

TECHNISCHE HOCHSCHULE DEGGENDORF

THD

MODULHANDBUCH

Fakultät Angewandte Wirtschaftswissenschaften

Studiengang Master General Management

Prüfungsordnung PO 20121

<i>GX-01 Ökonomische Grundlagen</i>	3
GX 1101 Forschungsmethoden.....	4
GX 1102 Volkswirtschaftslehre	8
<i>GX-02 Management-Basiswissen</i>	11
GX 1103 Rechnungswesen	12
GX 1104 Strategisches Management	14
<i>GX-03 Rechtliches Basiswissen</i>	17
GX 1106 Steuern	18
GX 1105 Wirtschaftsrecht	22
<i>GX-04 Projekt-und Führungsmanagement</i>	30
GX 2102 Führungsmanagement	31
GX 2101 Projektmanagement	35
<i>GX-05 Finanzen & Controlling</i>	38
GX 2104 Controlling	39

GX 2103 Finanzen und Investment	40
GX-06 Marketing & Personal.....	43
GX 2106 Human Resource Management & Ethik	44
GX 2105 Strategisches Marketing	47
GX-07 Performance Improvement & Interkulturelle Kompetenz .49	
GX 3102 Interkulturelles Verhalten	50
GX 3101 Performance & Change Management	52
GX-08 Vertiefung Managementdisziplinen	54
GX 3104 Internationale Logistik	56
GX 3106 Internationales Vertriebsmanagement	58
GX 3103 Strategische Informationssysteme	60
GX 3105 Unternehmenssteuerung	61
GX-09 Masterarbeit und Kolloquium	63
GX 4102 Abschlusskolloquium	64
GX 4101 Masterarbeit	64

GX-01 ÖKONOMISCHE GRUNDLAGEN

Modul Nr.	GX-01
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Robert Rossberger
Kursnummer und Kursname	GX 1101 Forschungsmethoden GX 1102 Volkswirtschaftslehre
Lehrende	Prof. Dr. Jörg Clostermann Prof. Dr. Markus Lemberger Dr. Robert Rossberger
Semester	1
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Postgraduate
SWS	4
ECTS	7
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 150 Stunden Gesamt: 210 Stunden
Prüfungsarten	StA
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Ziele des Gesamtmoduls

Das Modul „Ökonomische Grundlagen“ vermittelt im Kurs Forschungsmethoden die methodischen Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, die im Kurs Volkswirtschaftslehre vertieft und angewandt werden.

Die Veranstaltung „Forschungsmethoden“ führt die Studierenden im weiten Bogen von den Grundlagen von Forschung und Wissenschaft bzw. Theorie der Wissenschaft über den Themenkomplex des wissenschaftlichen Arbeitens bis hin zu Messbarkeit und Skalierungsverfahren. Am Beispiel der empirischen Sozialforschung müssen Daten erfasst, aufbereitet ausgewertet werden. Dazu steht eine Reihe an Softwarelösungen bereit, die am Beispiel der SPSS betrachtet wird. Am Ende lernen die Studierenden die

Arbeit vom adäquaten Zugang zu Literatur, ihre Recherche und normierte Zitierung bis hin zum eigenen wissenschaftlichen Text.

Auch ein moderner Betrieb nimmt an den nationalen wie weltweiten Märkten und damit an der Volkswirtschaft teil. Daher sollte auch ein betriebswirtschaftlich denkender Manager einen Überblick in die „Volkswirtschaftslehre“ erhalten. Hier lernen die Studierenden theoretisch fundiert und praktisch orientiert die Zusammenhänge beispielsweise von Markt, Kosten, Angebot und Nachfrage sowie die Eingriffe des Staates durch Gesetze und Steuern. Beispielhaft werden Lösungen gesucht, die aus Krisen erwachsen und durch Arbeitslosigkeit verursacht werden. In der Mikroökonomie wird das wirtschaftliche Verhalten einzelner Wirtschaftssubjekte (Haushalte und Unternehmen) und die Allokation von knappen Ressourcen und Gütern durch den Marktmechanismus und Makroökonomie untersucht. Die Makroökonomie befasst sich mit dem gesamtwirtschaftlichen Verhalten der Sektoren, mit der Analyse der gesamtwirtschaftlichen Märkte und den Zusammenhängen.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Grundlagen der Wirtschaftsmathematik in linearer Algebra (Gleichungen und Ungleichungen, Lösen von linearen Gleichungssystemen, Vektoren- und Matrizenoperationen) und Analysis (elementare Funktionen und ihre Darstellung, Ableitung von Funktionen), sowie in Statistik und Wahrscheinlichkeitsrechnung sind wünschenswert, aber nicht notwendig.

Lehr- und Lernmethoden

Theoretische Kenntnisse, illustriert durch Beispiele und Fallstudien und die Beherrschung von Software werden vermittelt. Das Wissen der Studenten wird nicht nur verbreitert, sondern in Bezug auf die theoretischen Grundgerüste vertieft. Dabei werden Schlüsselqualifikationen wie analytisches Denken, die Umsetzung eines Managementproblems in die theoretische Sprache (Modellbildung), dessen Lösung durch Einsatz eines geeigneten Computerprogramms, kritische Hinterfragung und Interpretation der erhaltenen Resultate und ihre Präsentation gefordert. Die erworbenen Kompetenzen versetzen die Studenten in die Lage in unvertrauten Situationen entsprechende Werkzeuge anzuwenden und das Wissen in komplexen Zusammenhängen zu integrieren. Simulationen und Sensitivitätsanalyse ermöglichen ein unternehmerisches Denken. Der Einsatz von Softwareinstrumenten sowie die Vermittlung von Methoden und Ideen des wissenschaftlichen und strukturierten Vorgehens und Arbeitens bereiten die Studenten auf spätere Anforderungen in Studienarbeiten sowie die Masterarbeit vor und sie können auf Grundlage unvollständiger Informationen dennoch wissenschaftlich fundierte Entscheidungen fällen. Systematische Darstellung mit Fallbeispielen, Schaubildern und Artikeln zum Selbsterarbeiten

GX 1101 FORSCHUNGSMETHODEN

Ziele

Die Studierenden erhalten zunächst einen Überblick über die Methoden, also das Fakten- und Begriffswissen der empirischen Sozialforschung und ihrer Anwendungen, verbunden mit einer Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten, um das erworbene Wissen verfahrensorientiert einzusetzen. Das Modul „Forschungsmethoden“ soll die Studierenden an die wissenschaftliche Vorgehensweise bei der Behandlung eines Themas heranführen und zu eigenständigem, wissenschaftlichem Arbeiten als Führungskraft im Management eines Unternehmens befähigen. Dabei geht es vor allem um das Erlernen und Verstehen von Hintergrundwissen aus der empirischen Sozialforschung, die gerade für Analyse ökonomischer Zusammenhänge wichtig ist. Hierzu wird das Gebiet der wissenschaftlichen Methodologie in all seinen Ausprägungen überblicksartig reflektiert und diskutiert, insbesondere wird die klassische Einteilung der Forschungsmethoden in qualitative und quantitative Verfahren zusammen mit deren Grenzen erörtert. Diese Kenntnisse werden von theoretischer Seite her dadurch untermauert, dass das Verständnis der Begriffe Wissenschaft, Forschung, Wissenschaftlichkeit, Falsifikation usw. zum einen mit Elementen aus der allgemeinen Wissenschaftstheorie und zum anderen über spezielle Fragestellungen aus der Ökonomie erarbeitet und geschärft wird. Gerade dieser Aspekt soll die Studenten dazu befähigen auch metakognitives Wissen über den Erkenntniszuwachs persönlich zu verarbeiten und kritisch anzuwenden. Daneben werden „handwerkliche“ Kenntnisse für die Konzeption der Erhebung von Daten und das Verfassen einer wissenschaftlichen Arbeit vermittelt. Die Anwendung und das Analysieren von Sachverhalten aufgrund dieser theoretischen Konzepte soll die Bewertung für den konkreten Sachverhalt ermöglichen. Es wird auch ein Fokus auf die quantitativen Methoden der analytischen Modellbildung und der Statistik gelegt, wobei insbesondere die statistische Methodenlehre aufgrund ihrer Bedeutung für die Wirtschaftswissenschaften behandelt wird. Anhand von Beispielen aus Wirtschaftspraxis und anhand von Fallstudien und wissenschaftlichen Veröffentlichungen werden die Konzepte erläutert bzw. geübt. Die Studierenden sollen dabei in die Lage versetzt werden, aus der Vielzahl der vorhandenen Werkzeuge die für ein konkretes Problem geeignetsten Methoden auszuwählen und richtig anzuwenden. Hierzu gehört vor allem auch, die jeweiligen Voraussetzungen und Anwendungsgrenzen der einzelnen Verfahren beurteilen zu können. Praktische Kompetenzen im Umgang und Einsatz von geeigneter Software werden vermittelt. Schlüsselqualifikationen wie planvolles systematisches Arbeiten, analytisches Denken, die Herangehensweise an eine Problemstellung, deren Lösung und die kritische Hinterfragung der erhaltenen Resultate, Präsentation in wissenschaftlicher Sprache und Form sowie ihre Präsentation werden trainiert.

