

**Fachprüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Studies des Fachbereiches Wirtschaftswissenschaften der Universität Kassel vom 23. Mai 2012**

**Inhalt**

**I. Allgemeines**

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Akademische Grade; Profiltyp
- § 3 Regelstudienzeit, Umfang des Studiums, Studienbeginn
- § 4 Prüfungsausschuss
- § 5 Prüfungsleistungen, Modulprüfungen, Wiederholungen

**II. Masterabschluss**

- § 6 Zulassungsvoraussetzungen zum Masterstudium
- § 7 Prüfungsteile des Masterabschlusses
- § 8 Masterarbeit (Abschlussmodul)
- § 9 Bildung und Gewichtung der Note

**III. Übergangs- und Schlussbestimmungen**

- § 11 In-Kraft-Treten

**Anlagen**

## I. Allgemeines

### § 1 Geltungsbereich

Die Fachprüfungsordnung des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften für den konsekutiven Masterstudiengang Business Studies enthält ergänzende Regelungen zu den Allgemeinen Bestimmungen für Fachprüfungsordnungen mit den Abschlüssen Bachelor und Master (AB Bachelor/Master) an der Universität Kassel in der jeweils geltenden Fassung.

### § 2 Akademische Grade, Profiltyp

(1) Der Masterstudiengang Business Studies wird in den Spezialisierungen

- Finance, Accounting, Controlling and Taxation,
- Information, Innovation and Management, und
- Dialogmarketing

angeboten. Aufgrund der bestandenen Prüfung wird durch den Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der akademische Grad „Master of Science (M.Sc.)“ verliehen. Im Zeugnis über die Masterprüfung wird neben der Studiengangsbezeichnung „Business Studies“ die gewählte Spezialisierung als Studienschwerpunkt aufgenommen.

(2) Der Masterstudiengang Business Studies ist vom Profiltyp als forschungsorientierter Studiengang konzipiert. Näheres ergibt sich aus dem Diploma-Supplement.

### § 3 Regelstudienzeit, Umfang des Studiums, Studienbeginn

(1) Die Regelstudienzeit für das Masterstudium beträgt einschließlich Masterarbeit drei Semester. Infolge von Auflagen gemäß § 6 Absatz 2 kann sich die Studienzeit um ein Semester verlängern.

(2) Für den abgeschlossenen Masterstudiengang werden insgesamt 90 Credits vergeben, davon in der Spezialisierung „Finance, Accounting, Controlling and Taxation“ 18 Credits, in den Spezialisierungen „Information, Innovation and Management“ und „Dialogmarketing“ jeweils 24 Credits für das aus der Masterarbeit bestehende Abschlussmodul.

(3) Das Masterstudium beginnt zu jedem Semester.

### § 4 Prüfungsausschuss

(1) Entscheidungen in Prüfungsangelegenheiten trifft der Prüfungsausschuss Business Studies.

(2) Dem Prüfungsausschuss gehören an

- a) drei Professorinnen oder Professoren,
- b) eine wissenschaftliche Mitarbeiterin oder ein wissenschaftlicher Mitarbeiter,
- c) eine Studierende oder ein Studierender der Studiengänge Business Studies oder Wirtschaftswissenschaften oder Economic Behaviour and Governance.

### § 5 Prüfungsleistungen, Modulprüfungen, Wiederholungen

(1) Als Prüfungsleistungen kommen insbesondere folgende Prüfungsarten in Frage

- Klausur (mindestens 15 Minuten je Credit)
- mündliche Prüfung (20 bis 30 Minuten)
- schriftliche Hausarbeit bzw. Seminararbeit
- Referat mit schriftlicher Ausarbeitung.

(2) Die studienbegleitenden Modulprüfungen können aus mehreren Modulteilprüfungen bestehen, sofern dies aus didaktisch-methodischen Gründen erforderlich ist und/oder die Module einen Umfang von mindestens 9 Credits aufweisen.

(3) Die Modulprüfung gilt als bestanden, wenn alle Modulteilprüfungen mit mindestens „ausreichend“ bewertet werden.

(4) Nicht bestandene Modulprüfungen können zweimal wiederholt werden. Eine Wiederholung bestandener Modulprüfungen ist nicht zulässig.

(5) Besteht eine Modulprüfung aus mehreren Modulteilprüfungen, so können die mit „nicht ausreichend“ bewerteten Teilprüfungen zweimal wiederholt werden. Sie sind zum nächstmöglichen Prüfungstermin zu wiederholen. Ein Wechsel zu anderen Modulteilprüfungen anlässlich einer Wiederholung ist zulässig. Eine Wiederholung bestandener Teilprüfungen ist nicht zulässig. Ist eine Modulteilprüfung endgültig nicht bestanden, so ist auch die Modulprüfung endgültig nicht bestanden.

(6) Modulprüfungen und Modulteilprüfungen können sich kumulativ aus mehreren der unter Abs. (1) genannten Prüfungsarten zusammensetzen.

(7) Bei der Anmeldung zu einer Prüfungsleistung ist die Zuordnung zu einem Modul anzugeben, andernfalls zählt die Prüfungsleistung als Zusatzleistung. Die Umwandlung von einer Modulprüfungsleistung in eine Zusatzleistung sowie die Umwandlung von einer Zusatzleistung in eine Modulprüfungsleistung ist nicht möglich.

## II. Masterabschluss

### § 6 Zulassungsvoraussetzungen zum Masterstudium

(1) Zum Masterstudium kann nur zugelassen werden, wer

- 1a) die Bachelorprüfung oder die Diplom I-Prüfung im Studiengang Wirtschaftswissenschaften der Universität Kassel bestanden hat oder
- 1b) einen anderen Abschluss einer bundesdeutschen wissenschaftlichen Hochschule oder Fachhochschule oder einer ausländischen Hochschule mit einer Regelstudienzeit von mindestens sechs Semestern erworben hat und
2. mindestens 210 Credits und
3. die fachliche Einschlägigkeit gemäß Absatz 3 und
4. die ausreichende Kenntnis der englischen Sprache gemäß Absatz 4 nachweist und
5. in einem Motivationsschreiben im Umfang von maximal einer Seite bei der Bewerbung überzeugend seine persönliche Motivation sowie seine auch durch bisherige Studienleistungen und wissenschaftliche Arbeiten nachgewiesene fachliche Eignung für den Masterstudiengang darlegt.
6. Sind die Motivation oder die Eignung nicht eindeutig erkennbar, kann vom Prüfungsausschuss ein Auswahlgespräch angesetzt werden.

(2) Fehlen die Voraussetzungen nach Absatz 1 Nr. 2, spricht der Prüfungsausschuss die Zulassung unter der Auflage aus, dass bis zur Masterarbeit das erfolgreiche Absolvieren von Modulen aus dem Bachelorstudium im Umfang von maximal 30 Credits nachgewiesen wird. Die fehlenden Credits sind bis zur Anmeldung für die Masterarbeit zu erbringen. Noten der zusätzlich zu erbringenden Prüfungsleistungen gehen nicht in die Abschlussnote ein.

- (3) Die fachliche Einschlägigkeit ist gegeben, wenn wenigstens die folgenden Leistungen erbracht worden sind:
1. Leistungen in Betriebswirtschaftslehre im Umfang von wenigstens 60 Credits, davon mindestens 30 Credits im Bereich einer der in § 2 Abs. 1 genannten Spezialisierungen,
  2. Leistungen in Mathematik oder Statistik oder Ökonometrie im Umfang von zusammen wenigstens 18 Credits und
  3. Leistungen in Volkswirtschaftslehre im Umfang von wenigstens 12 Credits.

