangssituation beschreiben.
- Posterpräsentation
 - 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
 - Die Gruppenleistung während des Planspiels wird über alle Entscheidungen hinweg betrachtet. Das Endergebnis ist nicht allein ausschlaggebend.

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

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

Modulnote:

- Präsentation („Sitzungsmoderation“) (40 %)

- *Strategiepapier (20 %)*
- *Posterpräsentation (20 %)*
- *Abschneiden der Gruppe im Planspiel (20 %)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Business & Psychology M.Sc.*
- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen:

- *Teilnehmerbeschränkung 30*

Risikomanagement

Modultitel	Risikomanagement
Modultitel Englisch	Risk Management
Modulnummer	88-021-FI11-H-0408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL, Finanzierung und Banken
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Mählmann
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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.*

Inhalte und Themen:

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

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

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

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung/Übung (4 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Klausur (90 Minuten)*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

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

Modulnote:

- *Klausur (100 %)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen:

- *Literaturhinweise werden im Rahmen der Veranstaltung angegeben*

Seminar Accounting & Controlling

Modultitel	Seminar Accounting & Controlling
Modultitel Englisch	Seminar Accounting & Controlling
Modulnummer	88-021-AC03-S-SE-0408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL und Unternehmensrechnung
Modulverantwortlich	Prof. Dr. mult. Anton Burger
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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 gehört 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.

Inhalte und Themen:

Aktuelle Themen aus dem Bereich Accounting & Controlling

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Seminar*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Portfolio*
- *Eine Kombination aus einer schriftlichen Arbeit (80%) und einer Präsentation (20%) ist notwendig, um die Ziele des Kurses zu erreichen.*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

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

Modulnote:

- *Schriftliche Arbeit (80%)*
- *Präsentation (20%)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen: *Teilnahmebeschränkung: 20*

Seminar: Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung

Modultitel	Seminar: Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung
Modultitel Englisch	Seminar: Accounting and Auditing
Modulnummer	88-021-AC15-S-SE-0408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL, Controlling und Wirtschaftsprüfung
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Max Götsche
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

Kompetenzen:

- *Studierende des Seminars erlernen einen sachgerechten und kritischen Umgang mit fach einschlägiger Literatur aus dem Fachbereich Rechnungslegung bzw. Wirtschaftsprüfung.*
- *Sie erlernen ein spezifisches Thema (Forschungsfrage) unter Verwendung geeigneter Methoden zu bearbeiten.*
- *Durch die Präsentation der Seminararbeit entwickeln Sie ein Verständnis dafür Forschungsergebnisse strukturiert wie prägnant und unter Verwendung geeigneter Medien zu präsentiert.*
- *Nach Abschluss des Seminars verfügen die Studierenden insbesondere über Methodenkompetenz um Forschungsfragen angemessen zu beantworten.*

Inhalte und Themen:

- *Je nach Thema der empirischen Seminararbeiten Themenblöcke: Rechnungslegung, Wirtschaftsprüfung, Nachhaltigkeitsberichterstattung*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Besuch der Vorlesungen des Lehrstuhls wird empfohlen.*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Englisch/Deutsch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Präsentation und Schriftliche Arbeit*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis*
- *Die schriftliche Arbeit soll 15-20 Seiten umfassen. Für die Präsentation ist ein Zeitfenster von ca. 10 Minuten vorgesehen. Aufgrund der Kompetenzorientierung des Seminars ist die Kombination einer schriftlichen Arbeit und eines Vortrags unabdingbar.*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *28 h = Präsenzzeit Seminar*
- *122 h = Prüfungsvorbereitung (Erstellung der Seminararbeit und der Präsentation)*
- *150 h = Arbeitsaufwand gesamt*

Modulnote:

- *Leistungsnachweis oder bestanden/nicht bestanden*
- *Schriftliche Arbeit (80 %) und Präsentation (20 %)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation: Minor Accounting and Auditing*

Bemerkungen: *Keine*

Seminar Finance and Banking B

Modultitel	Seminar Finance and Banking B
Modultitel Englisch	Seminar Finance and Banking B
Modulnummer	88-021-FI09-H-0408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL, Finanzierung und Banken
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Mählmann
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

Kompetenzen: *Die Studierenden:*

- *Durch die Bearbeitung eines aktuellen Forschungsthemas gewinnen die Studenten tiefere Einblicke in aktuelle praktische und theoretische Fragestellungen der Finanzierung und Bankbetriebslehre.*
- *Das Modul dient weiterhin der Vorbereitung zur Anfertigung einer wissenschaftlich anspruchsvollen Masterarbeit.*
- *Durch den Austausch mit ihren Kommilitonen und die Verteidigung ihrer Arbeit erhalten die Teilnehmer wertvolles Feedback hinsichtlich ihrer Präsentations- und Argumentationsfähigkeiten und erlernen den kritischen Umgang mit Ergebnissen wissenschaftlicher Arbeit.*

Inhalte und Themen:

- *In diesem Modul bearbeiten Sie ein aktuelles Forschungsthema anhand aktueller Forschungsliteratur. Sie schreiben in Einzelarbeit/oder Gruppenarbeit ein Paper in Form einer Hausarbeit und stellen es Ihren Kommilitonen zur Diskussion.*
- *Die zu bearbeitenden Themen variieren.*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Abgeschlossene Vertiefung im Bereich Finanzwirtschaft, Bankbetriebslehre oder Ähnlichem.*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Seminar (2 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Portfolio*
- *Erstellung einer Hausarbeit in deutscher oder englischer Sprache im Umfang von 20 DIN-A4-Seiten bei Gruppenarbeiten bzw. 12 DIN-A4-Seiten bei Einzelarbeiten (ob Einzel- oder Gruppenarbeiten anzufertigen sind, hängt von der Anzahl der Kursteilnehmer ab).*
- *Präsentation der wesentlichen Ergebnisse der Arbeit unter Zuhilfenahme zeitgemäßer Medien (Dauer: 40 Minuten).*
- *Verteidigung der eigenen Ergebnisse und aktive Teilnahme an der Diskussion der Beiträge der Kommilitonen.*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *10 h = Themenbesprechung und Diskussion mit dem Betreuer*
- *120 h = Anfertigung der schriftlichen Arbeit*
- *20 h = Präsentation inklusive Vorbereitung darauf*
- *150 h = Arbeitsaufwand gesamt*

Modulnote:

- *Hausarbeit (60%) (deutsch oder englisch)*
- *Vortrag (40%) (deutsch oder englisch)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen: -

Seminar Internationales Management

Modultitel	Seminar Internationales Management
Modultitel Englisch	Seminar International Management
Modulnummer	88-021-IM05-S-SE
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL und Internationales Management
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Katja Gelbrich
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

Kompetenzen: *Im Rahmen des Seminars entwickeln die Studierenden die Fähigkeit, eine vorgegebene Zielstellung wissenschaftlich, problembezogen und eigenständig zu bearbeiten. Sie erlangen einen umfassenden Überblick über die Anfertigung von wissenschaftlichen Arbeiten sowie eine fundierte Vorbereitung auf ihre Masterarbeit. Darüber hinaus werden die Teilnehmer in die Lage versetzt, in den abschließenden Präsentationen ihre Präsentations-, Artikulations- und Diskussionsfähigkeiten zu trainieren und zu verbessern. Nach Abschluss des Kurses verfügen sie somit über die fachliche und soziale Kompetenz, Präsentationssituationen in der Unternehmens- und Wissenschaftspraxis souverän zu lösen.*

Inhalte und Themen: *Im Rahmen der Veranstaltung schreiben die Seminarteilnehmenden in Zweiergruppen selbständig eine Seminararbeit mit einem Umfang von 10 Seiten. Hierfür ist die wissenschaftliche Literatur zu einem spezifischen, forschungsrelevanten Thema aufzubereiten, zu analysieren und zu diskutieren. Abschließend präsentieren und verteidigen die Seminarteilnehmenden ihre Arbeitsergebnisse. Die Themenvergabe erfolgt nach Absprache mit der Betreuerin am Lehrstuhl. Die Teilnehmenden erhalten nach der Benotung der Seminararbeit und Präsentation ein detailliertes Feedback von ihrem Betreuerin.*

Untersucht werden Fragestellungen zum Verhalten von Führungskräften und Mitarbeitenden in internationalen Unternehmen bzw. Konsumenten in internationalen Kontexten. Eine besondere Rolle können dabei folgende Aspekte spielen: Werthaltungen, kulturelle Hintergründe, Einstellungen, Image, Lebensstil u. a.

Beispielhafte Themen:

- *Konfliktstile von Mitarbeitenden im interkulturellen Vergleich*
- *Einstellungen gegenüber ausländischen Marken*

- *Akzeptanz von digitalen Agenten im internationalen Vergleich*
- *Führungsstile im International Business*

Das konkrete Thema wird vor Beginn der Veranstaltung veröffentlicht.

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Bachelor-Abschluss in Wirtschaftswissenschaften, Psychologie oder in einem verwandten Gebiet.*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Seminar (4 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens "ausreichend" bewerteter Leistungsnachweis: Portfolio*
- *Für die Bearbeitung der Thematik ist von jedem Studierenden eine Seminararbeit anzufertigen, welche nach inhaltlichen und formellen Kriterien begutachtet wird. Zudem müssen die Ergebnisse der Arbeit in einem kurzen Vortrag präsentiert werden (15 Minuten). Kriterien hierfür sind Inhalt, Vortragsstil und Rhetorik.*
- *Die Kombination verschiedener Bewertungsmethoden ist eine wichtige Voraussetzung, um gezielt Kernkompetenzen zu schulen. Innovative Prüfungsleistungen ermöglichen es den Studierenden, ihre Vortragsfähigkeiten über ein ganzes Semester zu schulen. Überdies trägt die Kombination verschiedener Bewertungsmethoden dazu bei, die Prüfungszeiträume zu entzerren und so die wahre Leistung der Studierenden über einen längeren Zeitraum einzufangen. Dies ermöglicht eine objektive und realistische Bewertung, die dem wahren Leistungsvermögen der Studierenden entspricht und robust ist gegen negative wie positive Ausreißer.*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *42 h = Präsenzzeit Kick-off-Meeting, Konsultationen, Präsentation, Feedback*

- *108 h = Erstellen der Seminararbeit*
- *150 h = Arbeitsaufwand gesamt*

Modulnote:

- *Portfolio (100 %)*
- *Seminararbeit (67 %)*
- *Präsentation (33 %)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*
- *Business and Psychology M.Sc.*

Bemerkungen:

- *Teilnehmerbeschränkung: 16*
- *Informationen zur Literatur werden in der Veranstaltung bekannt gegeben.*

Seminar Operations Research

Modultitel	Seminar Operations Research
Modultitel Englisch	Operations Research Seminar
Modulnummer	88-021-SCM19-H-0507
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	Jedes Semester
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL, Supply Chain Management und Operations
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Heinrich Kuhn
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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.*

Inhalte und Themen:

- *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*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Grundlagenwissen eines BWL-Master-Studiums; ab dem 2. Mastersemester belegbar*
- *Operations Research*
- *Programmierung, Algorithmen und Datenstrukturen*
- *Anwendungserfahrung eines Solver (CPLEX, Gurobi oder vergleichbar)*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Seminar (4 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Portfolio*
- *Schriftliche Ausarbeitung eine Seminararbeit und Präsentation der wesentlichen Inhalte der Seminararbeit vor der gesamten Seminargruppe*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

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

Modulnote:

- *Hausarbeit 60%*

- *Präsentation 40%*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen: -

Bemerkungen:

- *Teilnahmebeschränkung: 25*
- *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.*

Seminar zum Supply Chain Management

Modultitel	Seminar zum Supply Chain Management
Modultitel Englisch	Supply Chain Management Seminar
Modulnummer	88-021-SCM03-H-408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	Jedes Semester
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL, SCM und Operations
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Heinrich Kuhn
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

Kompetenzen:

- *wenden die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens an und vertiefen ihr Wissen darin.*
- *interpretieren komplexe Entscheidungsprobleme wie sie im Supply Chain Management auftreten im Hinblick auf relevante Zielgrößen, wie Kosten und/oder Nachhaltigkeit.*
- *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.*

Inhalte und Themen:

- *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 Paper*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

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

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Seminar (4 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis:*
- *Hausarbeit (60 %)*
- *Präsentation (40 %)*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

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

Modulnote:

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

Polyvalenz mit anderen Studiengängen: -

Bemerkungen:

- *Teilnahmebeschränkung: 25*
- *Literatur*
 - *Stadtler, H., Kilger, C., Meyr, H. (Hrsg.): Supply Chain Management and Advanced Planning, 6. Aufl., Berlin (Springer) 2015.*
 - *Bouchery, Y., Corbett, C. J., Fransoo, J. C., & Tan, T. (Hrsg.): Sustainable Supply Chains: A Research-based Textbook on Operations and Strategy, 4. Aufl., Springer 2017.*
 - *Weitere Literatur wird im Seminar bekannt gegeben.*

Seminar zum strategischen Management

Modultitel	Seminar zum strategischen Management
Modultitel Englisch	Seminar on strategic management
Modulnummer	88-021-UF12-H-0408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL, Personal und Organisation
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Max Ringlstetter
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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.*

Inhalte und Themen:

- *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*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

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

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Seminar (4 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Portfolio*
- *Das Term-Paper zusammen mit Abschlusspräsentation stellt den Kern des Kurses dar. Die Präsentation der Ergebnisse ermöglicht die kritische Reflexion der eigenen Arbeit.*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

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

Modulnote:

- *Seminararbeit mit Präsentation (100 %)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen: *Teilnahmebeschränkung: 15*

Service Analytics

Modultitel	Service Analytics
Modultitel Englisch	Service Analytics
Modulnummer	88-021-IFM03-H-0317
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL und Wirtschaftsinformatik
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Setzer
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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, -Diensten 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 Algorithmik und Software-Komponenten für Service Analytics-Aufgaben entwickeln, testen und anpassen.*

Inhalte und Themen: *Mit steigender Bedeutung von Diensten und Digitalisierung werden datenbasierte 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*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

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

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung (2 SWS)*
- *Übung (2 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Klausur (90 Minuten)*
- *Klausur am Semesterende in englischer Sprache.*
- *Beantwortung darf auch auf Deutsch erfolgen.*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *45 h = Präsenzzeit Vorlesung und Übung*
- *75 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung und Übung*

- 30 h = Prüfungsvorbereitung
- 150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Modulnote:

- Abschlussklausur (100 %)

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- Taxation M.Sc.

Bemerkungen: -

Service Operations

Modultitel	Service Operations
Modultitel Englisch	Service Operations
Modulnummer	88-021-SCM13-H-0408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL, Supply Chain Management & Operations
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Heinrich Kuhn
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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.*

Inhalte und Themen:

- *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.*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Grundlagen der Mathematik und Statistik*
- *Grundlagen der linearen Optimierung.*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung (4 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Portfolio*
- *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.