Inhalt

- o Einführung, Grundlegendes zu Begriffen
 - o Wozu ist Forschung notwendig?
 - o Forschungswelten
 - o Begriffswelten
 - o Wissenschaftstheoretische Unterschiede
- o Ziele und Ablauf empirischer Sozialforschung

- o Ziele
- o Forschungsprozess
- o Historie und Wissenschaftstheorie
 - o Wissenschaftsgeschichte
 - o Wissenschaftstheorie
- o Wissenschaftliches Arbeiten
- o Operationalisierung von Forschungsfragen
 - o Konzeptspezifikation
 - o Operationalisierung
 - o Messen
 - o Indexbildung und Skalierungsverfahren
- o Design und Untersuchungsformen
 - o Probleme bei der Überprüfung kausaler Aussagen
 - o Störfaktoren
 - o Techniken der Kontrolle von Störfaktoren
 - o Forschungsdesigns
 - o Spezielle Untersuchungsformen
- o Auswahl und Datenerhebungstechniken
 - o Auswahlverfahren
 - o Datenerhebungstechniken
- o Datenaufbereitung und -Analyse
 - o Datenmatrix
 - o Erstellen Codeplan
 - o Vercoden und Erfassen
 - o Statistikprogramme
 - o Datenbereinigung
 - o Randauszählung
 - o Subgruppenanalyse

- o Signifikanztests
- o Statistische Interpretation
- o Entscheidungsfindung in OR
 - o Einführung und Begriffe
 - o Ziel
 - o Methoden (lineare Programmierung, Simplex...)
 - o Beispiele
- o Fallbeispiele in SPSS
- o Umgang mit Literatur
 - o Zitation
 - o Kritische Diskussion von Literatur
 - o Erstellung einer Literaturstudie
 - o Zitierbarkeit
- o Instrumente zur Recherche, Datenmanagement und Visualisierung
 - o Vorgehen bei der Literaturrecherche
 - o Exzerpt und Dokumentation
 - o Umsetzung im eigenen Text
- o Gliederung, Inhalte und Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten
 - o Aufbau wissenschaftlicher Arbeiten
 - o Gestaltungsgrundsätze

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

Empfohlene Literaturliste

Die Vorlesung und die Inhalte orientieren sich entlang:

- o **Schnell, R. , Hill, P. H., Esser, E (2008): Empirische Sozialforschung, Oldenbourg, 8. Auflage**
- o **Kornmaier, M (2007): Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten: Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler, Physica Verlag, Heidelberg**

Weitere Literatur

- o Pyerin, B. (2014). Kreatives wissenschaftliches Schreiben: Tipps und Tricks gegen Schreibblockaden (4. Aufl). JuventaPaperback. Weinheim, Bergstr: Beltz Juventa.
- o Ferris, G. R., Hochwarter, W. A., & Buckley, M. R. (2012). Theory in the organizational sciences: How will we know it when we see it? *Organizational Psychology Review*, 2(1), 94–106
- o Kornmeier, M. (2011). Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht: Für Bachelor, Master und Dissertation (4., aktualisierte Aufl). UTB: 3154 : Arbeitshilfen. Bern [u.a.]: Haupt.
- o Konrad, K. (2001): Mündliche und schriftliche Befragung – Ein Lehrbuch, 2. Auflage, Landau: Verlag Empirische Pädagogik
- o Kirchhoff, S., Kuhnt S., Lipp P., Schlawin, S. (2003): Der Fragebogen – Datenbasis, Konstruktion und Auswertung, 3. Auflage, Opladen: Leske + Budrich
- o Diekmann, A. (2005): Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Reinbek bei Hamburg
- o König, E./ Zedler, P. (2002): Qualitative Forschung : Grundlagen und Methoden. 2. Aufl. - Weinheim
- o Lamnek, S. (2005): Qualitative Sozialforschung. Lehrbuch. 4. Auflage. Weinheim/Basel
- o Bortz, J. (2005). Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler (6. Auflage). Berlin
- o Bortz, J., & Döring, N. (2006): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. Heidelberg: Springer.
- o Bortz, J., Lienert, G. A., Barskova, T., Leitner, K., & Oesterreich, R. (2008). Kurzgefasste Statistik für die klinische Forschung: Leitfaden für die verteilungsfreie Analyse kleiner Stichproben ; mit 97 Tabellen sowie zahlreichen Formeln (3rd ed.). Springer-Lehrbuch. Berlin, Heidelberg: Springer Medizin Verlag Heidelberg.
- o Bartunek, J., Rynes, S., & Ireland, R. D. (2006). What makes management research interesting and why does it matter? *Academy of Management Journal*, 49(1), 9–15.

Es wird empfohlen zumindest ein Lehrbuch entsprechend begleitend zu lesen!

SPSS:

- o Eckstein, P. (2006): Angewandte Statistik mit SPSS, 5. Auflage, Gabler Verlag, Opladen

Ziele

Die Teilnehmer erwerben die für die moderne Betriebsführung und Wahrnehmung von Managementfunktionen unverzichtbare Basiswissen über die Märkte und Wettbewerb, Außenwirtschaftsbeziehungen, institutionelle Gegebenheiten und andere entscheidungsrelevanten Wirtschaftsdaten, um sie zu befähigen, situationsgerecht unternehmerische Entscheidungen in Kenntnis volkswirtschaftlicher Zusammenhänge umzusetzen. Die Teilnehmer können:

- o das Theorem der komparativen Kosten anwenden
- o Unterschied zwischen Angebots- und Nachfrageveränderungen erkennen und Gegenmaßnahmen beurteilen
- o die Wohlfahrtsökonomik auf Steuern, Subventionen, Exporte und Importe anwenden
- o verschiedenen Marktformen definieren und das unterschiedliche Marktverhalten der Unternehmen erkennen und analysieren
- o die Notwendigkeit von Staatseingriffen beurteilen
- o können das Konzept Volkseinkommen und Lebenshaltungskosten auf konkrete Beispiele anwenden
- o Volkswirtschaftliche Daten wie Bruttoinlandsprodukt und Lebenshaltungspreisindex interpretieren
- o die Bestimmungsfaktoren der wirtschaftlichen Entwicklung erkennen
- o die Finanzmarktmodelle anwenden, Lösungsmöglichkeiten neuerer Krisen generieren und evaluieren
- o die maßgeblichen Ursache der Arbeitslosigkeit erkennen und Gegenmaßnahmen entwickeln
- o die Konsequenzen volkswirtschaftlicher Instabilitäten beurteilen
- o die Wirkungsweise der Geldpolitik und Fiskalpolitik nachvollziehen.

Inhalt

- o Mikroökonomie
 - o Warum lohnt sich Arbeitsteilung?
 - o Angebot und Nachfrage
 - o Wohlfahrtsökonomik
 - o Kosten, Preisverhalten, Wettbewerb
 - o Staatsaufgaben

- o Makroökonomik
 - o Bruttoinlandsprodukt und Lebenshaltungspreise
 - o Wachstum
 - o Arbeitslosigkeit
 - o Finanzmärkte
 - o Konjunkturschwankungen und Stabilisierung
 - o Die offene Volkswirtschaft
 - o Internationale Kapitalströme und Wechselkurs

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

Besonderes

Software-Einsatz (umfasst ca. 40 % der Vorlesungszeit):

- o Tabellenkalkulation (Excel)
- o Statistiksoftware (SPSS)
- o Rechercheinstrumente (OPAC, Google Scholar, Online Datenbanken)
- o Daten- und Wissensmanagement (Citavi)

Empfohlene Literaturliste

N. Gregory Mankiw, Mark P. Taylor (2008): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre - Originaltitel: Principles of Economics. 4. , überarbeitete Auflage

Weiterführende Literatur:

R.S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld, Microeconomics, Publisher: Prentice Hall, 6/e, 2005

N.G. Mankiw, Macroeconomics, Palgrave Macmillan, 6/e, 2006.

(Hinweise zur relevanten Literatur werden auch in der Veranstaltung gegeben)

GX-02 MANAGEMENT-BASISWISSEN

Modul Nr.	GX-02
Modulverantwortlicher	Ingrid Stockinger
Kursnummer und Kursname	GX 1103 Rechnungswesen GX 1104 Strategisches Management
Lehrende	Prof. Dr. Martina Heigl-Murauer Ingrid Stockinger, Martin Scheinert
Semester	1
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Postgraduate
SWS	5
ECTS	7
Workload	Präsenzzeit: 75 Stunden Selbststudium: 135 Stunden Gesamt: 210 Stunden
Dauer der Modulprüfung	120 Min.
Prüfungsarten	schr. P. 120 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Im Modul „Management-Basiswissen“ vermitteln Frau Prof. Dr. Heigl-Murauer, Frau Stockinger und Herr Scheinert wesentliche Elemente des Rechnungswesens sowie des Strategischen Managements. In der Bilanzierung, einem Unterpunkt des Rechnungswesens, wird über die Grundlagen einer ordnungsgemäßen Buchführung informiert. Im Anschluss lernen die Studierenden beispielhaft die Bilanzierung verschiedener Elemente eines Betriebsvermögens und die Bewertung der Anlage- und Umlaufvermögen sowie der Herstellungskosten wie der Verbindlichkeiten. Als Besonderheiten wird dabei auf die Betriebsformen von GmbH, GmbH & Co. KG hingewiesen sowie deren Wesen und Funktion. In der Internationalen Rechnungslegung, dem zweiten Punkt des Rechnungswesens, sollen die Teilnehmer Grundkenntnisse in internationaler Rechnungslegung und Dokumentation von Verrechnungspreisen

erwerben, die sie befähigen, Probleme und Gestaltungsmöglichkeiten zu erkennen und sich bei Bedarf tiefer in die Thematik einzuarbeiten.

Das Ziel des Faches Strategisches Management besteht in der kritischen Bewertung und Zusammenführung strategischer Konzepte zur Analyse, Planung, Durchsetzung und Kontrolle von Unternehmens-, Bereichs- und Funktionalstrategien im nationalen und internationalen Kontext wettbewerbsorientierter Unternehmen. Dabei werden Grundlagen und Begriffe geklärt und einzelne Schulen vorgestellt. Im Verlauf des Prozesses eines Strategischen Managements werden Ausgangssignale und Zielbestimmungen beleuchtet. Der internationalen Ausrichtung des Unternehmens wird ein Hauptaugenmerk geschenkt. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der Gruppenarbeit, bei der soziale wie kommunikative Kompetenzen geschult werden.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Die Teilnehmer müssen sich auf Basis selektierter Literatur und Materialien auf die Fragestellungen des strategischen Managements vorbereiten.