Die Feststellung der fachlichen Einschlägigkeit kann davon abhängig gemacht werden, dass Leistungen nach Absatz 3 Nr. 1 bis 3, die bisher noch nicht erbracht worden sind, bis zur Anmeldung für die Masterarbeit nachgeholt werden. Die Feststellung der fachlichen Einschlägigkeit ist ausgeschlossen, sofern der Umfang der Leistungen nach Absatz 3 Nr. 1 bis 3, die bislang noch nicht erbracht worden sind, zusammen mehr als 12 Credits beträgt.

(4) Bewerberinnen und Bewerber, deren Muttersprache nicht Englisch ist, müssen über ausreichende Kenntnisse der englischen Sprache verfügen. Als ausreichend gelten Kenntnisse auf dem Niveau B 2 (GER). Die Englischkenntnisse sind durch Mindestleistungen in einem international anerkannten Test oder vergleichbare Leistungen nachzuweisen.

### § 7 Prüfungsteile des Masterabschlusses

(1) Der Masterabschluss besteht aus den Modulprüfungen der in Absatz 2 aufgeführten Module sowie dem Abschlussmodul gem. § 8.

(2) In Abhängigkeit von der gewählten Spezialisierung sind folgende Module für die Masterprüfung zu erbringen:

a) „Finance, Accounting, Controlling and Taxation“

Nr.	Modul	Credits
FACT1	Unternehmensführung und Controlling	12
FACT2	Forschungsmethoden	6
FACT3	Volkswirtschaftslehre	12
FACT4	Finance	6
FACT5	Unternehmensrechnung	6
FACT6	Steuern und Recht	12
FACT7	Accounting	12
FACT8	Projektseminar FACT	6

b) „Information, Innovation and Management“

Nr.	Modul	Credits
IIM1	Unternehmensführung und Controlling	12
IIM2	Forschungsmethoden	12
IIM3	Economic Behaviour	12
IIM4	Service, Information und Supply Chain	12
IIM5	Innovations- und Wissensmanagement	12
IIM6	Projektseminar IIM	6

c) „Dialogmarketing“

Nr.	Modul	Credits
DiMark1	Unternehmensführung und Controlling	12
DiMark2	Forschungsmethoden	12
DiMark3	Economic Behaviour	12
DiMark4	Dialogorientiertes Kommunikationsmanagement (Interactive Communication Management)	12
DiMark5	Markt- und Kundenmanagement im Dialogmarketing (Interactive Market and Customer Management)	12
DiMark6	Projektseminar Dialogmarketing	6

(3) Mindestens 12 Credits müssen in englischsprachigen Lehrveranstaltungen erworben werden.

(4) Die Festlegung des Spezialisierungsbereichs erfolgt mit dem Antritt zur ersten ausschließlich für diesen Spezialisierungsbereich anzurechnenden Modul- oder Modulteilprüfung. Ein Wechsel des Spezialisierungsbereichs bedarf der Genehmigung durch den Prüfungsausschuss.

### **§ 8 Masterarbeit (Abschlussmodul)**

(1) Die Masterarbeit bildet das Abschlussmodul. Für dieses Modul werden in der Spezialisierung „Finance, Accounting, Controlling and Taxation“ 18 Credits, in den Spezialisierungen „Information, Innovation and Management“ und „Dialogmarketing“ jeweils 24 Credits vergeben.

(2) Das Thema der Masterarbeit wird frühestens im zweiten Semester auf Antrag ausgegeben. Vor Beginn der Masterarbeit ist der Nachweis von 54 Credits, davon mindestens 30 Credits in dem gewählten Spezialisierungsbereich zu erbringen. Die Bearbeitungszeit der Masterarbeit beträgt in der Spezialisierung „Finance, Accounting, Controlling and Taxation“ drei Monate und in den Spezialisierungen „Information, Innovation and Management“ und „Dialogmarketing“ jeweils fünf Monate. Die Bearbeitungszeit beginnt mit dem Tag der Bekanntgabe des Themas.

(3) Kann der erste Abgabetermin aus Gründen, die der Kandidat oder die Kandidatin nicht zu vertreten hat, nicht eingehalten werden, so wird die Abgabefrist um die Zeit der Verhinderung, längstens jedoch um vier Wochen verlängert.

(4) Die Masterarbeit ist fristgerecht in zwei gebundenen schriftlichen Exemplaren und einem elektronischem Exemplar beim Prüfungsausschuss abzugeben. Die Masterarbeit ist grundsätzlich in deutscher Sprache zu schreiben. Im Einvernehmen mit den Gutachtern kann die Masterarbeit in einer anderen Sprache erbracht werden.

### **§ 9 Bildung und Gewichtung der Note**

Die Gesamtnote der Masterprüfung errechnet sich aus dem gewichteten arithmetischen Mittel der Gesamtnote der Modulprüfungen gemäß § 7 Absatz 2 und der Note des Abschlussmoduls gemäß § 8. Die Gesamtnote der Modulprüfungen gemäß § 7 Absatz 2 errechnet sich als arithmetisches Mittel der nicht gerundeten, mit den je Modul anrechenbaren Credits gewichteten Modulnoten. Für die Berechnung der Gesamtnote werden die Gesamtnote der Modulprüfungen gemäß § 7 Absatz 2 und die Note des Abschlussmoduls mit ihren anrechenbaren Credits gewichtet.

## **III. Übergangs- und Schlussbestimmungen**

### **§ 11 In-Kraft-Treten**

Diese Prüfungsordnung tritt am Tag nach ihrer Veröffentlichung im Mitteilungsblatt der Universität Kassel in Kraft.

Kassel, den 26. März 2013

Der Dekan des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften  
Prof. Dr. Ralf Wagner

**Übersicht Module in der Spezialisierung Finance, Accounting, Controlling, Taxation (FACT)**

Semester						Credits
III	Unternehmensrechnung (FACT 5) 6 Credits	Projektseminar FACT (FACT 8) 6 Credits	Masterarbeit (FACT 9)  18 Credits			30
II	Unternehmensführung und Controlling (FACT 1)  12 Credits	Finance (FACT 4)  6 Credits	VWL (Finanzwissenschaft; Wirtschaftspolitik) (FACT 3)  12 Credits	Steuern und Recht (FACT 6)  12 Credits	Accounting (FACT 7)  12 Credits	30
I		Forschungsmethoden (FACT 2) 6 Credits				30

### Anmerkungen

Ungeachtet der primär betriebswirtschaftlichen Ausrichtung ist die Spezialisierung durch ein außerordentlich großes Maß an Interdisziplinarität gekennzeichnet. Das ergibt sich nicht zuletzt aus dem vergleichsweise hohen Anteil volkswirtschaftlicher und rechtswissenschaftlicher Veranstaltungen.

Die Module beinhalten nur in begrenztem Umfang Wahlmöglichkeiten. Damit wird sichergestellt, dass die Absolventen über die unverzichtbaren Kenntnisse in den genannten Bereichen verfügen. „Mogelpackungen“ sind insoweit ausgeschlossen. Das erhöht in nicht unbeträchtlichem Maße die Akzeptanz auf Seiten der nachfragenden Unternehmen.

Die Veranstaltungen können grundsätzlich auch in englischer Sprache angeboten werden (z.B. International Taxation).

Mindestens ein Seminar ist zwingend vorgeschrieben. Dessen Inhalt orientiert sich jeweils an aktuellen Fragestellungen. Daneben können aber auch andere Module in Seminarform angeboten werden.

## Übersicht Module in der Spezialisierung Information, Innovation und Management (IIM)

Semester						Credits
III	Projektseminar IIM (IIM 6) 6 Credits	Masterarbeit (IIM 7) 24 Credits				30
II	Unternehmensführung und Controlling (IIM 1)  12 Credits	Forschungsmethoden (IIM 2)  12 Credits	Economic Behaviour (IIM 3)  12 Credits	Service, Information und Supply Chain (IIM 4)  12 Credits	Innovations- und Wissensmanagement (IIM 5)  12 Credits	30
I						30

**Anmerkungen**

Die Module beinhalten größtenteils Wahlmöglichkeiten, so dass den Studierenden entsprechend ihrer Interessenschwerpunkte Alternativen angeboten werden können. Volkswirtschaftliche Fragestellungen werden durch das Modul "Economic Behaviour" integriert.