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *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*

Modulnote:

- *Klausur (50 %)*
- *Schriftliche Ausarbeiten der Fallstudie (35 %)*
- *Präsentation der Fallstudie (15 %)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen:

- *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.*

Social Innovation I: Basics and Concept Development

Modultitel	Social Innovation I: Basics and Concept Development
Modultitel Englisch	Social Innovation I: Basics and Concept Development
Modulnummer	88-021-SRI03-H-0818
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	Christliche Sozialethik und Gesellschaftspolitik
Modulverantwortlich	Prof. Dr. André Habisch
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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.*

Inhalte und Themen:

- *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*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Seminar (4 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Portfolio*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *40 h = Präsenzzeit Blockveranstaltung*
- *30 h = Präsenzzeit Projektbesprechungen (Vorlesungsslots)*
- *35 h = Vor- und Nachbereitung Präsenzveranstaltungen*
- *45 h = Schriftliche Ausarbeitung*
- *150 h = Arbeitsaufwand gesamt*

Modulnote:

- *Pitch-Video zur erarbeiteten Projektidee (20 %)*
- *Vorstellung des konzeptionellen Hintergrunds (20 %)*

- *Schriftliche Ausarbeitung der Projektidee (60 %)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen:

- *Teilnahmebeschränkung 25*
- *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 managemente (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.*

Steuerpolitik in Wissenschaft und Praxis: Eine Exkursion ins politische Berlin

Modultitel	Steuerpolitik in Wissenschaft und Praxis: Eine Exkursion ins politische Berlin
Modultitel Englisch	Tax Policy in Research and Practice: An Excursion to Political Berlin
Modulnummer	88-021-
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe (2-jähriger Turnus)
Geberstudiengang	Taxation M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	VWL, insb. Finanzwissenschaft
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Dominika Langenmayr
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

Kompetenzen:

- *Die Studierenden stärken durch die Auseinandersetzung mit politischen Institutionen und Entscheidungsprozessen ihre Fähigkeiten zur Analyse komplexer, praxisnaher Zusammenhänge. Sie erwerben die Fähigkeit, die Interessen und Rollen verschiedener politischer Akteure und Interessengruppen in steuerpolitischen Prozessen zu identifizieren und deren Einfluss auf politische Entscheidungen analytisch zu bewerten.*
- *Sie erwerben die Kompetenz, sich auf Gespräche mit politischen Akteuren vorzubereiten und in diesen Diskussionen gezielt Fachfragen zu stellen sowie Positionen kritisch zu hinterfragen.*
- *Die Studierenden sind in der Lage, die Wirkungsmechanismen aktueller steuerpolitischer Maßnahmen, theoretisch und empirisch einzuordnen und kritisch zu hinterfragen.*
- *Sie können eigene Beobachtungen und Einsichten aus der Exkursion dokumentieren und im Nachgang kritisch reflektieren, um ihre analytischen und argumentativen Fähigkeiten zu schärfen.*
- *Doktoranden werden in die Lage versetzt, ihre eigenen Forschungsergebnisse in politische Diskussionen einzubringen.*

Inhalte und Themen:

- *Besuch politischer Institutionen wie Bundestag, Bundesministerium der Finanzen (BMF), Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) oder ähnlicher Institutionen*
- *Diskussionen mit Abgeordneten und Beamten über Gestaltung und aktuelle Entwicklungen in der Steuerpolitik in Deutschland und auf EU-Ebene*
- *Theoretische und praktische Vertiefung aktueller steuerpolitischer Themen wie:*
 - *Einfluss von Steuern auf Investitionen und Wirtschaftswachstum*
 - *Bürokratie- und Befolgungskosten steuerlicher Regelungen*
 - *Globale Mindeststeuer und deren wirtschaftliche Auswirkungen*
 - *CO-Grenzausgleichsmechanismus (CBAM) als Instrumente der Klimapolitik*
 - *Zölle in einem neuen geopolitischen Umfeld*
- *Analyse der steuerpolitischen Entscheidungsfindung und der Rollen verschiedener politischer Akteure und Interessenvertretungen*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme: -

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch; schriftliche Arbeit auf Englisch möglich*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Seminar (SE) (1 SWS)*
- *Exkursion (EX) (2 SWS)*
- *selbstgeleitetes Lernen (SGL)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Portfolio (Präsentation zur Vorbereitung, Diskussionsleitung bei der Exkursion, schriftlicher Exkursionsbericht). Doktoranden müssen zusätzlich Bezüge zu ihrer eigenen Forschung herstellen und einen Policy Brief zu ihrer Forschung abgeben.*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *15 h = Teilnahme am Vorbereitungsseminar*
- *30 h = Vorbereitung der Exkursion*
- *45 h = Teilnahme an der Exkursion*
- *60 h = Nachbereitung und Erstellen des Exkursionsberichts*
- *150 h = Arbeitsaufwand gesamt*

Modulnote:

- *Portfolio (100 %)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Betriebswirtschaftslehre M.Sc.*
- *Doktorandenstudium*

Bemerkungen:

- *Die Studierenden müssen die Kosten für die Exkursion selbst tragen. Nähere Informationen werden auf der Lehrstuhlhomepage bereitgestellt.*

Stochastische Modelle

Modultitel	Stochastische Modelle
Modultitel Englisch	Stochastic Modeling
Modulnummer	88-021-MG02-H-0408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL, Supply Chain Management und Operations
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Heinrich Kuhn
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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.

Inhalte und Themen:

- 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

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- Keine

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- Kenntnisse in der ABWL, Operations Management und Management Science
- Kenntnisse in Statistik und Wahrscheinlichkeitsrechnung

Lehr- und Prüfungssprache:

- Deutsch

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- Vorlesung (4 SWS)

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Klausur (90 Minuten)
- Klausur: Prüfungszeit 90 Minuten über den Inhalt der Vorlesung, der angegebenen Literatur und der Übungsbeispiele.