Lehr- und Lernmethoden

- Vermittlung der Grundlagen durch fallbezogene Darstellung der zu erarbeitenden betriebswirtschaftlichen und rechtlichen Grundlagen
- Systematische Darstellung mit Fallbeispielen, Schaubildern und Übungsaufgaben
- Vorlesung im seminaristischen Stil, Gruppenarbeiten, Gruppenpräsentationen

GX 1103 RECHNUNGSWESEN

Ziele

Bilanzierung:

Teil I beschäftigt sich mit den Grundlagen der Bilanzierung im Handels- und Steuerrecht, gibt Informationen über wesentliche bilanzpolitische Wahlrechte und stellt die grundlegenden Unterschiede der Bilanzierung in der Handels- und Steuerbilanz dar.

Teil II vermittelt Kenntnisse der Besonderheiten in der Bilanzierung von GmbHs und GmbH & Co. KGs. Es werden die Darstellung der Geschäftsentwicklung, die Lage der Gesellschaft und die Risiken im Lagebericht bearbeitet. Außerdem wird der Bereich Offenlegung des Jahresabschlusses mit den sich daraus ergebenden Konsequenzen behandelt. Weiter werden die Grundsätze der Jahresabschlussprüfung und die Folgen für die Feststellung der Bilanz dargelegt. Der Teilbereich internationale Rechnungslegung wird in Grundsätzen vermittelt.

Internationale Rechnungslegung:

Unter internationaler Rechnungslegung versteht man die Abschlusserstellung nach IAS/IFRS oder US-GAAP. Die Verrechnungspreise als Teilgebiet der internationalen Besteuerung betreffen die Gewinnzuordnung bei wirtschaftlichen Beziehungen zwischen

verschiedenen Ländern. Seit 2003 wurden die Dokumentationspflichten der Unternehmer zum Nachweis der Angemessenheit von Verrechnungspreisen wesentlich verschärft.

Der Teilnehmer soll Grundkenntnisse in internationaler Rechnungslegung und Dokumentation von Verrechnungspreisen erwerben, die ihn befähigen Probleme und Gestaltungsmöglichkeiten zu erkennen und sich bei Bedarf tiefer in die Thematik einzuarbeiten.

Inhalt

Bilanzierung:

- o Grundlagen der Bilanzierung
 - o Buchführungspflicht nach Handelsrecht und anderen Gesetzen
 - o Maßgeblichkeit der Handelsbilanz für die Steuerbilanz
 - o Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung
 - o Gegenstand der Bilanzierung dem Grunde nach – Umfang des Betriebsvermögens
 - o notwendiges Betriebsvermögen bei Personengesellschaften
 - o Bilanzierung des Anlage- und Umlaufvermögens
 - o Bilanzierung des Eigenkapitals
 - o Bilanzierung von Rückstellungen
 - o Gegenstand der Bilanzierung der Höhe nach – Bewertung nach Handels- und Steuerrecht
 - o allgemeine Bewertungsgrundsätze
 - o Herstellungskosten
 - o Teilwert
 - o Bewertung Anlagevermögen
 - o Bewertung Umlaufvermögen
 - o Bewertung Rückstellungen
 - o Bewertung Verbindlichkeiten
 - o Ermittlung und Darstellung des Erfolgs der Gewinn- und Verlustrechnung
- o Besonderheiten in der Bilanzierung von GmbHs und GmbH & Co. KGs
 - o Größenklassen für GmbH & Co. KGs und entsprechende Konsequenzen
 - o Wesen und Funktion von

- o Anhang mit Darstellung der Pflichtangaben und Erleichterungen
- o Lagebericht mit besonderer Würdigung der Risikodarstellung
- o Offenlegungspflichten mit Umfang der notwendigen Unterlagen
- o Gegenstand und Umfang der Prüfung sowie Bestätigungsvermerk mit Prüfungsvorbereitung durch die Gesellschaft

Internationale Rechnungslegung:

- o Bedeutung und Rechtsquellen
- o Wesentliche Unterschiede zur Rechnungslegung nach HGB
- o Erstellung von Kapitalflussrechnung und EK-Veränderungsrechnung
- o Verrechnungspreise

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

Empfohlene Literaturliste

- o HGB, Beck-Texte im dtv, 50. Auflage 2010
- o Aktuelle Steuertexte 2011, Beck'sche Textausgaben
- o Meyer, Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht, 22. Auflagen 2011
- o IFRS Originaltext 2011
- o Hoffmann/Lüdenbach (2010), IAS/IFRS-Texte 2010/2011, 3. Auflage, NWB-Verlag
- o Buchholz, Rainer (2009), Internationale Rechnungslegung – Die wesentlichen Vorschriften nach IFRS und neuem HGB, 8. Auflage, Erich Schmidt Verlag
- o AstG
- o Schreiber/Nientimp (2011), Verrechnungspreise, 3. Auflage, NWB-Verlag
- o Vögele/Borstel/Engler (2011), Verrechnungspreise, 3. Auflage, Verlag C.H. Beck
- o Kuckhoff, Schreiber, Verrechnungspreise in der Betriebsprüfung, Verlag C.H. Beck

GX 1104 STRATEGISCHES MANAGEMENT

Ziele

Das Ziel des Faches besteht in der kritischen Bewertung und Zusammenführung strategischer Konzepte zur Analyse, Planung, Durchsetzung und Kontrolle von Unternehmens-, Bereichs- und Funktionalstrategien im nationalen und internationalen Kontext wettbewerbsorientierter Unternehmen.

Auf Basis ausgewählter Modelle der strategischen Marktanalyse werden die Teilnehmer in die Lage versetzt, die Chancen und Risiken von Märkten sowie die Stärken und Schwächen von Unternehmen in bestimmten Marktsituationen zu erfassen, Indikatoren zur Beurteilung der strategischen Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen anzuwenden und darauf aufbauend Strategiealternativen zu planen und deren Durchsetzung und Kontrolle in Unternehmen vorzubereiten. Komplexe strategische Situationen und Entwicklungen können lösungsorientiert strukturiert und bearbeitet werden.

Mit Hilfe von Gruppenarbeiten werden soziale und kommunikative Kompetenzen der Teilnehmer gestärkt. Teilnehmer werden aufgefordert, sich in die Rolle strategischer Manager im Bereich der strategischen Unternehmensentwicklung und Unternehmensführung zu versetzen. Im Rahmen von Einzel- und Gruppenpräsentationen müssen Ergebnisse systematisiert, kritisch dargestellt und gegenüber alternativen Strategieoptionen begründet verteidigt werden.

Nach Absolvierung der Veranstaltung haben die Teilnehmer detaillierte Kenntnis über die aktuelle Terminologie und moderne Konzepte des strategischen Management. Sie sind in der Lage, die Lehrmeinungen/Schulen, Konzepte und Instrumente des strategischen Management zu definieren und zu interpretieren. Sie besitzen das führungsrelevante Kernwissen, um strategische Entscheidungen in Unternehmen zu treffen. Ihr 'strategic mindset' ist auf die Wahrnehmung strategischer Führungsaufgaben in Unternehmen vorbereitet.

Inhalt

1. Grundlagen und Konzepte des strategischen Management
 - 1.1. Begriffe, Historie
 - 1.2. Schulen des strategischen Managements
2. Der Prozess des strategischen Management
 - 2.1. Strategisches Zielsystem des Unternehmens
 - 2.2. Strategische Marktsegmentierung
 - 2.3. Analyse und Strategiebestimmung
 - 2.4. Strategieimplementierung und -kontrolle
3. Internationale Herausforderungen an das strategische Management
 - 3.1. Internationalisierung und Globalisierung
 - 3.2. Ausgewählte Internationalisierungsstrategien

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

Empfohlene Literaturliste

- o Bea, F.X./Haas, J. (2001); Strategisches Management, 3. Aufl., Stuttgart
- o Grant, R.M./Nippa, M. (2006); Strategisches Management – Analyse, Entwicklung und Implementierung von Unternehmensstrategien, 5. Aufl. München
- o Harvard Business School Press: The Essentials of Strategy, Boston 2006
- o Hinterhuber, H.H. (1996); Strategische Unternehmensführung, Teil I und II, 6. Aufl., Berlin, New York
- o Johnson, G./Scholes, K.: Exploring Corporate Strategy, Prentice Hall, 1st ed., 2008
- o Mintzberg, H. (1998); Strategy Safari: A Guided Tour Through the Wilds of Strategic Management, Free Press
- o Moore, J. (2001); Writers on Strategy and Strategic Management: Theory and Practice at Enterprise, Corporate, Business and Functional Levels, Penguin Books Ltd
- o Porter, M.E. (1997); Wettbewerbsstrategie – Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten, Frankfurt am Main
- o Steinmann, H./Schreyögg (2005); Management-Grundlagen der Unternehmensführung, 6. Aufl., Stuttgart

GX-03 RECHTLICHES BASISWISSEN

Modul Nr.	GX-03
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Josef Scherer
Kursnummer und Kursname	GX 1106 Steuern GX 1105 Wirtschaftsrecht
Lehrende	Klaus Fruth Udo Heller Nora Podehl Prof. Dr. Josef Scherer Ingrid Stockinger Andreas Weidinger
Semester	1
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Postgraduate
SWS	5
ECTS	8
Workload	Präsenzzeit: 75 Stunden Selbststudium: 165 Stunden Gesamt: 240 Stunden
Dauer der Modulprüfung	120 Min.
Prüfungsarten	schr. P. 120 Min.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Im Modul „Rechtlichen Basiswissen“ (Prof. Dr. jur. Josef Scherer) soll Führungspersonal nicht zu Volljuristen ausgebildet werden, sondern es soll die Grundzüge in den Bereichen Wirtschaftsrecht und Steuern kennen lernen. Im Wirtschaftsrecht wird es mit Risikomanagement und Compliance, sowie Vertragsmanagement,

Produkthaftungsrisikomanagement, Europarecht und internationalen Recht, Risikomanagement im Bereich Personal und Arbeitsrecht, Grundzügen des Handelsrechts, Gesellschaftsrecht und Unternehmensnachfolgemangement vertraut gemacht. Mit diesem Handwerkszeug soll ein Manager in die Lage versetzt werden, einen Überblick über den schwierigen Themenkomplex zu gewinnen, um entsprechende Berater oder Juristen in die Diskussion einbinden zu können. Ihm soll auch die wirtschaftliche Bedeutung bzw. das Gefahrenpotential verdeutlicht werden, um rechtzeitig selber einzugreifen bzw. um Ratschläge einzuholen.