Für die Masterarbeit sind 24 Credits vorgesehen, um so einen Bearbeitungszeitraum zu gewährleisten, der eigene empirische Erhebungen ermöglicht.

Das Projektseminar, das von allen Dozenten der Spezialisierung im Wechsel und auch in Kooperation angeboten wird, hat zum Ziel, das in den ersten beiden Semestern erworbene Wissen auf konkrete Praxisprojekte anzuwenden.

## Übersicht Module in der Spezialisierung Dialogmarketing (DiMark)

Semester						Credits
III	Projektseminar Dialog- marketing (DiMark 6)  6 Credits	Masterarbeit (DiMark 7)  24 Credits				30
II	Unternehmens- führung und Controlling (DiMark 1)  12 Credits	Forschungs- methoden (DiMark 2)  12 Credits	Economic Behaviour (DiMark 3)  12 Credits	Dialogorientiertes Kommunikations- management/ Communication Management (DiMark 4)  12 Credits	Markt- und Kun- denmanagement im Dialogmarke- ting/Market and Customer Management (DiMark 5)  12 Credits	30
I						30

**Anmerkungen**

Die Module beinhalten größtenteils Wahlmöglichkeiten, so dass den Studierenden entsprechend ihrer Interessenschwerpunkte Alternativen angeboten werden können. Volkswirtschaftliche Fragestellungen werden durch das Modul "Economic Behaviour" integriert.

Für die Masterarbeit sind 24 Credits vorgesehen, um so einen Bearbeitungszeitraum zu gewährleisten, der eigene empirische Erhebungen ermöglicht.

Das Projektseminar, das von allen Dozenten der Spezialisierung im Wechsel und auch in Kooperation angeboten wird, hat zum Ziel, das in den ersten beiden Semestern erworbene Wissen auf konkrete Praxisprojekte anzuwenden.

## Anlage : Studien- und Prüfungsplan

<b>Modulname</b>	<b>FACT 1, IIM 1, DiMark 1: Unternehmensführung und Controlling</b>
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele</b>	<p>Das Modul bietet eine breite Einführung in Fragen der Unternehmensführung und des Controlling. Dazu gehört der strategische Managementprozess, für den dann Informationen und entsprechende IT-Systeme zur Verfügung zu stellen sind. Die Steuerung und Kontrolle der damit verbunden Informationsversorgung und Entscheidungsvorbereitung obliegt dem Informationsmanagement und dem Controlling. Unter dem Stichwort Corporate Governance werden Fragen der formalen Unternehmensverfassung behandelt.</p> <p>a) Strategische Unternehmensführung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategischer Managementprozess</li> <li>• Market-based View</li> <li>• Resource-based View</li> <li>• Bezug zur Organistationstheorie</li> <li>• Dynamic Capabilities</li> <li>• Netzwerke und Netzwerkmanagement</li> </ul> <p>b) Informationsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufgaben, Konzepte und praktische Lösungen</li> <li>• Management von Informationssystemen</li> <li>• Strategisches Management von IT in Organisationen</li> <li>• Wissensmanagement</li> <li>• IT Governance</li> <li>• Führungsaufgaben im Informationsmanagement</li> </ul> <p>c) Controlling</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Weiterentwicklung des Controlling-Konzeptes</li> <li>• Strategisches Controlling</li> <li>• Strategische Planung und Kontrolle</li> <li>• Erfolg des Controlling</li> <li>• Accountability</li> </ul> <p>d) Corporate Governance</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Theorien und Grundstrukturen</li> <li>• Leitungs- und Kontrollkompetenz</li> <li>• Corporate Governance Kodex und internationale Regelungen</li> </ul> <p>Die Studenten sind in der Lage, verschiedene Theorien und Konzepte der Unternehmensführung und des Controlling voneinander abzugrenzen. Sie können diese Ansätze auf unternehmensbezogene Fragestellungen anwenden und daraus Lösungen für die organisatorische Praxis entwickeln.</p>
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	VL (i.d.R. 4 SWS), S (i.d.R. 4 SWS)
<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation in den Studiengängen: Business Studies (FACT, IIM, Dialogmarketing) Economic Behaviour and Governance, Nachhaltiges Wirtschaften, Wirtschaftsingenieurwesen, Wirtschaftspädagogik

<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	120 Std. Kontaktstudium 240 Std. Selbststudium
<b>Studienleistungen</b>	Bei Seminaren: Diskussionsbeteiligung
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	Immatrikulation in einem der o.a. Studiengänge, bei Seminar zusätzlich erbrachte Studienleistung (s.o.)
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur (2 Std.) oder Referat (ca. 20 Min.) mit schriftlicher Ausarbeitung (ca. 12 S.) oder Hausarbeit (ca. 20 S.), Spezifikation erfolgt in der Beschreibung der jeweiligen Lehrveranstaltung, Modulprüfungsleistung besteht aus zwei Teilmodulprüfungsleistungen.
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	12 Credits

<b>Modulname</b>	<b>FACT 2, IIM 2, DiMark 2: Forschungsmethoden</b>
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele</b>	<p>Das Modul bietet eine vertiefte Ausbildung im Bereich der Forschungsmethoden, die im betriebswirtschaftlichen Kontext eingesetzt werden. Damit soll das Verstehen und die Analyse anspruchsvoller empirischer Fragestellungen ermöglicht werden. Da die in der Betriebswirtschaftslehre eingesetzten Methoden sehr breit gefächert sind, soll das Angebot folgende unterschiedliche methodische Zugänge umfassen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Statistisch-quantitative Methoden</li> <li>• Qualitative Methoden</li> <li>• Experimentelle Forschung</li> <li>• Design Research</li> <li>• Simulationstechniken.</li> </ul> <p>Aufbauend auf die im Bachelor-Studium erworbenen methodischen Kenntnisse sollen die Studierenden das fortgeschrittene Rüstzeug des empirischen Arbeitens bei wirtschaftswissenschaftlichen Fragestellungen erlernen. Da die computergestützte Analyse inzwischen zum Standard zählt, ist der Einsatz von Spezialsoftware hierbei unerlässlich. Ein herausragendes Lernziel besteht darin, die Studierenden zu befähigen, wissenschaftlich fundiert adäquate wirtschaftswissenschaftliche Methoden bei einer empirischen Analyse betriebs- und volkswirtschaftliche Problemstellungen auszuwählen und einzusetzen. Hierdurch werden die Studierenden in die Lage versetzt, Lösungsansätze auf wissenschaftlichem Niveau zu interpretieren und kritisch zu bewerten.</p>
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	VL (i.d.R. 4 SWS), S (i.d.R. 4 SWS)
<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation in den Studiengängen: Business Studies (FACT, IIM, Dialogmarketing), Economic Behaviour and Governance, Nachhaltiges Wirtschaften, Wirtschaftsingenieurwesen, Wirtschaftspädagogik
<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	Bei IIM und DiMark: 120 Std. Kontaktstudium, 240 Std. Selbststudium Bei FACT: 60 Std. Kontaktstudium, 120 Std. Selbststudium
<b>Studienleistungen</b>	Bei Seminaren: Diskussionsbeteiligung
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	Immatrikulation in einem der o.a. Studiengänge, bei Seminar zusätzlich erbrachte Studienleistung (s.o.)
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur (2 Std.) oder Referat (ca. 20 Min.) mit schriftlicher Ausarbeitung (ca. 12 S.) oder Hausarbeit (ca. 20 S.), Spezifikation erfolgt in der Beschreibung der jeweiligen Lehrveranstaltung, Modulprüfungsleistung besteht in IIM und DiMark aus zwei Teilm modulprüfungsleistungen und in FACT aus einer Modulprüfungsleistung.
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	12 Credits in den Spezialisierungen IIM und DiMark, 6 Credits in der Spezialisierung FACT