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- 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

Modulnote:

- Klausur (100 %)

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- Taxation M.Sc.

Bemerkungen:

- 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.

Strukturgestaltungen im Konzern

Modultitel	Strukturgestaltungen im Konzern
Modultitel Englisch	Structuring of Affiliated Groups
Modulnummer	88-021-AC11-S-VL-0408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL, Controlling und Wirtschaftsprüfung
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Max Göttsche
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

Kompetenzen:

- *Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden unterschiedliche Rechtsformen von Unternehmen vergleichen und die an die Rechtformwahl anknüpfenden handels- und steuerrechtlichen Konsequenzen beurteilen.*
- *Studierende können komplexe Unternehmensstrukturen hinsichtlich verschiedener Dimensionen (u.a. Publizität, Haftung) systematisch analysieren und fallspezifisch unternehmerisch geeignete und steuerlich vorteilhafte Gestaltungsmodelle entwickeln.*

Inhalte und Themen:

- *Eignung einzelner Rechtsformen*
- *Verfahrensschritte zur Umgestaltung von Unternehmensgruppen*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Grundlagen der Bilanzierung nach handelsrechtlichen Grundsätzen*
- *Grundlagen des Ertragsteuerrechts und des Umwandlungssteuerrechts*

- *Grundlagen des Gesellschaftsrechts*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung/Workshop*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Präsentation(en) 100 %*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *18 h = Präsenzzeit Vorlesung*
- *40 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung*
- *92 h = Prüfungsvorbereitung*
- *150 h = Arbeitsaufwand gesamt*

Modulnote:

- *Leistungsnachweis oder bestanden/nicht bestanden: Die Präsentationen haben das Ziel, grundsätzliche Problematiken des Themas zu erschließen und Lösungsansätze zu erläutern*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen:

- *Teilnahmebeschränkung auf 20 Teilnehmer*

Supply Chain Planspiel

Modultitel	Supply Chain Planspiel
Modultitel Englisch	Supply Chain Business Game
Modulnummer	88-021-SCM15-H-0408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL, Supply Chain Management und Operations
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Heinrich Kuhn
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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.*

Inhalte und Themen: *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*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Grundkenntnisse in Produktion und Logistik sowie im Bestandsmanagement*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung (4 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Präsentationen*
- *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)*
 - *Kurzpräsentationen zu den Entscheidungsmöglichkeiten (10 Minuten)*
 - *Präsentation der getroffenen Entscheidungen in den jeweiligen Runden der Unternehmenssimulation, der Lernkurve und der Ergebnisse (15 Minuten)*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *60 h = Präsenzzeit Vorlesung*
- *60 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung*
- *30 h = Prüfungsvorbereitung*

- 150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Modulnote:

- *Einführungspräsentation (50 %)*
- *Kurzpräsentationen (20 %)*
- *Präsentation der getroffenen Entscheidungen (30 %)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen:

- *Teilnahmebeschränkung 16*
- *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*

Tax Policy

Modultitel	Tax Policy
Modultitel Englisch	Tax Policy
Modulnummer	88-021-TA10-H-0316
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	VWL, insb. Finanzwissenschaft
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Dominika Langenmayr
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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.*

Inhalte und Themen:

- *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*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Gute Mathematikkenntnisse (z.B. sicheres Lösen von Maximierungsproblemen)*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung/Übung (4 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Klausur (90 Minuten)*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *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*

Modulnote:

- *Klausur (100 %)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen:

- *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

Modultitel	Theorien und Strategien des Destinationsmanagements und -marketings
Modultitel Englisch	Theory and Strategy in Destination Management and Marketing
Modulnummer	88-021-BR02-H-0812
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Tourismus und nachhaltige Regionalentwicklung M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	Lehrstuhl Tourismus
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Harald Pechlaner
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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.*

Inhalte und Themen: *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.

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung/Seminar (4 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Portfolio*
- *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*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *60 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung*
- *30 h = Vor- und Nachbereitung Übung*

- 60 h = Prüfungsvorbereitung
- 150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Modulnote:

- Portfolio (100 %)

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- Taxation M.Sc.
- Betriebswirtschaftslehre M.Sc.

Bemerkungen: -

Transfer-Modul: Innovative Produktentwicklung mit externen Partnern

Modultitel	Transfer-Modul: Innovative Produktentwicklung mit externen Partnern
Modultitel Englisch	Practical module: Innovative product development in collaboration with external partners
Modulnummer	88-021
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Tourismus und nachhaltige Regionalentwicklung M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	Christliche Sozialethik und Gesellschaftspolitik
Modulverantwortlich	Prof. Dr. André Habisch
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

Kompetenzen:

Modulteilnehmerinnen und –teilnehmer

- *ermitteln Herausforderungen einer bestimmten Zielgruppe in Kooperation mit VertreterInnen;*
- *erlernen die Identifikation von Bedarfen und Marktchancen mithilfe von Interviews, Workshops etc.*
- *erwerben dazu bereichsübergreifende Sprachfähigkeit und Kommunikationsverhalten;*
- *arbeiten effektiv in Teams zusammen;*
- *üben den Transfer von identifizierten Herausforderungen hin zu Produktideen und -konzepten ein;*
- *erlernen innovative Produkt-Entwicklungs-Methoden und wenden diese im eigenen Projekt an;*
- *erlernen das Erstellen von digitalen Prototypen und die Testung kritischer Annahmen;*
- *praktizieren die qualitative Weiterentwicklung der selbst entwickelten Prototypen.*
- *kommunizieren ihre Ergebnisse in sozialen Medien - in enger Kooperation mit der MiB Transferplattform der KU.*
- *reflektieren ihre Erfahrungen in einem abschließenden individuellen Lernbericht*

Zur Erreichung dieser Lernziele wird hohes persönliches Engagement, Bereitschaft zu effektiver Gruppenarbeit und eine enge Abstimmung mit dem/ den betreuenden Dozenten sowie den externen Partnern gefordert.

Inhalte und Themen: Transferveranstaltungen, die in Kooperation mit der KU Transferplattform ‚MenschINBewegung‘ geplant und durchgeführt werden (etwa einem Workshop) führen die Teilnehmenden unmittelbar mit externen Zielgruppen zusammen. Aus der Beobachtung realer Bedarfe werden eigene Ideen für Formate/ Produkte/ Dienstleistungen abgeleitet. Die Teilnehmenden entwickeln unter Anleitung der Seminarleitung sowie unter Rückgriff auf externe Beratungspotenziale Prototypen und testen diese direkt mit der Zielgruppe bzw. mit weiteren externen Partnern. Schließlich generieren sie Feedback aus der Testung und arbeiten dieses in ihren Prototypen ein.

Die Veranstaltung umfasst:

- Teilnahme an einer MenschINBewegung Transferveranstaltung (z.B. Workshops)
- Wöchentliche Mentoring-Sitzungen (digital)
- Schulungen zu Prototyping-Tools (digital)
- Feedbackworkshops mit externen Zielgruppen (digital)
- Eigenständige Kommunikation in sozialen Medien

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- None

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- Fortgeschrittenes Studium im Master

Lehr- und Prüfungssprache:

- Deutsch/Englisch

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- Projektarbeit: Planung und Durchführung von Transferveranstaltungen
- Regelmäßige digitale Supervisionssitzungen mit Lehrpersonal bzw. ggf. externen Kompetenzträgern
- Digitale Präsentation eigenständig entwickelter Prototypen und Testungsmethoden

- *Verfassen einer schriftlichen Ausarbeitung*
- *Abschlusspräsentation*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Gruppenarbeit: Schriftliche Ausarbeitung und Präsentation des erarbeiteten Prototyps (100%)*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *10 h = physische Präsenzzeit für Workshop und Präsentation*
- *28 h = wöchentliche Supervisionssitzungen (digital)*
- *22 h = Vor- und Nachbereitung Präsentation*
- *120 h = Erstellung des Prototyps und der schriftlichen Ausarbeitung (Gruppenarbeit)*
- *150 h = total workload*

Modulnote:

- *Gruppenarbeit (100%)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- -

Bemerkungen:

- *Ausgewählte Titel werden jeweils vor Beginn des Semesters auf CAMPUS bzw. ILLIAS bekannt gegeben.*

Transportlogistik

Modultitel	Transportlogistik
Modultitel Englisch	Transportation Logistics
Modulnummer	88-021-SCM20-H-0419
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	Lehrstuhl für ABWL, Logistik und Operations Analytics
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Pirmin Fontaine
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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*
- *können die erlernten Konzepte auf reale Fragestellungen transferieren und auf Basis von Fallstudien anwenden*

Inhalte und Themen:

- *Grundlagen der Transportlogistik*
- *Transportproblem*
- *Rundreiseproblem*
- *Handlungsreisendenproblem*
- *Netzwerkplanung*
- *Hub-Location-Problem*

- *Facility Location Problem*
- *Praktische Anwendungen*
- *Nachhaltigkeit in der Transportlogistik*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *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.*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung/Übung (4 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *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.

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- 20 h = Präsenzzeit Vorlesung
- 20 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung
- 24 h = Präsenzzeit Übung
- 24 h = Vor- und Nachbereitung Übung
- 32 h = Anfertigung Fallstudie
- 30 h = Prüfungsvorbereitung
- 150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Modulnote:

- Klausur (67%)
- Fallstudie (33%)

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- Taxation M.Sc.

Bemerkungen:

- 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

Umsatzsteuerrecht

Modultitel	Umsatzsteuerrecht
Modultitel Englisch	Value Added Tax (VAT)
Modulnummer	88-021-TX03-H-0917
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL und Betriebswirtschaftliche Steuerlehre
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Reinald Koch
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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.*

Inhalte und Themen:

- *Unternehmer und Organschaft*
- *Lieferungen (Ort der Lieferung, Reihengeschäfte, innergemeinschaftliche Lieferung, Ausfuhr)*
- *Sonstige Leistungen (Leistungsaustausch, Schadenersatz etc.)*
- *Steuerschuldner, Steuerentstehung und Bemessungsgrundlage*