Viele unternehmerische Entscheidungen können nur unter Einbezug der steuerlichen Folgen getroffen werden. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit, die steuerrechtlichen Grundlagen für Personengesellschaften und Kapitalgesellschaften zu kennen. Dies zielt beispielsweise auf Einkommens-, Gewerbe- oder Körperschaftssteuer. Darüber hinaus sind Grundkenntnisse des Steuerrechts notwendig, um im Managementbereich gegenüber Banken, Steuerberatern und Wirtschaftsprüfern sachkundig und fundiert auftreten zu können.

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht- und Projektarbeiten. Besprechung des theoretischen Stoffes anhand von Praxisfällen und Rollenspielen sowie Projektstudien. Erarbeitung der Grundlagen und praxisbezogene Falldarstellung.

Besonderes

Den Teilnehmern wird die Möglichkeit angeboten, sich über bestimmte Themen / Bereiche / aktuelle Rspr. auch über den eigentlichen Unterricht hinaus via Mail zu informieren. Damit soll selbst nach Abschluss des Studiums der (ehem.) Teilnehmer die Gelegenheit erhalten, für aktuelle Probleme, Fragen im Praxisalltag eine Antwort zu erhalten. Bei Bedarf werden auch Materialien wie Urteile, Statistiken etc. überlassen.

GX 1106 STEUERN

Ziele

Viele unternehmerische Entscheidungen können nur unter Einbezug der steuerlichen Folgen getroffen werden. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit, die steuerrechtlichen Grundlagen für Personengesellschaften und Kapitalgesellschaften zu kennen. Darüber hinaus sind Grundkenntnisse des Steuerrechts notwendig, um im Managementbereich gegenüber Banken, Steuerberatern und Wirtschaftsprüfern sachkundig und fundiert auftreten zu können.

Auf dieser Zielsetzung baut die Vorlesung Steuern auf. Diese gliedert sich in zwei Komplexe. Im Teil I dieses Lernmoduls liegt der Schwerpunkt der Beschäftigung auf der einkommensteuerlichen Behandlung von Gewerbebetrieben sowie den Besonderheiten bei der GmbH und Co. KG und Betriebsaufspaltung. Weiter werden die damit im Zusammenhang stehenden Einkunftsarten Einkünfte aus Kapitalvermögen, Einkünfte aus nichtselbstständiger Arbeit, Einkünfte aus Vermietung und Verpachtung sowie sonstige Einkünfte behandelt.

Im Weiteren ist der Unterschied zwischen buchführungspflichtigen und nichtbuchführungspflichtigen Unternehmen zu behandeln. Dies führt u. a. dazu, dass bei nichtbuchführungspflichtigen Unternehmen die Gewinnermittlung der Einnahmen-Überschuss-Rechnung vermittelt wird.

Im Teil II werden die weiteren Ertragsteuerarten wie Gewerbesteuer und Körperschaftsteuer behandelt.

Nach Abschluss dieses Teils wird der Teilnehmer in die Lage versetzt, im Hinblick auf Rechtsformoptimierung Entscheidungen selbstständig zu treffen. Im weiteren Teil wird der allgemeine Teil des Steuerrechts (Abgabenordnung), der für alle Steuerarten gilt, in seinen wichtigsten Bestimmungen erläutert. Dazu gehört auch der Hinweis auf Betriebsprüfungsvorschriften sowie deren praktische Umsetzung.

Desweiteren sind Bestandteile des Teil II die Behandlung von Geschäftsführerhaftung, Steuerstraf- und Steuerordnungswidrigkeiten.

Am Schluss von Teil II wird die Umsatzsteuer behandelt. Dieser Teil vermittelt eine gründliche Einführung in das System der Deutschen Umsatzsteuerbesteuerung. Den Studierenden werden Prüfungsschemata zur Beurteilung der Steuerbarkeit und Steuerpflicht von Umsätzen und des Vorsteuerabzugs vorgestellt. Nach jedem Lerninhalt werden die steuerlichen Vorschriften an zahlreichen Beispielen erläutert.

Inhalt

Grundlagen der Einkommensteuer sowie die Besteuerung von Personengesellschaften

Teil I:

Einkommensteuer

1. Steuerpflicht
2. Einkunftsarten
3. Gewinnermittlungsarten/Buchführungspflicht

Teil II:

1. Körperschaftsteuer
2. Gewerbesteuer
3. Rechtsformvergleich Kapitalgesellschaften - Personengesellschaften
4. Grundlagen der Abgabenordnung
5. Umsatzsteuer

Detailgliederung hierzu:

Teil I Grundlagen Einkommensteuer sowie die Besteuerung von Personengesellschaften

Einkommensteuer

1. Steuerpflicht

- 1.1. Persönliche Steuerpflicht
 - 1.1.1. Beschränkte und unbeschränkte Einkommensteuerpflicht
 - 1.1.2. Sachliche Steuerpflicht
- 1.2. Einkommensteuerermittlung und Einkommensteuertarif

2. Einkunftsarten

- 2.1. Einkünfte aus Gewerbebetrieb
 - 2.1.1. Einkünfte aus gewerblichen Unternehmen (§ 15 Abs. 1 Nr. 1 EStG)
 - 2.1.2. Gewinn der Mitunternehmer (§ 15 Abs. 1 Nr. 2 EStG)
- 2.2. Einkünfte aus selbstständiger Arbeit
- 2.3. Einkünfte aus nichtselbstständiger Arbeit
- 2.4. Einkünfte aus Kapitalvermögen
- 2.5. Einkünfte aus Vermietung und Verpachtung
- 2.6. Sonstige Einkünfte

3. Gewinnermittlungsarten/Buchführungspflicht

- 3.1. Der Betriebsvermögensvergleich
- 3.2. Gewinnermittlung nach § 4 Abs. 3 (Überschuss der Betriebseinnahmen über die Betriebsausgaben)
 - 3.2.1. Betriebseinnahmen, Betriebsausgaben
 - 3.2.2. Zufluss, Abfluss

Teil II

1. Körperschaftsteuer

- 1.1. Unbeschränkte steuerpflichtige Körperschaften
- 1.2. Begründung und Ende der Steuerpflicht
- 1.3. Das zu versteuernde Einkommen der Körperschaften

1.3.1. Ermittlung des körperschaftsteuerlichen Einkommens

1.3.2. Gewinnermittlung

1.4. Körperschaftsteuertarif

1.5. Gewinnausschüttungen: offene/verdeckte

1.6. Abgeltungssteuer/Teileinkünfteverfahren

2. Gewerbesteuer

2.1. Steuergegenstand und Steuerpflicht

2.2. Gewinn als Ausgangsgröße

2.2.1. Hinzurechnungen, Kürzungen

2.2.2. Ermittlung des Steuermessbetrags

2.2.3. Ermittlung der Gewerbesteuerrückstellung

2.3. Die Gewerbesteuer nach der Unternehmenssteuerreform

3. Rechtsformvergleich Kapitalgesellschaften - Personengesellschaften unter Einbezug von Entnahmen und Gewinnausschüttungen

4. Grundlagen der Abgabenordnung inklusive Betriebsprüfung, Geschäftsführerhaftung, Steuerstraßverfahren und Steuerordnungswidrigkeit

4.1. Fristen

4.2. Korrekturvorschriften

4.3. Aufhebung und Änderung von Steuerbescheiden

4.4. Betriebsprüfung

4.4.1. Umfang der Außenprüfung

4.4.2. Steuerstraftat oder Ordnungswidrigkeit

4.4.3. Geschäftsführerhaftung

5. Umsatzsteuer

5.1. Einführung in das Umsatzsteuerrecht

5.1.1. Funktionsweise

5.1.2. Aufbau

5.2. Haupttatbestand "Lieferung und sonstige Leistungen gegen Entgelt (§ 1 Nr. 1

UStG)

- 5.3. Bemessungsgrundlage bei steuerpflichtigen Leistungen
- 5.4. Steuersätze
- 5.5. Innergemeinschaftlicher Erwerb
- 5.6. Vorsteuerabzug und Vorsteuerberichtigung nach § 15 a UStG

Prüfungsarten

schr. P. 120 Min.

Empfohlene Literaturliste

Literatur für Teil I:

- o Einkommensteuergesetz mit Richtlinien, Beck Texte, 25. Aufl. 2011
- o Handelsgesetzbuch, 51. Aufl. 2011
- o Bornhofen, Steuerlehre 2., 31. Aufl. 2011
- o Blödtner/Bilke/Heining, Lehrbuch Buchführung und Bilanzsteuerrecht, s. Aufl. 2009
- o Meyer, Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht, 22. Aufl. 2011
- o Greve, Unternehmenssteuern, 13. Aufl. 2010

Literatur für Teil II:

- o Zenthöfer/Leben, Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer, 15. Aufl. 2010
- o Hahn/Kortschak, Lehrbuch Umsatzsteuer, 13. Aufl. 2011
- o König/Maßbaum/Surreth, Besteuerung und Rechtsformwahl, 5. Aufl. 2011
- o Andrascek Peter/Romana, Lehrbuch der Abgabenordnung mit Finanzgerichtsordnung, 2. Aufl.

Frotscher, Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer

GX 1105 WIRTSCHAFTSRECHT

Ziele

Der Bereich Wirtschaftsrecht untergliedert sich in mehrere Bereiche:

Risikomanagement und Compliance:

Es wird das Basiswissen zu Risiko-, Chancen- und Compliancemanagement vermittelt.