<b>Modulname</b>	<b>FACT 3: VWL: Finanzwissenschaft und Wirtschaftspolitik</b>
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele</b>	<p>Gegenstand dieses Moduls ist die Anwendung von Konzepten und Methoden aus der VWL auf normative und positive Fragen der Wirtschaftspolitik und Finanzwissenschaft. Neben Fragen der Besteuerungs-, der Verschuldungs-, Geld- und Währungspolitik werden weitere Bereiche der Wirtschaftspolitik mit besonderem Bezug zu Fragen von Finanzwirtschaft, Rechnungslegung, Controlling und Besteuerung behandelt.</p> <p>Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, theoretisch wie empirisch gestützte Aussagen zu treffen über Ursachen und Lösungsansätze zu den drängenden wirtschaftlichen, insbesondere finanzpolitischen Problemen unserer Zeit zu entwickeln. Als Beispiele sind zu nennen die Konsequenzen des demografischen Wandels, die EU-Integration, Implikationen der Globalisierung für die nationalen Politikfelder z.B. im Bereich der Steuer-, Geld- und Währungspolitik, etc. Im Einzelnen werden folgende Qualifikationen erworben:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anwendung volkswirtschaftlicher Ansätze auf konkrete wirtschaftspolitischen Fragestellungen</li> <li>• Befähigung zur eigenständigen kritischen Analyse von wirtschaftspolitischen Konzepten</li> <li>• Kenntnisse der Rahmenbedingungen staatlichen Handelns und ihrer Wirkungen auf die Ergebnisse der Wirtschafts- und Finanzpolitik</li> </ul> <p>Die Studierenden erhalten Einblick in das Rüstzeug eines professionellen Ökonomen. Die erworbenen Kenntnisse sind für das Führungspersonal im Finanzsektor sowie Industrie und Handel ebenso wichtig wie für die Experten in den Stabsstellen von großen Unternehmen oder für Studierende, die später im Bereich Steuerberatung und Wirtschaftsprüfung tätig sein wollen.</p>
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	VL (i.d.R. 4 SWS), S (i.d.R. 4 SWS)
<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation in den Studiengängen: Economic Behaviour and Governance, Business Studies (FACT), Wirtschaftsingenieurwesen, Wirtschaftsromanistik, English and American Culture and Business Studies (EACBS)
<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	120 Std. Kontaktstudium 240 Std. Selbststudium
<b>Studienleistungen</b>	Bei Seminaren: Diskussionsbeteiligung
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	Immatrikulation in einem der o.a. Studiengänge, bei Seminar zusätzlich erbrachte Studienleistung (s.o.)
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur (2 Std.) oder Referat (ca. 20 Min.) mit schriftlicher Ausarbeitung (ca. 12 S.) oder Hausarbeit (ca. 20 S.), Spezifikation erfolgt in der Beschreibung der jeweiligen Lehrveranstaltung, Modulprüfungsleistung besteht aus zwei Teilmodulprüfungsleistungen.
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	12 Credits

<b>Modulname</b>	<b>FACT 4: Finance</b>
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele</b>	<p>Ziel des Moduls ist es, im Bereich Finanzmärkte und Finanzmanagement vertiefte Kenntnisse zu vermitteln, insbesondere über</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Interaktion zwischen dem realen und finanziellen Sektor einer Volkswirtschaft,</li> <li>• die theoretische Rechtfertigung der Existenz von Finanzmärkten,</li> <li>• die universelle Steuerungsfunktion von Zinssätzen,</li> <li>• die Stabilisierungs- und Destabilisierungsmechanismen internationaler Finanzmärkte,</li> <li>• Fortgeschrittene Verfahren der Finanzanalyse (z.B. markttechnische Analyse),</li> <li>• Fortgeschrittene Verfahren des Portfolio- und Fondsmanagements,</li> <li>• Fortgeschrittene Verfahren zur Vorteilhaftigkeitsbestimmung von Investitions- und Finanzierungsvorhaben.</li> </ul> <p><b>Bereich: Kapitalmarktanalyse</b></p> <p>Den Studierenden werden die erforderlichen Kenntnisse vermittelt, um</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die unterschiedlichen finanzanalytischen Methoden und deren praktische Anwendung zu beherrschen,</li> <li>• die diversen Thesen über die angebliche Abkopplung von Finanz- und Realsphäre kritisch würdigen zu können,</li> <li>• die portfolio- und kapitalmarkttheoretischen Grundsätze im Bereich des Risiko- und Vermögensmanagements anwenden zu können,</li> <li>• das Fisher'sche Separationsprinzip („Shareholder-Value-Diskussion“) unternehmenspolitisch umsetzen zu können,</li> <li>• im Rahmen der Wirtschaftspolitik vermögenstheoretische Steuerungsgrundsätze nutzbar machen zu können,</li> <li>• Derivate bewerten zu können,</li> <li>• neuere finanzmarkttheoretische Forschungsergebnisse anwendungsbezogen einsetzen zu können.</li> </ul> <p><b>Inhalt:</b></p> <p>Die zugehörige Vorlesung beschäftigt sich mit</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. den Methoden der Finanzanalyse (Fundamentalanalyse, Technische Analyse, Markttechnische Analyse),</li> <li>2. der Anwendung markttechnischer Analyseverfahren (Fonds-Management, Bestimmung von Preisregimes),</li> <li>3. der Diskussion diverser Abkopplungsthesen (Neutralitätsthesen, Tobin'sches Paradoxon, Dominanz- und Fehlallokationsthese, Preisblasenthese),</li> <li>4. der mikro- und makroökonomischen Portfoliotheorie,</li> <li>5. mit der Kapitalmarkttheorie (Capital Asset Pricing Model, Arbitrage Pricing Model),</li> <li>6. der Herleitung des Fisher'schen Separationstheorems,</li> <li>7. der Risikoabdeckung durch Versicherung/Kap.-märkte,</li> <li>8. der mikroökonomischen Fundierung von Finanzmärkten,</li> <li>9. der Bewertung von Derivaten,</li> <li>10. der institutionentheor. Analyse von Finanzmärkten.</li> </ol>

	<p><b>Bereich: Financial Engineering (FE)</b></p> <p>Den Studierenden werden die erforderlichen Kenntnisse vermittelt, um</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die einschlägigen Inhalte des FE unterscheiden zu können,</li> <li>• FE-Produkte entwickeln und einsetzen zu können,</li> <li>• Finanz- und Investitionsstrategien (Portfoliomanagement) umsetzen zu können,</li> <li>• die FE-stimulierenden Rahmenbedingungen der Finanzmärkte (Globalisierung, Zunahme der Instabilitäten, Entwicklung der Kommunikationstechnologie) erkennen und konstruktiv umsetzen zu können,</li> <li>• Hedging-Strategien auf der Grundlage von Derivaten anwenden zu können,</li> <li>• Risikostrukturprofile zu definieren und ggf. strategisch zu verändern.</li> </ul> <p>Inhalt:</p> <p>Die Vorlesung beschäftigt sich mit</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. der Klärung und Operationalisierung des vielschichtigen FE-Begriffs,</li> <li>2. Anbietern von FE-Leistungen und deren Klassifizierungsmöglichkeiten,</li> <li>3. dem Umfang, den Voraussetzungen und der produktpolitischen Bedeutung von FE-Leistungen,</li> <li>4. der Diskussion typischer FE-Instrumente (Forwards, Optionen, Futures, Swaps),</li> <li>5. der Verdeutlichung des Building-Block-Approach,</li> <li>6. der Konkretisierung von Finanzinnovationen in Anlehnung an die Theorie des technischen Fortschritts (Produkt- und Verfahrensinnovationen, neue Strategien und Taktiken, Erschließung neuer Märkte).</li> </ol>
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	VL (i.d.R. 4 SWS), S (i.d.R. 4 SWS)
<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation in den Studiengängen: Business Studies (FACT), Economic Behaviour and Governance, Wirtschaftsingenieurwesen, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftspädagogik, Wirtschaftsromanistik, English and American Culture and Business Studies, Kleines Nebenfach Wiwi für Mathematik,
<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	60 Std. Kontaktstudium 120 Std. Selbststudium
<b>Studienleistungen</b>	Bei Seminaren: Diskussionsbeteiligung
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	Immatrikulation in einem der o.a. Studiengänge, bei Seminar zusätzlich erbrachte Studienleistung (s.o.)
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur (2 Std.) oder Referat (ca. 20 Min.) mit schriftlicher Ausarbeitung (ca. 12 S.) oder Hausarbeit (ca. 20 S.), Spezifikation erfolgt in der Beschreibung der jeweiligen Lehrveranstaltung.
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	6 Credits