- *Vorsteuerabzug*
- *Compliance: Umsatzsteuer-Voranmeldung, Umsatzsteuererklärung etc.*
- *Besonderheiten Real Estate, M&A inkl. Geschäftsveräußerung im Ganzen*
- *Umsatzsteuer und Lohnsteuer*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

-

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung*
- *Fallstudie*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Präsentation zu einer Fragestellung und Diskussion*
- *In Arbeitsgruppen ist eine Präsentation zu einer vorgegebenen Fragestellung ((z.B. aktuelle Rechtsprechung, Fragestellung Mandant, Sachverhalt Betriebsprüfung) auszuarbeiten, vorzustellen und zu diskutieren.*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *16 h = Präsenzzeit Vorlesung*
- *45 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung*
- *78 h = Bearbeitung Fallstudie*

- 8 h = *Präsenzzeit Abschlusspräsentation*
- 150 h = *Arbeitsaufwand gesamt*

Modulnote:

- *Präsentation und Diskussion (100 %)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen: *Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben*

Umwandlungsrecht

Modultitel	Umwandlungsrecht
Modultitel Englisch	Commutation Law
Modulnummer	88-021-WR07-H-0408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	Bürgerliches Recht, Zivilprozessrecht und Insolvenzrecht
Modulverantwortlich	Prof. Dr. iur. Christian Heinrich
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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.*

Inhalte und Themen:

- *Die Vorlesung vertieft die Grundlagen und Besonderheiten des Umwandlungsrechts.*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Privatrecht I und II*
- *Handels- und Gesellschaftsrecht*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung (2 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Klausur (90 Minuten)*
- *In der Klausur am Ende des Semesters wird anhand von Theoriefragen und Fallaufgaben der erlernte Stoff geprüft.*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *26 h = Präsenzzeit Vorlesung*
- *100 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung*
- *24 h = Prüfungsvorbereitung*
- *150 h = Arbeitsaufwand gesamt*

Modulnote:

- *Klausur (100 %)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen: -

Umwandlungssteuerrecht

Modultitel	Umwandlungssteuerrecht
Modultitel Englisch	Restructuring of Organizations
Modulnummer	88-021-TA03-H-0408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL und Betriebswirtschaftliche Steuerlehre
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Reinald Koch
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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.*

Inhalte und Themen:

- *Überblick zum Umwandlungsrecht*
- *Verschmelzung von Kapitalgesellschaften auf Personengesellschaften*
- *Verschmelzung von Kapitalgesellschaften*
- *Spaltung von Kapitalgesellschaften*
- *Einbringung in Kapital- und Personengesellschaften*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Jahresabschluss und Unternehmensbesteuerung oder ein vergleichbarer Kurs wird empfohlen*
- *Unternehmenssteuerrecht oder ein vergleichbarer Kurs wird empfohlen*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung mit zahlreichen Übungsbeispielen (2 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Klausur (90 Minuten)*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *28 h = Präsenzzeit Vorlesung*
- *56 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung*
- *66 h = Prüfungsvorbereitung*
- *150 h = Arbeitsaufwand gesamt*

Modulnote:

- *Abschlussklausur (100 %)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen: *Literatur wird bekannt gegeben*

Unternehmensethik

Modultitel	Unternehmensethik
Modultitel Englisch	Advanced Business Ethics
Modulnummer	88-021-WM07-H-1222
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	Christliche Sozialethik und Gesellschaftspolitik
Modulverantwortlich	Prof. Dr. André Habisch
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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.*

Inhalte und Themen:

- *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*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung/Übung (4 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Klausur (90 Minuten)*
- *Das Modul wird durch eine Klausur abgeschlossen, die Multiple Choice wie auch Textfragen enthält. In der begleitenden Übung werden Fallstudien bearbeitet und Kurzpräsentationen gehalten.*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *44 h = Präsenzzeit Vorlesung*
- *66 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung (100% der Lehrveranstaltung)*
- *40 h = Prüfungsvorbereitung und ggf. Kurzreferate*
- *150 h = Arbeitsaufwand gesamt*

Modulnote:

- *Klausur (100 %)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen:

- 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-Heilderberg: 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, Chippenham-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.*

Wirtschaftliches Prüfungswesen

Modultitel	Wirtschaftliches Prüfungswesen
Modultitel Englisch	Internal and external auditing
Modulnummer	88-021-AC05-S-VL-0408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL, Controlling und Wirtschaftsprüfung
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Max Göttsche
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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.*

Inhalte und Themen:

- *Einleitung und Grundlagen der Wirtschaftsprüfung*
- *Corporate Governance*
- *Internes Kontrollsystem/Risikofrüherkennungssystem*
- *Analytische Prüfungshandlung*

- *Einzelfallprüfung*
- *Dolose Handlungen*
- *Prüfungshonorare*
- *Unabhängigkeit*
- *Ethik*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Grundkenntnisse im Bereich Prüfungslehre/Wirtschaftsprüfung*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Deutsch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung und Übung*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Klausur 100% (90 Minuten)*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *28 h = Präsenzzeit Vorlesung*
- *28 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung*
- *14 h = Präsenzzeit Übung*
- *28 h = Vor- und Nachbereitung Übung*
- *52 h = Prüfungsvorbereitung*
- *150 h = Arbeitsaufwand gesamt*

Modulnote:

- *Leistungsnachweis oder bestanden/nicht bestanden*
- *Klausur am Ende des Semesters*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation: Minor Accounting and Auditing*

Bemerkungen:

- *Keine*

Wirtschafts- und Unternehmensethik

Modultitel	Wirtschafts- und Unternehmensethik
Modultitel Englisch	Advanced Economic Ethics
Modulnummer	88-021-ETH20-S-SE-0408
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	Economic Ethics and Social policy
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Jörg Althammer
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

Kompetenzen:

- *Students will be enabled to gain in-depth-knowledge of the theories and methods of normative economic ethics. Furthermore, they reflect about the basics of welfare economics and the economic theory of distributive justice.*
- *The course enables students to perceive ethical problems at an economy wide level, to analyze them, and to develop appropriate solutions.*

Inhalte und Themen:

- *Social Choice and Welfare Economics*
- *Economic Theory of distributive justice*
- *Game Theory and Economic Ethics*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Basic knowledge in economic theories*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Seminar (2 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Portfolio*
- *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 to ensure that students reflect on their understanding of these advanced topics.*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *20 h = Time of attendance lecture*
- *20 h = Preparation and postprocessing lecture*
- *100 h = Exam preparation*
- *150 h = Total workload*

Modulnote:

- *Term paper / essay (80 %)*
- *Oral presentation (20 %)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen:

- *Die Vorlesung orientiert sich stark an:
– Merchant, K. A. and Van der Stede, W. A., Management Control Systems, FT Prentice Hall, 2012 (third edition). [MS]*

- 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.

Aktuelle Wirtschaftsthemen aus Spanien & Lateinamerika

Modultitel	Aktuelle Wirtschaftsthemen aus Spanien & Lateinamerika
Modultitel Englisch	Gestión Empresarial en España y Latinoamérica
Modulnummer	82-021-KUG10-H-0818
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	Zentrum für Wirtschaftssprachen
Modulverantwortlich	Lawrence Diederich
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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*

Inhalte und Themen:

- *Modulinhalt sind tagesaktuelle Wirtschaftsthemen aus Spanien und Lateinamerika*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Wirtschaftsspanisch I & II o.ä., Niveau B2+*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Spanisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- Übung (3 SWS)

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Portfolio
- 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.

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- 39 h = Präsenzzeit Übung
- 59 h = Vor- und Nachbereitung Übung
- 52 h = Prüfungsvorbereitung
- 150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Modulnote:

- Mündliche Prüfung (50 %)
- Schriftliche Prüfung (50 %)

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- Taxation M.Sc.

Bemerkungen: Teilnahmebeschränkung: 15

Interkulturelle Kommunikation

Modultitel	Interkulturelle Kommunikation
Modultitel Englisch	Intercultural Communication
Modulnummer	82-021-KUG12-H-0507
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	Zentrum für Wirtschaftssprachen
Modulverantwortlich	Lawrence Diederich
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

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.*

Inhalte und Themen:

- *Kultur*
- *Stereotypen und Kulturschock*
- *Kultur und Konfliktlösungen*
- *Kultur und gender*
- *Deutsche und amerikanische Wertestrukturen*
- *Deutsch-amerikanische Teams*
- *Deutsch-amerikanische Verhandlungen und Besprechungen.*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Wirtschaftsenglisch I & II o.ä., Niveau B2+*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Übung (2 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Portfolio*
- *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.

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *26 h = Präsenzzeit Übung*
- *52 h = Vor- und Nachbereitung Übung*
- *72 h = Prüfungsvorbereitung/Paper*
- *150 h = Arbeitsaufwand gesamt*

Modulnote:

- *Mündliche Prüfung (40 %)*
- *Schriftliche Prüfung (30 %)*

- *Termpaper (30 %)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen:

- *Teilnahmebeschränkung: 15*

La gestion de l'entreprise

Modultitel	La gestion de l'entreprise
Modultitel Englisch	French for Management
Modulnummer	82-021-KUG05-H-0507
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	SoSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	Zentrum für Wirtschaftssprachen
Modulverantwortlich	Lawrence Diederich
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS

Kompetenzen: *In diesem Modul erwerben Studierende*

- *Begriffe des Unternehmensmanagements in der Zielfachsprache*
- *Interaktionskompetenzen durch regelmäßige Gruppenarbeit*
- *Reflexionskompetenz durch extensives Feedback*
- *grundlegende interkulturelle Kompetenzen*

Inhalte und Themen:

- *Das Modul beschäftigt sich mit unterschiedlichen Managementkonzepten und -techniken und die dafür notwendigen sprachlichen Mittel. (Niveau C1).*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Wirtschaftsfranzösisch I & II o.ä., Niveau B2+*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Französisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Übung (3 SWS)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Mit mindestens „ausreichend“ bewerteter Leistungsnachweis: Portfolio*
- *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.

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *39 h = Präsenzzeit Übung*
- *59 h = Vor- und Nachbereitung Übung*
- *52 h = Prüfungsvorbereitung*
- *150 h = Arbeitsaufwand gesamt*

Modulnote:

- *Mündliche Prüfung (20 %)*
- *Klausur (30 %)*
- *Präsentation (50 %)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

- *Taxation M.Sc.*

Bemerkungen: *Teilnahmebeschränkung: 15*