Das „Führungspersonal“ wird dabei nicht zum Juristen oder Riskmanager mit Einzelfallwissen ausgebildet, sondern soll primär sensibilisiert und in die Lage versetzt werden, die zuständigen Mitarbeiter entsprechend zu instruieren und zu organisieren. Darüber hinaus sollen Entscheidungsträger frühzeitig erkennen, ob die aktuelle juristische Problemstellung noch innerbetrieblich zu behandeln ist, oder ob Rechtsanwälte und/oder sonstige Berater beratend und vertretend bei der Lösung anstehender Probleme herbeizuziehen sind. Des Weiteren soll ein Überblick über die Grundzüge des Risiko- und Compliancemanagementprozesses gegeben werden, so dass die Teilnehmer ausreichend Kenntnis haben, um die wirtschaftliche Bedeutung und das Gefährdungspotential einschätzen zu können, so dass rechtzeitig die erforderlichen Maßnahmen selbst ergriffen werden oder Ratschlag zur Problemlösung eingeholt werden kann.

Vertragsmanagement:

Zahlreiche finanzielle und sonstige Nachteile, Beweisprobleme, Unstimmigkeiten bis hin zu Rechtsstreitigkeiten ließen sich durch Verwendung eines guten Vertragswerks vermeiden. Die Werkzeuge der Vertragsgestaltung bieten unzählige Möglichkeiten, sich rechtlich optimal anzuschließen. Wichtig dabei ist, die juristischen Problemlösungen in die betriebliche Organisation mittels Checklisten, Verfahrensanweisung

und EDV-Unterstützung umzusetzen!

Die Praxis der Gerichte zeigt, dass die Wichtigkeit eines vollständigen und rechtlichen einwandfreien Vertrages völlig unterschätzt wird: mit katastrophalen Konsequenzen. Gleichzeitig sorgte die Schuldrechtsreform dafür, dass nahezu alle noch vor 2002 gängigen Vertragsmuster in großen Bereichen unbrauchbar wurden. Somit ist das (internationale) Vertragsmanagement ein unverzichtbarer Bestandteil des Risiko- und Qualitätsmanagement.

Produkthaftungsrisikomanagement:

Unter Risikomanagement versteht man den planvollen Umgang mit Risiken. Dabei kann es sich um allgemeine unternehmerische Risiken handeln oder um spezielle finanzielle Risiken. Auch technische Risiken können in einem Managementsystem behandelt werden. Dies trifft gerade auch auf die Produkthaftung zu. Denkbare Risiken bestehen hier im faktischen Bereich (QM-System vorhanden und gelebt?), im (internationalen) rechtlichen Bereich (genaue Aufteilung der Verantwortlichkeiten etc.) sowie im vertraglichen Bereich (ausreichende Absicherung durch Verträge, AGB und Qualitätssicherungsvereinbarung?)

Ziel der Veranstaltung ist es daher, für diesen Risikobereich eine ausreichende Sensibilisierung zu schaffen und zudem Lösungsansätze anzubieten, die auch in der Praxis, insbesondere in der betrieblichen Organisation umsetzbar sind.

Ein Teil des Risikomanagements ist auch ein funktionierendes Beschwerdemanagement. Dabei geht es nur um rein juristische Fragen, sondern in erster Linie zu Techniken im

Umgang mit dem Kunden im Beschwerdefall: Die Kundenbeziehung soll so nicht nur erhalten, sondern nach Möglichkeit sogar verbessert werden.

Zum Europarecht und internationalen Recht

Im Zeitalter der Globalisierung mit immer weiter zunehmenden internationalen Wirtschaftsbeziehungen kommt es zu einem „Mehr“ an Rechtsunsicherheit im Hinblick auf die Frage, welches Recht Anwendung findet. Darüber hinaus spielt das Europa-Recht eine zentralere Rolle. Mittlerweile wird eine Vielzahl von Gesetzen auf Grund europarechtlicher Vorschriften durch die nationalen Gesetzgeber umgesetzt.

Ziel ist die Vermittlung von Grundkenntnissen im Europarecht und dem internationalen Privatrecht. In der Praxis ergeben sich zahlreiche Probleme nur weil beispielsweise Verträge mit internationalen Sachverhalten nicht ordnungsgemäß geschlossen wurden. Durch die Vermittlung von Grundkenntnissen im internationalen Privatrecht wie auch im Europarecht können „derartige Fallen“ schon vermieden werden, bevor ein Gericht den Sachverhalt klären muss. Die Basics im internationalen Privat- und Europarecht vermitteln unter anderem Antworten im Hinblick auf die Einstellung von ausländischen Arbeitnehmern, die juristisch korrekte Rechtswahl in Verträgen, auch durch Allgemeine Geschäftsbedingungen etc. Auf diese Weise können Risiken bei Vertragsabschlüssen im internationalen Bereich wesentlich verringert werden. Auch werden Grundzüge der internationalen deliktischen Haftung im Falle eines Produkthaftungsfalles erläutert. Über weitere Rechtsgebiete des Zivilrechts in der internationalen Anwendung soll ein Überblick verschafft werden. Dabei werden solide Grundkenntnisse für die tägliche Praxis im Wirtschaftsleben vermittelt.

Risikomanagement im Bereich Personal und Arbeitsrecht:

Viele arbeitsrechtliche Prozesse sind bereits verloren, ehe sie überhaupt begonnen haben. Die Grundlagen für einen erfolgreichen Gang zum Arbeitsgericht müssen daher bereits im Unternehmen gelegt werden.

Ziel des Seminars ist die Vermittlung solider Grundkenntnisse für die tägliche Praxis im Wirtschaftsleben.

Aktuelle Entwicklung des Arbeitsrechts werden aufgegriffen und leicht verständlich übermittelt.

Auf diese Weise können viele arbeitsrechtliche Klippen bereits im Vorfeld sicher umschifft werden.

Risikomanagement im Personalbereich bedeutet aber noch mehr: Was passiert, wenn mein wichtigster Mitarbeiter kündigt? Was ist Mobbing, wie erkenne ich es und kann dagegen vorgehen? Welche Kontrollmöglichkeiten gibt es für den Arbeitgeber und was ist rechtlich zu beachten? etc.

Dabei fließen in alle arbeitsrechtlichen Bereiche stets die europäischen Vorgaben des EuGH bzw. der europäischen Rechtssetzung ein.

Grundzüge des Handelsrechts, Gesellschaftsrecht, Unternehmensnachfolgemangement:

Das Handelsrecht ist das „Sonderprivatrecht der Kaufleute“. Es handelt sich um ein spezielles Gebiet des Privat- (Zivil) rechts, obwohl es auch öffentlich-rechtliche Normen enthält- Die Geltung des Handelsrechts ist abhängig von der Kaufmanneigenschaft wenigstens eines der beteiligten Rechtssubjekte. Das Handelsrecht ist kein vollständiges eigenes Recht, sondern enthält ergänzende Vorschriften des BGB gelten für Kaufleute nur subsidiär. Das Handelsrecht trägt den besonderen Bedürfnissen des kaufmännischen Rechtsverkehrs Rechnung. All diese Vorschriften sollen den Teilnehmern im Einzelnen vermittelt werden.

Auch soll ein Überblick über die in Deutschland möglichen Gesellschaftsformen verschafft werden. Jede Rechtsform birgt Vor- und Nachteile, begonnen mit dem Gründungsaufwand, über Kreditwürdigkeit bis hin zur Haftung mit dem Privatvermögen. Welche Gesellschaftsform für welche Bedürfnisse am ehesten geeignet ist, sollte den Teilnehmern vermittelt werden. Ferner sollte auf den „Kardinalsinsolvenzverursacher: fehlende Unternehmensnachfolgerbestimmung“ hingewiesen werden. Die Rechtsfolgen des „Untätigbleibens“ wie auch die Möglichkeiten zur Nachfolgeregelung sollten den Teilnehmern näher gebracht werden.

Inhalt

- o Risikomanagement und legal compliance:
 - o Gesetzliche Grundlagen, nationale und internationale Anforderungen: Compliance
 - o Bedeutung und Ziele des Risikomanagements
 - o Vorteile des Risikomanagementsystems
 - o Abgrenzung: Risikomanagement zu
 - o Qualitätsmanagement
 - o Die Implementierung eines Risikomanagementsystems
 - o Risikoanalyse
 - o Risikobewertung
 - o Maßnahmen zur Risikominimierung
 - o Versicherbarkeit von Risiken
 - o Restrisikoinventur
 - o Notfallpläne
 - o Dokumentation, Archivierung, Verfügbarkeit
 - o Zertifizierung eines Risikomanagementsystems
 - o Wirtschaftsprüfertestat
 - o Reporting und Controlling des

- o Risikomanagementprozesses
- o EDV-Unterstützung, Implementierung in vorhandene Managementsysteme
- o Business Continuity Management
- o Einzelne Risikobereiche im Unternehmen:
 - o Risiken im externen Bereich
 - o Risiken im Bereich Vision / Strategie / Leitbild
 - o Risiken im Bereich Steuern und Finanzen
 - o Versicherungen
 - o Risiken im Bereich Controlling
 - o Risiken im Bereich Personal / Human Resources
 - o Risiken im Bereich IT und EDV
 - o Risiken im Bereich Recht / „Legal Compliance“
 - o Risiken im Bereich Projektmanagement
 - o Risiken im Bereich Organisation
 - o Risiken im Bereich Forschung und Entwicklung
 - o Risiken im Bereich Beschaffung / Einkauf / Logistik
 - o Risiken im Bereich Produktion
 - o Risiken im Bereich Qualitätsmanagement
 - o Risiken im Bereich Marketing / Vertrieb
- o Vertragsmanagement
 - o Auswirkungen der Schuldrechtsreform auf Verträge
 - o Grundzüge der Schuldrechtsreform
 - o Änderungs- und Anpassungsbedarf zur Vermeidung unwirksamer Vertragsklauseln
 - o Risikomanagement und Risikofeld Vertragswesen
 - o Vertragsbeziehungen des Unternehmens
 - o Schritte des Vertragsentwurfs, notwendige, typische und nützliche Komponenten von Verträgen
 - o Grenzen der Vertragsfreiheit