<b>Modulname</b>	<b>FACT 5: Unternehmensrechnung</b>
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele</b>	<p>1. Die Studierenden sind in der Lage, zur Planung und Kontrolle der strategischen Erfolgsziele in kapitalmarktorientierten Unternehmen adäquate Totalerfolgsrechnungen zu konzipieren.</p> <p>2. Sie analysieren die Integration von Periodenerfolgs- und Totalerfolgsrechnungen im Spannungsfeld von Planung, Verhaltenssteuerung und Rechenschaftslegung gegenüber Kapitalgebern.</p> <p>3. Sie analysieren die Modelle zur Prognose und Bewertung unsicherer Ergebnisgrößen und beurteilen die Einsatzmöglichkeiten in ausgewählten Entscheidungssituationen.</p> <p>4. Sie analysieren Konzeptionen zur Ermittlung wertorientierter Erfolgskennzahlen und beurteilen deren Aussagefähigkeit für die interne Kontrolle und externe Rechnungslegung über die Entwicklung des Unternehmenswerts.</p> <p>5. Sie untersuchen vor diesem Hintergrund Möglichkeiten und Grenzen der Integration von externem und internem Rechnungswesen.</p> <p>Inhalte: Totalerfolgsrechnungen (Vollständiger Finanzplan, Lebenszyklusrechnungen, DCF-Methoden), Erfolgspotentialrechnungen, Methoden zur Erfassung unsicherer Zahlungsströme, Probleme der Bewertung unsicherer Zahlungsströme, wertorientierte Kennzahlen, Konvergenz von internem und externem Rechnungswesen.</p>
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	VL (i.d.R. 4 SWS), S (i.d.R. 4 SWS)
<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation in den Studiengängen: Business Studies (FACT), Wirtschaftsrecht, Wirtschaftspädagogik, Wirtschaftsromanistik, Englisch and American Culture and Business Studies (EACBS), Wirtschaftsingenieurwesen
<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	60 Std. Kontaktstudium 120 Std. Selbststudium
<b>Studienleistungen</b>	Diskussionsbeteiligung
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	Immatrikulation in einem der o.a. Studiengänge sowie erbrachte Studienleistung (s.o.)
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur (2 Std.) oder Referat (ca. 20 Min.) mit schriftlicher Ausarbeitung (ca. 12 S.) oder Hausarbeit (ca. 20 S.), Spezifikation erfolgt in der Beschreibung der jeweiligen Lehrveranstaltung.
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	6 Credits

<b>Modulname</b>	<b>FACT 6: Steuern und Recht</b>
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele</b>	<p>Teilmodul Steuern (6 Credits):</p> <p>Die Studierenden lernen, die steuerlichen Konsequenzen unternehmerischer Entscheidungen zu ermitteln. Sie erwerben solide Kenntnisse über einschlägige Modelle zur Berücksichtigung von Steuerwirkungen und werden in die Lage versetzt, den Einfluss der Besteuerung auf die Vorteilhaftigkeit von Handlungsalternativen zu ermitteln.</p> <p>Inhalt: Einfluss der Besteuerung auf konstitutive (Rechtsform, Standort) und laufende Entscheidungen (insbes. Investition und Finanzierung)</p> <p>Teilmodul Recht (6 Credits):</p> <p>Die Studierenden erwerben Grundkenntnisse des europäischen und internationalen Unternehmens-, Wirtschafts- und Wettbewerbsrechts. Die Studierende haben die Kompetenz, Rechtsfragen aus dem Bereich grenzüberschreitender Handels- und Wirtschaftsfragen zu bearbeiten sowie die Kompetenz zur Beurteilung von Verträgen im internationalen Rechtsverkehr. Sie kennen die vielfältigen Verknüpfungen zwischen deutschem, internationalem und europäischem Unternehmens- und Wirtschaftsrecht. Sie analysieren den Einfluss von Rechtsakten des Völkerrechts sowie der EU auf das nationale Unternehmens- und Wirtschaftsrecht. Die Studierenden kennen die supranationalen Gesellschaftsformen in der EU sowie praktisch bedeutsame Auslandsgesellschaftsformen. Sie kennen die Funktionsweise grenzüberschreitender Unternehmensstrukturen und die Rechtsfragen grenzüberschreitender Umstrukturierungen. Die Studierenden sind in die Lage, die rechtlichen Rahmenbedingungen sowohl für die Wahl des Gründungslandes als auch der Unternehmensform zu erarbeiten und rechtlich fundierte Lösungsvorschläge zu unterbreiten. Die Studierenden setzen sich exemplarisch mit Fragestellungen des grenzüberschreitenden Rechtsverkehrs (IPR und IZPR) auseinander.</p> <p>Die Studierenden können das Teilmodul Recht absolvieren,</p> <p>a) indem sie zwei Lehrveranstaltungen im Umfang von je 3 Credits ( 2 SWS) aus den angebotenen Lehrveranstaltungen auswählen, oder</p> <p>b) indem sie eine Lehrveranstaltung im Umfang von 3 Credits (2 SWS) wählen und mit einer Prüfungsleistung abschließen und zusätzlich eine Studienleistung im Umfang von 3 Credits erbringen, sofern die Dozentin oder der Dozent der betreffenden Lehrveranstaltung durch entsprechende Ankündigung zu Beginn der Lehrveranstaltung die Möglichkeit anbietet, dass das Modul im Umfang von 6 Credits in dieser Form abgeschlossen werden kann.</p> <p>Inhalt: (e nach Lehrveranstaltung):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Legislative und judikative Rechtsangleichung der EU im Bereich des Gesellschafts-, Wirtschafts- und Wettbewerbsrechts</li> <li>• Europäisches und internationales Gesellschaftsrecht, Corporate Governance</li> <li>• Europäisches und internationales Kartellrecht – Europäisches und</li> </ul>

	<p>internationales Lauterkeitsrecht</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Völkerrecht als Grundlage des internationalen Wirtschaftsrechts, internationale Organisationen und Vertragssysteme; internationales Einheitsrecht, z.B. UN-Kaufrechtsübereinkommen (CISG)</li> <li>• Internationales Privatrecht (IPR), IPR der Schuldverträge und des Sachenrechts und des Gesellschaftsrechts</li> <li>• Grundzüge des Internationalen Zivilprozessrecht, internationale Handelsschiedsgerichtsbarkeit, Streitbeilegung im internationalen Wirtschaftsverkehr</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	VL (i.d.R. 2 oder 4 SWS), S (i.d.R. 2 oder 4 SWS)
<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation in den Studiengängen: Business Studies (FACT), Wirtschaftsrecht, Wirtschaftspädagogik, Teilmodul Recht auch für Dialogmarketing
<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	90/120 Std. Kontaktstudium 240/270 Std. Selbststudium
<b>Studienleistungen</b>	Bei Seminaren: Diskussionsbeteiligung
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	Immatrikulation in einem der o.a. Studiengänge, bei Seminar zusätzlich erbrachte Studienleistung (s.o.)
<b>Prüfungsleistung</b>	<p>Klausur (2 Std.) oder Referat (ca. 20 Min.) mit schriftlicher Ausarbeitung (ca. 12 S.) oder Hausarbeit (ca. 20 S.),</p> <p>Spezifikation erfolgt in der Beschreibung der jeweiligen Lehrveranstaltung.</p> <p>Modulprüfungsleistung besteht aus zwei bzw. drei Teilmodulprüfungsleistungen je nach Wahl.</p>
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	12 Credits

<b>Modulname</b>	<b>FACT 7: Accounting</b>
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele</b>	<p>Qualifikationsziel, Kompetenzen:</p> <p>Die Studierenden erkennen die Komplexität des Aufbaus internationaler Konzerne und wissen, wie Konzernstrukturen im Rechnungswesen abgebildet werden.</p> <p>Sie lernen, die einschlägigen Konsolidierungstechniken sicher zu beherrschen.</p> <p>Sie kennen die bilanzpolitischen Parameter in internationalen Konzernen und können im Rahmen der bilanziellen Steuerung Alternativrechnungen entwickeln.</p> <p>Sie können handelsrechtliche Jahresabschlüsse zielbezogen aufbereiten, Determinanten der wirtschaftlichen Lage mittels Kennzahlen und Kennzahlensystemen analysieren sowie Wahlrechte und Ermessensspielräume in der Bilanzierung einschätzen.</p> <p>Die Studierenden können Verfahren der Unternehmensbewertung (Ertragswertmethode, DCF-Verfahren, Substanz- und Mischwertverfahren, Multiplikatormodelle) anwenden und die Ergebnisse kritisch interpretieren; sie sind in der Lage, die Informationsgrundlagen schrittweise mittels einer Due Diligence-Prüfung aufzubereiten.</p> <p>Inhalte:</p> <p>Konzernrechnungslegung: Funktionen und rechtliche Grundlagen der Konzernrechnungslegung (HGB und IFRS), Aufstellungspflicht, Konsolidierungskreis, Kapitalkonsolidierung, Schulden- und Erfolgskonsolidierung, Konzernabschlussanalyse.</p> <p>Bilanzanalyse: Vertiefung handelsrechtlicher Bilanzierungsvorschriften, Technik der Bilanzanalyse.</p> <p>Unternehmensbewertung: Grundlagen, Methoden der Unternehmensbewertung, Due Diligence-Prüfungen.</p>
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	VL (i.d.R. 4 SWS), S (i.d.R. 4 SWS)
<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation in den Studiengängen: Business Studies (FACT), Wirtschaftsrecht, Wirtschaftspädagogik, Wirtschaftsingenieurwesen
<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	120 Std. Kontaktstudium 240 Std. Selbststudium
<b>Studienleistungen</b>	Bei Seminaren: Diskussionsbeteiligung
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	Immatrikulation in einem der o.a. Studiengänge, bei Seminar zusätzlich erbrachte Studienleistung (s.o.)
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur (2 Std.) oder Referat (ca. 20 Min.) mit schriftlicher Ausarbeitung (ca. 12 S.) oder Hausarbeit (ca. 20 S.), Spezifikation erfolgt in der Beschreibung der jeweiligen Lehrveranstaltung, Modulprüfungsleistung besteht aus zwei Teilmodulprüfungsleistungen.
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	12 Credits

<b>Modulname</b>	<b>FACT 8: Projektseminar FACT</b>
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele</b>	<p>Qualifikationsziel, Kompetenzen: Die Studierenden lernen, auf der Basis ihrer im Studium gewonnenen Erkenntnisse komplexe und spezialisierte Problemfelder aus den Bereichen Finance, Accounting, Controlling und/oder Taxation systematisch und verständlich aufzuarbeiten. Sie werden in Diskussionsform darin geschult, die eigenen Beurteilungen und Schlussfolgerungen zu präsentieren und zu verteidigen.</p> <p>Inhalt: Aktuelle Fragestellungen aus den Themengebieten Finance, Accounting, Controlling und/oder Taxation</p>
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	PS (i.d.R. 4 SWS)
<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation im Studiengang Business Studies (FACT)
<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	60 Std. Kontaktstudium 120 Std. Selbststudium
<b>Studienleistungen</b>	Diskussionsbeteiligung
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	Immatrikulation im o.a. Studiengang sowie erbrachte Studienleistung (s.o.)
<b>Prüfungsleistung</b>	Referat (ca. 20 Min.) mit schriftlicher Ausarbeitung (ca. 12 S.)
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	6 Credits

<b>Modulname</b>	<b>IIM 3, DiMark 3: Economic Behaviour</b>
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele</b>	<p>Gegenstand dieses Moduls sind zum einen die fortgeschrittenen Ansätze zur Modellierung der Verhaltensweisen von Akteuren (insbes. Haushalte und Unternehmen) in unterschiedlichen ökonomischen Kontexten. Zum anderen werden die Methoden und Ansätze zur empirischen und/oder experimentellen Erforschung dieser Verhaltensweisen vorgestellt und in ihrer Anwendung geübt. Im Einzelnen werden folgende Qualifikationen erworben:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenntnisse zu den wichtigsten fortgeschrittenen Ansätzen zur Modellierung des Verhaltens von Haushalten und Unternehmen</li> <li>• Kennenlernen der einschlägigen Methoden zur Erforschung dieser Verhaltensweisen</li> <li>• Anwendung verhaltenswissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden auf konkrete ökonomische Kontexte</li> <li>• Befähigung zur Durchführung eigener verhaltenswissenschaftlicher Analysen.</li> </ul> <p>Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf den nicht-konventionellen Ansätzen aus dem Bereich „Behavioral Economics“. Neben den fortgeschrittenen Ansätzen aus der konventionellen Ökonomik lernen die Studierenden hier eine andere Perspektive auf ökonomische Fragestellungen und andere Instrumente zu deren Lösung kennen. Diese Kompetenzen sind für die Zusammenarbeit in den zunehmend interdisziplinären Arbeitsgruppen der modernen Arbeitswelt von großer Bedeutung.</p>
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	VL (i.d.R. 4 SWS), S (i.d.R. 4 SWS)
<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation in den Studiengängen: Business Studies (IIM, Dialogmarketing), Economic Behaviour and Governance, Wirtschaftsingenieurwesen, Wirtschaftsromanistik, English and American Culture and Business Studies (EACBS)
<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	120 Std. Kontaktstudium 240 Std. Selbststudium
<b>Studienleistungen</b>	Bei Seminaren: Diskussionsbeteiligung
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	Immatrikulation in einem der o.a. Studiengänge, bei Seminar zusätzlich erbrachte Studienleistung (s.o.)
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur (2 Std.) oder Referat (ca. 20 Min.) mit schriftlicher Ausarbeitung (ca. 12 S.) oder Hausarbeit (ca. 20 S.), Spezifikation erfolgt in der Beschreibung der jeweiligen Lehrveranstaltung, Modulprüfungsleistung besteht aus zwei Teilmodulprüfungsleistungen.
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	12 Credits