- o AGB-Einbeziehung und AGB-Kontrolle nach neuem Recht
- o Widersprechende AGB (Taktik, Notwendigkeit von Rahmenverträgen!)
- o Organisatorische Maßnahmen im Unternehmen
 - o Vertragsdurchführungskontrolle
 - o Verhalten bei Leistungsstörungen
 - o Dokumentation
- o Produkthaftungsrisikomanagement inkl. internationaler Bezüge und Entwicklungen
 - o Einleitung und Definitionen
 - o Drohen amerikanische Verhältnisse für deutsche Hersteller und Händler?
 - o Vertragsarten: Kaufvertrag, Werkvertrag, Werklieferungsvertrag, Dienstvertrag
 - o Mögliche Folgen von Produktfehlern
 - o Übersicht über die Rechtsverhältnisse und wichtigsten Ansprüche in der Lieferkette
 - o Die neue Rechtslage zur Sachmängelhaftung
 - o Garantien
 - o Begriff
 - o Haftung aus Garantie
 - o Wirkung von Garantieerklärungen
 - o Gesetzlicher Ausschluss der Sachmängelhaftung
 - o Qualitätssicherungsvereinbarungen
 - o Die deliktische Produzentenhaftung
 - o Die Produkthaftung nach dem Produkthaftungsgesetz
 - o Der Einfluss des Geräte- und Produktsicherheitsgesetzes auf die Produkthaftung
 - o Strafrechtliche und zivilrechtliche Verantwortung von Managern, Abteilungsleitern und sonstigen Mitarbeitern in Produkthaftungsfällen
 - o Preloss- und Postloss-Risikomanagement im Bereich Produkthaftung
 - o Risikoverringerung durch Produkthaftpflichtversicherungen
 - o Produkthaftung in den USA
 - o Produkthaftung innerhalb EU

- o Produkthaftung außerhalb EU
- o Risikomanagement im Bereich Personal und Arbeitsrecht
 - o Bewerbung (erlaubte und verbotene Fragen, Einstellungstests, Kostenerstattung etc.)
 - o Ausgestaltung des Arbeitsvertrags (Vergütung und Gratifikationen, Hungerlöhne, Scheinselbstständigkeit etc.)
 - o Arten des Arbeitsverhältnisses (Ausbildungsverhältnis, Probearbeitsvertrag, Befristungen, Teilzeitarbeit etc.)
 - o Urlaub, Krankheit und Feiertage
 - o Arbeitszeitrecht
 - o Haftung im Arbeitsverhältnis (innerbetrieblicher Schadensausgleich, Kostenerstattungen für Aufwendungen etc.)
 - o Kündigungsrecht (Formerfordernisse, ordentliche und außerordentliche Kündigungen, betriebs-, verhaltens- und personenbedingte Kündigungen)
 - o Zeugnisrecht
 - o Aufhebungsverträge
 - o Rationalisierungsmöglichkeiten im Unternehmen (Von Einstellungsstopps über Urlaubsmaßnahmen bis hin zur Massenfreistellung)
 - o Internationale Verträge
- o Grundzüge Handelsrecht, Gesellschaftsrecht, Unternehmensnachfolgemangement
 - o Handelsrecht
 - o Allgemeine Grundzüge des Handelsrechts
 - o Der Kaufmannsbegriff
 - o Der Gewerbebegriff
 - o Der Handelsgewerbebegriff
 - o Sonderrecht / Sonderpflichten der Kaufleute
 - o Das „automatische Erstarben“ einer GbR zur OHG („der in kaufmännischer Weise eingerichtete Geschäftsbetrieb“ im Vergleich zum „Kleingewerbe“)
 - o Gesellschaftsrecht
 - o Personengesellschaften
 - o Einteilung Personen G-Juristische Personen

- o Grundbegriff „Rechtsfähigkeit der Personengesellschaften“
- o Gründung einer Personengesellschaft
 - o Gründung einer GbR
 - o Gründung einer OHG
- o Innenrecht der GbR
 - o Rechte und Pflichten der Gesellschafter
 - o Sonderregeln in der OHG
 - o Interne Willensbildung
 - o Veränderungen im Personenbestand
 - o Nachfolge von Todes wegen
- o Beendigung der Gesellschaft
- o Kapitalgesellschaften
 - o AG
 - o GmbH
 - o Limited UK

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

Empfohlene Literaturliste

- Neues BGB / Neuauflage mindestens 2010

- Scherer/Mühlbauer/Unterwiener u. a.. „Den Rücken frei – No risk, much fun! Praxiswissen Risikomanagement und Compliancemanagement“, Reihe Wirtschaftsrecht für Praktiker, rtw medienverlag 2007, ISBN-Nr. 3-937520-10-4

- Scherer / Friedrich / u. a.:

Vertragsmanagement; ISBN-Nr.3-937520-02-3 / 2005

-Edward W. Daigneault: Drafting International Agreements in Legal English

- Scherer / Friedrich:

Wer den Schaden hat... Band 1, ISBN-Nr. 3-937520-00-7/2. Auflage 2006

- Scherer / Friedrich:

Wer den Schaden hat... Band 2, ISBN-Nr. 3-937520-01-5/2, Auflage 2006

GX-04 PROJEKT-UND FÜHRUNGSMANAGEMENT

Modul Nr.	GX-04
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Henning Schulze
Kursnummer und Kursname	GX 2102 Führungsmanagement GX 2101 Projektmanagement
Lehrende	Maya Bentele Prof. Dr. Johann Nagengast Prof. Dr. Henning Schulze
Semester	2
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Postgraduate
SWS	6
ECTS	8
Workload	Präsenzzeit: 90 Stunden Selbststudium: 150 Stunden Gesamt: 240 Stunden
Prüfungsarten	StA
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch, Englisch

Qualifikationsziele des Moduls

Im Verlauf des Moduls Projekt- und Führungsmanagement (Prof. Dr. Henning Schulze) lernen die Teilnehmer die theoretischen Grundlagen und praktische Anwendungen in der Durchführung von (internationalen) Projekten sowie das Führungsverhalten von Vorgesetzten.

Projektmanagement ist die strukturierte Durchführung einer zeitlich begrenzten Aufgabe. Mittels Fallstudien und Praxisbeispiele wird aufgezeigt, wie das gesamte Projektmanagement-Instrumentarium erfolgreich angewendet wird.

Führung und Führen bedeutet gleichzeitig den Einsatz der eigenen Persönlichkeit, die in Kommunikation mit anderen Persönlichkeiten tritt. Damit werden in dieser Einheit die Wahrnehmung und der Umgang mit eigenen und authentischen

Persönlichkeitsmerkmalen reflektiert, sowie Kommunikationsmuster und die Wahrnehmung der Persönlichkeit unseres Gegenübers. Damit wird folgende Frage aufgeworfen: Wie bin ich, was macht mich aus, wie setze ich mich mit anderen in Beziehung? Innere wie äußere Kommunikationen können wirkungsvoll mit einem speziellen Ansatz in der Psychologie erfasst und interpretiert werden, der Transaktionsanalyse (TA). Diese ist sowohl Persönlichkeits- als auch Interaktionstheorie. Bei diesem Thema wird ein Transfer der TA-Konzepte in bzw. auf Interaktions- und Beziehungsprozesse in Führungs- und Beraterrollen gesucht. In der Einheit lernen die Studierenden, die eigene Persönlichkeit im Kontext mit ihrer Rolle als Führungskraft zu sehen, die sich mit der Entwicklung von Personal und der umgebenden Organisation beschäftigt.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Fließende Englischkenntnisse (für GX2101 Projektmanagement).

Lehr- und Lernmethoden

für GX2101 Projektmanagement:

- Vorlesung des Dozenten unter Einbindung einer Vielzahl von Praxisbeispielen und kleinen Gruppenarbeiten, in denen einzelne Probleme des internationalen Projektmanagements und des internationalen Managements handlungsorientiert von den Teilnehmern gelöst und mit dem Dozenten besprochen werden.
- Verwendung von internationalen und englischsprachigen Fallstudien, die von den Teilnehmern in Heimarbeit vorbereitet werden und im Rahmen der Veranstaltung gelöst werden. Der Dozent leitet daraus allgemeingültige Empfehlungen für alle Teilnehmer ab und nutzt sie Fallstudien zum "problem based learning".
- Präsentationen/Moderationen der Teilnehmer zu deren aktuellen Problemen des internationalen Projektmanagements - Videoschulung - Diskussion und Lösung im Plenum - Vermittlung theoretischer Hintergründe durch Dozent

für GX2102 Führungsmanagement:

- Theorieinput
- Diskussion
- Übungen
- Selbstreflexion
- Praxisfallbearbeitung

GX 2102 FÜHRUNGSMANAGEMENT

Ziele

„Management ist, was wir tun; Leadership ist, was wir sind“ (Warren Bennis).

Führung und Führen hat also viel mit unserer Persönlichkeit zu tun - genauer, mit unseren unterschiedlichen Persönlichkeitsanteilen. Nicht nur in Konflikten sind bei Führungskräften Eigenschaften gefragt, wie Selbstreflexion, Bewusstheit, Authentizität sowie Flexibilität in Bezug auf den Umgang mit sich selbst, den Anderen und der Situation.

So steht im Rahmen dieses Moduls die Persönlichkeit der Führungskraft auf der Basis von Erkenntnissen aus der modernen Führungsforschung im Vordergrund unseres Interesses: wie bin ich, was macht mich aus, wie setze ich mich mit anderen in Beziehung? Um diese und weitergehende Fragestellungen zu beantworten, rückt eine spezielle Psychologie in den Fokus des Interesses, die sowohl Persönlichkeits-, als auch Interaktionstheorie ist: der Transaktionsanalyse. So beschäftigen sich die Studierenden mit Konzepten, die Personalmanager sowie Führungskräfte Orientierung und Reflektionsbasis für die Arbeit in und mit Organisationen bietet.

Im zweiten Teil des Faches für Personalmanager reflektieren die Teilnehmer ihre eigene Persönlichkeit als wichtige Basis für professionelle Beratung. Handwerkszeug bilden ausgewählte Beratungskonzepte und -methoden. Zusätzlich haben die Studierenden die Möglichkeit, das international anerkannte Zertifikat „101-Transaktionsanalyse“ zu erhalten. Die transaktionsanalytischen Inhalte sind den von der International Transactional Analysis Association (ITAA) festgelegten Maßgaben für den „101-Einführungskurs in Transaktionsanalyse“ orientiert.

Lernziele:

- Erkennen der Relevanz der Persönlichkeit von Führungskräften für die Arbeit in Führungskontexten
- o Die Studierenden verschaffen sich einen Überblick über die Entwicklung von Führungstheorien und deren Veränderung vor dem Hintergrund der sich rasant ändernden Anforderungen
- Sie reflektieren die Rolle(n) von Führungskräften sowie Personal- und Organisationsentwicklern in und für die Organisation sowie deren Performance
- Erarbeiten eines Überblicks über Persönlichkeits- und Interaktionstheorien
- Kennen lernen von Hintergrund, Geschichte und zentraler Konzepte der Transaktionsanalyse (TA)
- Reflektieren der TA-Theorie auf die eigene Persönlichkeit und deren Entwicklung
- Transfer der TA-Konzepte in bzw. auf Interaktions- und Beziehungsprozesse in Führungs- und Beraterrollen

Inhalt

1. Einführung, Ablauf
 - 1.1. Persönliche Verträge
 - 1.2. Gruppenverträge

- 1.3. Feedbackregeln
- 2. Führung
 - 2.1. Grundlagen
 - 2.1.1. Historie zu Führung
 - 2.1.2. Was heißt Führung heute?
 - 2.1.3. Definition Führung
 - 2.1.4. Aufgaben einer Führungskraft
 - 2.1.5. Kompetenzen einer Führungskraft
 - 2.2. Der Führungszyklus
 - 2.2.1. Einordnung von Coaching in den Führungszyklus
 - 2.2.2. Zielvereinbarung
 - 2.2.3. Situative Führung
 - 2.2.4. Delegation
 - 2.2.5 Motivation
 - 2.3. Gestaltungsebenen von Führung
- 3. Coaching aus der Führungsrolle
 - 3.1. Was ist Coaching?
 - 3.2. Der Coachingprozess
 - 3.2.1. Erfassen des Coaching-Bedarfes
 - 3.2.2. Erarbeitung der Coaching-Vereinbarung
 - 3.2.3. Problemdefinitionskreis
 - 3.2.4. Problemebenen in der Situationsklärung
 - 3.2.5. Klärung der Situation des Coaching-Prozesses
 - 3.2.6. Ressourcenorientiertes Intervenieren
 - 3.2.7. Lösungsansätze und Aufgaben
 - 3.2.8. Flussdiagramm des Coaching-Prozesses
- 4. Gesprächstechniken
 - 4.1. Gesprächsführung

- 4.2. Blockadefloskeln
- 4.3. Fragetechnik
- 4.4. Auswahl konstruktiver Fragen
- 4.5. Rapporttechniken
- 5. Beratungsmethoden
 - 5.1. Kollegiale Beratung
 - 5.2. Supervision
- 6. Ausgewählte Konzepte der Transaktionsanalyse
 - 6.1. Ich-Zustände
 - 6.2. Transaktionsanalyse im engeren Sinne
 - 6.3. Grundeinstellungen
 - 6.4. Drama-Dreieck
 - 6.5. Die drei „Lebenswelten“
 - 6.6. Fragebogen zur Selbstdiagnose
- 7. Arbeitsaufgabe
- 8. Literatúrauswahl

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

Empfohlene Literaturliste

- o Gührs, M.; Novak, C. (2002): Das konstruktive Gespräch: ein Leitfaden für Beratung, Unterricht, und Mitarbeiterführung mit Konzepten der Transaktionsanalyse. 5., überarbeitete Auflage, Limmer Verlag; Neumünster.
- o Hagehülsmann, U.; Hagehülsmann, H. (1998): Der Mensch im Spannungsfeld seiner Organisation: Transaktionsanalyse in Managementtraining, Coaching, Team- und Personalentwicklung, Junfermann Verlag, Paderborn
- o Mohr, G. (2000): Lebendige Unternehmen führen, Frankfurter Allgemeine Buch, Frankfurt
- o Robbins, S. P. (2005): Organizational Behaviour. 11th Ed. Person; Prentice Hall.
- o Robbins, S. P.; Coulter, M. (2002): Management. 7th ed. Person; Prentice Hall

- o Schulze, H.S.(2005): Die „Gedrehte Abwertungstabelle“: von der Theorieorientierung zur Anwendungsorientierung des Konzeptes von Melor und Sigmund. In Zeitschrift für Transaktionsanalyse, ZTA, 22.Jg., Heft 1; S. 51-55
- o Schulze, H.S. (Hrsg.) (2005): Zeitschrift für Transaktionsanalyse, ZTA, 22.Jg., Nr.4; Themenschwerpunkt: Organisation
- o Schulze, H.S.; Lohkamp, L. (2005): Collegual Counseling: Empowerment in Organizations. Workshop Handout. TA World Conference: "Freedom and Responsibility". Edinburgh 7th - 10th July 2005
- o Schulze, H.S., Lohkamp, L. (2005): Kollegiale Beratung - problemlösungsorientierte Unterstützung von Führungskräften. In: Zeitschrift für Transaktionsanalyse, ZTA, 22.Jg., Nr.4, S. 254-268
- o Schulze, H.S.; Lohkamp, L. (2008): Führungsmanagement. In: o.Hrsg. (Hrsg.): Entscheiden – Führen – Handeln im globalen Wettbewerb: ein Kompendium des aktuellen Management Know-hows. Norderstedt: Books on Demand; 198-215

Steward, I.; Joines, V. (1990): Die Transaktionsanalyse: eine neue Einführung in die TA. Mit zahlreichen Abbildungen, Übungen und Hinweisen für die Praxis. Herder Verlag; Freiburg, Basel, Wien.

GX 2101 PROJEKTMANAGEMENT

Ziele

Die Teilnehmer des MBA-Programms sollen in diesem Modul mit dem internationalen Projektmanagement und dem internationalen Management vertraut werden. Dies umfasst nicht nur das Kennenlernen und Verstehen von grundsätzlichen Theorien, sondern vielmehr auch das Erlernen der Fähigkeiten, die zur sinnvollen und erfolgreichen Steuerung von Projekten und internationalen Unternehmen zur Verfügung stehen.

Die Teilnehmer erlernen in diesem Modul, wie Sie die Gesamtheit der Projektmanagement-Methoden pragmatisch und erfolgreich anwenden. Sie trainieren dabei u.a., wie Sie

- o Ihre Projekte zum von Ihrem Kunden gewünschten Erfolg führen,
- o Ihre eigenen Ressourcen und die Ihrer Organisation effizient und effektiv einsetzen,
- o die Zusammenarbeit mit Dritten optimieren können,
- o die strukturierte Umsetzung von Projektideen unter verschiedensten Rahmenbedingungen gewährleisten
- o das grundsätzliche Verständnis des Projektmanagements verinnerlichen Ihnen schon bekannte Vorgehensweisen optimieren

Die Anwendung dieses Instrumentariums wird im Rahmen der Studienarbeit und in jedem Fall im Rahmen von Fallstudien praktiziert.

Inhalt

- o Einführung in das Projekt-Management
 - o Genereller Überblick
 - o Projekt- und Projektmanagementdefinition
 - o Merkmale und Arten von Projekten
- o Projektorganisation
- o Methoden des effizienten Projektmanagements (Auswahl)
 - o Stakeholderanalyse
 - o Risikoanalyse
 - o Meilensteinplan
 - o Zielkreis
 - o Projektstrukturplan
 - o ...
 - o Vorlagen zu den wichtigsten Dokumenten
- o Projektplanung
- o Projektsteuerung
- o Projektabschluss und Lessons Learned
- o Management von internationalen Projektteams
- o Professionell Präsentieren und Moderieren im internationalen Umfeld
- o Bearbeitung von internationalen und englischsprachigen Fallstudien

Zusätzliche Themen werden aufgrund der aktuellen Entwicklungen in Literatur und Praxis und aufgrund der Bedürfnisse der Teilnehmer aufgenommen.

Bei allen Aspekten wird aufbauend auf fundierter Theorie stets auf die Anwendung im Internationalen Projektmanagement eingegangen.

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

Besonderes

Das Teilmodul „Projektmanagement“ findet bevorzugt bei einem Unternehmen der MBA-Teilnehmer statt.

Dort werden die in diesem Unternehmen angewendeten Projektmanagement-Methoden durch Verantwortliche des Unternehmens anschaulich und praxisnah vorgestellt. So werden Best Practices für alle Teilnehmer sichergestellt.

Empfohlene Literaturliste

- o Kerzner, H. (2009): Project Management, Berea
- o Hill, C. (5th edition): International Business
- o Cullen, J.B./Parboteeah, K.B.: Multinational Management, South-Western, Ohio, aktuellste Auflage
- o Project Management Institute (PMI): A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide), aktuellste Auflage

GX-05 FINANZEN & CONTROLLING

Modul Nr.	GX-05
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Hans Paul Bisani
Kursnummer und Kursname	GX 2104 Controlling GX 2103 Finanzen und Investment
Lehrende	Prof. Dr. Hans Paul Bisani Prof. Dr. Konrad Schindlbeck
Semester	2
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Postgraduate
SWS	4
ECTS	6
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 120 Stunden Gesamt: 180 Stunden
Prüfungsarten	StA
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul „Finanzen und Controlling“ (Prof. Dr. Hans Paul Bisani) ist für Unternehmen zwangsläufig und elementar. Die Studierenden erwerben das Basiswissen aus den Bereichen Kapitalbeschaffung und Kapitaldisposition und erhalten anhand verschiedener kapitaltheoretischer Grundmodelle (klassische, traditionelle, neoklassische und neoinstitutionelle Kapitalstrukturmodelle) eine Erläuterung für die Optimierung der Kapitalbeschaffung. Nicht unerwähnt bleiben dabei die Grenzen solcher reinen Finanztheorien. Die Studierenden lernen die Bedeutung des Finanzmanagements im Führungssystem der Unternehmen kennen. Sie werden befähigt, verschiedene Wirtschaftlichkeitsberechnungen bei Finanzprodukten anzuwenden und deren Ergebnisse zu beurteilen. Ferner können sie Chancen und Risiken verschiedener Finanzprodukte erkennen und bewerten. Die Teilnehmer werden dadurch in die Lage versetzt, situationsgerechte Entscheidungen im Finanzbereich treffen zu können.