<b>Modulname</b>	<b>IIM 4: Service, Information and Supply Chain</b>
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele</b>	<p>Gegenstand dieses Moduls sind wissensintensive Dienstleistungen und Business Innovationen, die durch den Einsatz digitaler und informationsverarbeitender Technologien entstehen und ermöglicht werden, sowie Konzepte, Methoden und Instrumente des Supply Chain Managements. Weitere Themenbereiche umfassen z.B. computergestützte Zusammenarbeit, IT Innovation Management, IT Service Engineering sowie Aspekte des Mobile &amp; Ubiquitous Computing. Das Modul vermittelt theoretische Grundlagen, enthält aber auch dedizierte Einblicke in die unternehmerische Praxis.</p> <p>Im Einzelnen werden folgende Qualifikationen erworben:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenntnisse zu den wichtigsten fortgeschrittenen Ansätzen und Methoden zur Gestaltung und zum Management wissensintensiver Dienstleistungen, insb. deren IT-gestützte Realisierung</li> <li>• Die Rolle von Dienstleistungen als Teil einer Service Economy und dementsprechend die Herausforderungen und Aufgaben für Unternehmensleitung und Wissenschaftler zu verstehen</li> <li>• Verständnis und Fähigkeit, Methoden und Konzepte anzuwenden sowie Kenntnis über Schemen zum Lösen von IT und Service Management Problemen</li> <li>• Beschreibung von Prozessen sowie Material- und Informationsflüssen in der Wertschöpfungskette</li> <li>• Anwendung wesentlicher Konzepte sowie Methoden und Instrumente des Supply Chain Managements.</li> </ul> <p>Die erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten sollen die Studierenden befähigen, Problemstellungen analysieren und einschätzen zu können sowie Lösungsansätze unter Nutzung geeigneter Methoden, Modelle, Werkzeuge und Technologien zu entwickeln. Zudem erlernen die Studierenden die wissenschaftliche Herangehensweise an die Thematik. Dies versetzt sie in die Lage, kritisch und fundiert und auf wissenschaftlichem Niveau zu argumentieren und Lösungsansätze zu erarbeiten.</p>
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	VL (i.d.R. 4 SWS), S (i.d.R. 4 SWS)
<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation in den Studiengängen: Business Studies (IIM), Wirtschaftsingenieurwesen, Nachhaltiges Wirtschaften, Wirtschaftsromanistik, English and American Culture and Business Studies (EACBS)
<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	120 Std. Kontaktstudium 240 Std. Selbststudium
<b>Studienleistungen</b>	Bei Seminaren: Diskussionsbeteiligung
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	Immatrikulation in einem der o.a. Studiengänge, bei Seminar zusätzlich erbrachte Studienleistung (s.o.)
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur (2 Std.) oder Referat (ca. 20 Min.) mit schriftlicher Ausarbeitung (ca. 12 S.) oder Hausarbeit (ca. 20 S.), Spezifikation erfolgt in der Beschreibung der jeweiligen Lehrveranstaltung, Modulprüfungsleistung besteht aus zwei Teilmodulprüfungsleistung-

	gen.
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	12 Credits

<b>Modulname</b>	<b>IIM 5: Innovations- und Wissensmanagement</b>
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele</b>	Gegenstand dieses Moduls sind grundlegende Theorien und Konzepte in den Bereichen Innovations- und Wissensmanagement. Das Modul vermittelt deren theoretische Grundlagen sowie Methoden, enthält aber auch dedizierte Einblicke in die unternehmerische Praxis. Ziel dieses Moduls ist zum einen die eingehende analytische und empirische Behandlung von Innovationsprozessen in Wirtschaft und Gesellschaft mit besonderer Fokussierung auf die einzelwirtschaftlich-unternehmerische Perspektive. Die Studierenden erwerben hierbei vertiefte Kenntnisse von Erklärungsansätzen, Gestaltungsmöglichkeiten und Auswirkungen des betrieblichen Innovationsmanagements. Zum anderen sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, das Konzept des Wissensmanagements theoretisch und empirisch fundiert zu verstehen, Gestaltungsfelder des Wissensmanagements kennen zu lernen und phasenbezogen im Unternehmenskontext umsetzen zu können. Dabei stehen Kenntnisse über strategische, taktische und operative Aspekte des Wissensmanagements, die Grenzen der Umsetzung eines praktikablen Innovations- sowie Wissensmanagements in der modernen Unternehmenssteuerung sowie die Nutzung von Informationstechnologien im Mittelpunkt. Diese beiden Schwerpunkte werden ergänzt um ausgewählte Fragestellungen des Technologiemanagements (bspw. Foresight-Methoden), gestaltungsbezogene Ansätze zur Bewältigung des demografischen Wandels in der Unternehmenspraxis sowie Aspekte der Innovationssystemforschung.
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	VL (i.d.R. 4 SWS), S (i.d.R. 4 SWS)
<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation in den Studiengängen: Business Studies (IIM), Wirtschaftsingenieurwesen, Wirtschaftsromanistik, Wirtschaftspädagogik
<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	120 Std. Kontaktstudium 240 Std. Selbststudium
<b>Studienleistungen</b>	Bei Seminaren: Diskussionsbeteiligung
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	Immatrikulation in einem der o.a. Studiengänge, bei Seminar zusätzlich erbrachte Studienleistung (s.o.)
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur (2 Std.) oder Referat (ca. 20 Min.) mit schriftlicher Ausarbeitung (ca. 12 S.) oder Hausarbeit (ca. 20 S.), Spezifikation erfolgt in der Beschreibung der jeweiligen Lehrveranstaltung, Modulprüfungsleistung besteht aus zwei Teilmodulprüfungsleistungen.
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	12 Credits

<b>Modulname</b>	<b>IIM 6: Projektseminar IIM</b>
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele</b>	<p>Neben der Vermittlung von Theorien zur gestaltungsorientierten Innovation in Unternehmen dient dieses Modul dazu, den Bezug und die Einbindung der Studierenden in aktuelle Forschungsprojekte oder Innovationsprojekte zu gewährleisten. Somit wird den Studierenden die Möglichkeit gegeben, nicht nur Hintergründe, Methoden, Modelle und Werkzeuge kennenzulernen, sondern auch aktiv an der Gestaltung und Erforschung von Innovationen und Konzepten mitzuwirken. Ein besonderer Schwerpunkt liegt hierbei auf IT-basierten Innovationen, da diese Arbeits- und Kommunikationsverhalten nachhaltig verändern. Das Projektseminar kann sowohl Praxisfokus als auch Forschungsfokus haben. Im Einzelnen werden folgende Qualifikationen erworben:</p> <p>Praxis:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produkte und Dienstleistungen sowie deren soziale Auswirkungen zu erforschen, zu entdecken und zu verstehen</li> <li>• Darauf aufbauend Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und Anwendungsszenarien neuer Produkte oder Dienstleistungen</li> <li>• Analyse des Marktpotentials</li> <li>• Bewertung der Anwendungsszenarien hinsichtlich ihrer Wirtschaftlichkeit als auch ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit</li> </ul> <p>Dabei gilt es die kommunikativen und interaktiven Herausforderungen zu beachten und die Modelle sowohl ökonomisch sinnvoll als auch anwendungsfreundlich zu gestalten. Studierende durchlaufen während des Projektseminars einen kompletten Entwicklungsprozess, von der Ideengenerierung, über Anforderungs-, Kunden und Marktanalyse bis hin zur Entwicklung von ersten Mock-ups und Prototypen, und können dabei die in den anderen Modulen erworbenen Kenntnisse einbringen und vertiefen. Als Endergebnisse soll die Einreichung in einen Businessplan-Wettbewerb angestrebt werden.</p> <p>Forschung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wissenschaftliche Literaturrecherche</li> <li>• Erarbeitung eines eigenen (eng begrenzten) Ergebnisses mit wissenschaftlichen Methoden</li> <li>• Wissenschaftliche Aufbereitung der Ergebnisse</li> <li>• Erstellung wissenschaftlicher Texte und Vorträge</li> </ul> <p>Unter Anleitung von Institutsmitarbeitern findet hierbei eine selbstständige Auseinandersetzung mit einer rein wissenschaftlichen Fragestellung in theoretischer als auch empirischer Hinsicht statt. Basierend auf einer thematischen und methodischen Fundierung wird durch praktische Anwendung mit intensiver Betreuung das grundlegende Handwerkszeug zum selbstständigen wissenschaftlichen Arbeiten erworben. Als Endergebnis soll die Einreichung auf eine wissenschaftliche Konferenz angestrebt werden.</p>
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	PS (i.d.R. 4 SWS)
<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation im Studiengang Business Studies (IIM)
<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	60 Std. Kontaktstudium 120 Std. Selbststudium

<b>Studienleistungen</b>	Diskussionsbeteiligung
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	Immatrikulation im o.a. Studiengang sowie erbrachte Studienleistung (s.o.)
<b>Prüfungsleistung</b>	Referat (ca. 20 Min.) mit schriftlicher Ausarbeitung (ca. 12 S.)
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	6 Credits

<b>Modulname</b>	<b>DiMark 4: Dialogorientiertes Kommunikationsmanagement / Interactive Communication Management</b>
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele</b>	<p>Nachdem die Studierenden das Modul erfolgreich absolviert haben,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• besitzen sie umfassende Kenntnisse über die Bedeutung, den Inhalt und die grundlegenden Entscheidungen des Kommunikationsmanagements im Marketing</li> <li>• verfügen sie über einen vertieften Einblick in die wichtigsten Formen und Vorgehensweisen der Marktkommunikation</li> <li>• haben sie fundierte Kenntnisse über die Rahmenbedingungen und Anforderungen des Einsatzes der Kommunikationsinstrumente</li> <li>• besitzen sie grundlegende Fähigkeiten, (nationale und internationale) Kommunikationsaktivitäten zu planen und zu kontrollieren</li> </ul> <p>Zu den Lerninhalten gehören u.a. das Kennen und Verstehen lernen von</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• unterschiedlichen Kommunikationskonzepten</li> <li>• Theorien der (Markt- und Kunden-)Kommunikation</li> <li>• verschiedenen Kommunikationsinstrumenten und deren Gestaltung</li> <li>• Möglichkeiten der Implementierung von Kommunikationsmaßnahmen</li> <li>• Instrumenten des Kampagnenmanagements</li> <li>• Kennzahlen und Verfahren zur ex ante- und ex-post-Kontrolle von Kommunikationswirkungen</li> <li>• Rechtliche und psychologische Determinanten des Medieneinsatzes</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	VL (i.d.R. 4 SWS), S (i.d.R. 4 SWS)
<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation in den Studiengängen: Business Studies (DiMark), Wirtschaftsingenieurwesen, Wirtschaftsromanistik
<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	120 Std. Kontaktstudium 240 Std. Selbststudium
<b>Studienleistungen</b>	Bei Seminaren: Diskussionsbeteiligung
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	Immatrikulation in einem der o.a. Studiengänge, bei Seminar zusätzlich erbrachte Studienleistung (s.o.)
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur (2 Std.) oder Referat (ca. 20 Min.) mit schriftlicher Ausarbeitung (ca. 12 S.) oder Hausarbeit (ca. 20 S.), Spezifikation erfolgt in der Beschreibung der jeweiligen Lehrveranstaltung, Modulprüfungsleistung besteht aus zwei Teilmodulprüfungsleistungen.
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	12 Credits

<b>Modulname</b>	<b>DiMark 5: Markt- und Kundenmanagement im Dialogmarketing / Interactive Market and Customer Management</b>
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele</b>	<p>Nachdem die Studierenden das Modul erfolgreich absolviert haben,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• verfügen sie über einen vertieften Einblick in die wichtigsten Formen der Kundenakquisition und (internationalen) Marktbearbeitung</li> <li>• besitzen sie umfassende Kenntnisse über die Bedeutung, den Inhalt und die grundlegenden Entscheidungen des Customer Relationship Management</li> <li>• haben sie fundierte Kenntnisse über die Rahmenbedingungen und Anforderungen des Einsatzes von Instrumenten des Geschäftsbeziehungsmanagement</li> <li>• besitzen sie grundlegende Fähigkeiten, (nationale und internationale) Konzepte der gezielten Kundengewinnung und systematischen Steuerung von Kundenbeziehungen zu erarbeiten und zu beurteilen</li> </ul> <p>Zu den Lerninhalten gehören u.a. das Kennen und Verstehen lernen von</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Theorien / Konzepten der Beziehungsgenese und -entwicklung</li> <li>• unterschiedlichen Vertriebs- und Verkaufsformen</li> <li>• Methoden der Bewertung von Geschäftsbeziehungen</li> <li>• Organisatorische Implementierung des Markt- und Kundenmanagements</li> <li>• Verfahren der Markt- und Kundensegmentierung</li> <li>• Konzepten der Marktpositionierung</li> <li>• rechtlichen und psychologischen Determinanten des Kundenmanagements</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	VL (i.d.R. 4 SWS), S (i.d.R. 4 SWS)
<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation in den Studiengängen: Business Studies (DiMark), Wirtschaftsingenieurwesen, Wirtschaftsromanistik
<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	120 Std. Kontaktstudium 240 Std. Selbststudium
<b>Studienleistungen</b>	Bei Seminaren: Diskussionsbeteiligung
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	Immatrikulation in einem der o.a. Studiengänge, bei Seminar zusätzlich erbrachte Studienleistung (s.o.)
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur (2 Std.) oder Referat (ca. 20 Min.) mit schriftlicher Ausarbeitung (ca. 12 S.) oder Hausarbeit (ca. 20 S.), Spezifikation erfolgt in der Beschreibung der jeweiligen Lehrveranstaltung, Modulprüfungsleistung besteht aus zwei Teilmodulprüfungsleistungen.
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	12 Credits

<b>Modulname</b>	<b>DiMark 6: Projektseminar Dialogmarketing</b>
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele</b>	Die Studierenden werden befähigt, theoretische Konzepte auf praktische Situationen anzuwenden, Einsatzkonzepte für spezifische Anwendungsfälle zu entwickeln und zu evaluieren.  Die Lerninhalte werden abhängig vom jeweiligen Projekt definiert.
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	PS (i.d.R. 4 SWS)
<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation im Studiengang Business Studies (DiMark)
<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	60 Std. Kontaktstudium 120 Std. Selbststudium
<b>Studienleistungen</b>	Diskussionsbeteiligung
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	Immatrikulation im o.a. Studiengang sowie erbrachte Studienleistung (s.o.)
<b>Prüfungsleistung</b>	Referat (ca. 20 Min.) mit schriftlicher Ausarbeitung (ca. 12 S.)
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	6 Credits

<b>Modulname</b>	<b>FACT 9, IIM 7, DiMark 7: Master-Abschlussmodul</b>
<b>Art des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele</b>	Qualifikationsziel, Kompetenzen: Die Studierenden wenden ihre im Studium gewonnenen Kenntnisse bei der selbstständigen Bearbeitung einer forschungsbezogenen wirtschaftswissenschaftlichen Fragestellung im Rahmen der Masterarbeit an.
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	
<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation im Studiengang Business Studies, Nachweis von mind. 54 Credits, davon mind. 30 Credits in dem gewählten Spezialisierungsbereich
<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	Bei FACT-Spezialisierung: 540 Stunden Selbststudium Bei IIM- oder DiMark-Spezialisierung: 720 Stunden Selbststudium
<b>Studienleistungen</b>	
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	(s.o.)
<b>Prüfungsleistung</b>	Masterarbeit (vgl. § 8 PO)
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	Bei FACT-Spezialisierung 18 Credits Bei IIM- oder DiMark-Spezialisierung 24 Credits