Das Controlling hat wichtige Planungs-, Kontroll- und Steuerungsfunktion in einem Unternehmen und unterstützt dessen zielorientierte Führung. In dem Modul lernen die Studierenden die Kosten- und Leistungsrechnung als wichtiges Instrument des Finanz-Controllings. Im Fokus steht die Vermittlung von Wissen über den Aufbau und die Anwendung der Kosten- und Leistungsrechnung sowie ausgewählte Instrumente des Kostenmanagements. Die Teilnehmer werden befähigt, ausgewählte Instrumente des operativen Controllings zu konzipieren und in der betrieblichen Praxis umzusetzen.

Lehr- und Lernmethoden

- Seminaristischer Unterricht mit Übungen
- Fallbezogene Darstellung der zu erarbeitenden Grundlagen
- Erarbeitung des Stoffs anhand von zahlreichen Praxisbeispielen und Diskussionen

GX 2104 CONTROLLING

Ziele

"Was man nicht messen kann, kann man auch nicht managen". Dieser Leitsatz drückt die Bedeutung des Controlling als wichtige Planungs-, Kontroll- und Steuerungsfunktion in einem Unternehmen aus. Das Controlling unterstützt die zielorientierte Führung eines Unternehmens.

Das Lernmodul Controlling beschäftigt sich mit der Kosten- und Leistungsrechnung als einem sehr wichtigen Instrument des Finanz-Controlling. Dabei wird sowohl die traditionelle Kosten- und Leistungsrechnung als auch ausgewählte Instrumente des Kostenmanagements sowie des operativen Controlling behandelt.

Die Vermittlung von Wissen über den Aufbau und die Anwendung der Kosten- und Leistungsrechnung sowie ausgewählte Instrumente des Kostenmanagements stehen im Fokus dieser Veranstaltung. Darüber hinaus werden die Teilnehmer befähigt ausgewählte Instrumente des operativen Controllings zu konzipieren und in der betrieblichen Praxis umzusetzen.

Inhalt

1. Notwendigkeit des Finanz-Controlling
2. Unterschiede zwischen dem operativen und strategischen Controlling
3. Aufbau der Kostenstellenrechnung
4. Überblick über die Kostenträgerrechnung
5. Struktur der Ergebnisrechnung
6. Grundlagen der Plankostenrechnung
7. Die Prozesskostenrechnung als Instrument zur Planung, Kontrolle und Verrechnung von Gemeinkosten

8. Vorgehensweise bei der Ermittlung der marktorientierten Zielkosten mit Hilfe des Target Costing
9. Die operative Planung und Kontrolle
10. Kennzahlen-Analyse
11. Abweichungsanalyse
12. Profitcenter-Rechnung

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

Empfohlene Literaturliste

- VHB e-learning Begleitmaterial für diesen Kurs: "Kostenrechnung";
- Weber J., Einführung in das Controlling, 12. Aufl., 2008;
- Coenenberg, Kostenrechnung und Kostenanalyse, 7. Aufl., 2009;
- Däumler / Grabe, Kostenrechnung 1 Grundlagen, 9. Aufl., 2008;
- Däumler / Grabe, Kostenrechnung 2 Deckungsbeitragsrechnung, 9. Aufl., 2008;
- Joos-Sachse Th., Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement, 3. Aufl., 2004;
- Horngren, Ch. Cost accounting, 11. ed., 2003;
- Cokins G., Activity-Based Cost Management, 2001;
- Schäffer U. / Weber J., Bereichscontrolling, 2005;
- Lalli W., Handbook of Budgeting, 5. ed., Hoboken 2003;
- Kaplan R., Activity-Based Costing and Capacity (ECCH-Case Study 2005)

GX 2103 FINANZEN UND INVESTMENT

Ziele

Die Studierenden erwerben das unverzichtbare theoretische Basiswissen aus den Bereichen Kapitalbeschaffung und Kapitaldisposition, mit denen Unternehmen in Berührung kommen. Anhand verschiedener kapitaltheoretischer Grundmodelle (klassische, traditionelle, neoklassische und neoinstitutionelle Kapitalstrukturmodelle) wird die Optimierung der Kapitalbeschaffung erläutert. Gleichzeitig werden den Studierenden die Grenzen einer reinen Kapitaltheorie aufgezeigt; diese Grenzen sind u.a. auf die Existenz von Finanzintermediären und zahlreichen unterschiedlichen Finanzierungs- und Rechtsformen zurückzuführen. Darüber hinaus wird ausgehend von den theoretischen Kassenhaltungsmodellen (z.B. Modell von Miller und Orr) die Kassenhaltungsproblematik und die Bedeutung des Cash-Managements erarbeitet.

Die Studierenden lernen die Bedeutung des Finanzmanagements im Führungssystem der Unternehmen kennen. Sie werden befähigt, verschiedene Wirtschaftlichkeitsberechnungen bei Finanzprodukten anzuwenden und deren Ergebnisse zu beurteilen. Ferner können Sie Chancen und Risiken verschiedener Finanzprodukte erkennen und bewerten. Die Teilnehmer werden dadurch in die Lage versetzt, situationsgerechte Entscheidungen im Finanzbereich treffen zu können.

Inhalt

1. Forschungsansätze in der Finanzwirtschaft (Finanzierungstheorien)
2. Aufgaben und Funktion von Finanzierung (Innen- bzw. Außenfinanzierung) und Investition
3. Aufbau der Investitionsplanung
4. Beurteilung verschiedener Investitionsrechenverfahren
5. Rolle der Finanzmärkte
6. Gestaltung der Kapitalstruktur (u. a. nationaler und internationaler Vergleich)
7. Einführung in das Cash-Management (Theoretische Kassenhaltungsmodelle, Aufgaben und Beurteilung von Cash-Management-Systemen)
8. Varianten der Kapitalbeschaffung (einschließlich Subventionsfinanzierung)
9. Financial Engineering zur Optimierung von nachgefragten Finanzierungs-, Anlage- und Risikoübernahmeleistungen der Unternehmen (Systematisierung der verschiedenen Finanzdienstleistungsarten, Gestaltungsmöglichkeiten von Finanzkontrakten und ihre betriebliche Nutzung, Optimierungsstrategien)
10. Einsatz von Instrumenten zur Begrenzung von Zins-, Währungs- und sonstigen Preisrisiken im Unternehmen (Optionen, Futures, Swaps und dgl.)
11. Alternativenvergleiche durch Wirtschaftlichkeitsberechnungen bei Finanzprodukten
12. Veränderung in der Finanzindustrie und ihr Einfluss auf die Unternehmen (Veränderungen im Anbieterverhalten der Finanzdienstleister, Entstehung neuer Kapitalbeschaffungs- und Anlagemöglichkeiten, Kalkulation der Finanzdienstleister und deren Einfluss auf die Preispolitik)

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

Empfohlene Literaturliste

Grundlagenliteratur:

Olfert, Klaus/Reichel, Christopher: Kompakt-Training Investition, Kiehl Verlag

Eugene Brigham, Joel Houston, Dana Aberwald Clark: : Fundamentals of Financial Management, 2004 (4. Ed.)

Weiterführende Literatur:

H. K. Baker, G. E. Powell: Understanding Financial Management – A Practical Guide, 2005

Volker Oppitz/Volker Nollau, Taschenbuch der Wirtschaftlichkeitsrechnung, Fachbuchverlag Leipzig 2004

Joachim Präscht/Uwe Schikorra/Eberhard Ludwig, Finanz-Management, Hanser Verlag 2007

Matthias Übelhör/Christian Warns (Hrsg.), Basel II, Auswirkungen auf die Finanzierung, Unternehmen und Banken im Strukturwandel, PD-Verlag 2004

Robert W. Kolb, Futures, Options and Swaps, 2003 (4. Ed.), Part 10 and 19

Maurice Levi, International Finance, 2005 (4. Ed.), PartV

GX-06 MARKETING & PERSONAL

Modul Nr. GX-06
Modulverantwortlicher Prof. Dr. Thomas Bartscher

Kursnummer und Kursname GX 2106 Human Resource Management & Ethik
 GX 2105 Strategisches Marketing

Lehrende Prof. Dr. Thomas Bartscher
 Andreas Koneberg
 Dr. Kerstin Wundsam
 Martin Scheinert

Semester 2, 3

Dauer des Moduls 2 Semester

Häufigkeit des Moduls

Art der Lehrveranstaltungen Pflichtfach

Niveau Postgraduate

SWS 5

ECTS 7

Workload Präsenzzeit: 75 Stunden
 Selbststudium: 135 Stunden
 Gesamt: 210 Stunden

Prüfungsarten StA

Unterrichts-/Lehrsprache Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul „Marketing und Personal“ beschäftigt sich in der Außenwirkung eines Unternehmens wie in der Kommunikation nach innen mit dem zielorientierten Umgang mit Menschen. Beim Stichwort Marketing sollen die Studierenden die Planung von Marketing-Konzepten auf den verschiedenen Ebenen verstehen und nachvollziehen können. Hierzu gehört die Philosophie der strategischen Marketingplanung genau so, wie Techniken der Daten- und Informationssammlung und ausgewählte praxisorientierte Strategie-Konzepte, mit deren Hilfe die verschiedenen Stufe der Konzeptgestaltung beschrritten werden.

Im Modul Personal, neudeutsch auch Human Resource Management genannt, werden Kursteilnehmer damit vertraut, individuelle Talente aufzuspüren und konkrete Bereiche zu hinterfragen. Auch erlernen sie traditionelle wie innovative Techniken, um anderen besser zu motivieren und mit ihnen zu kommunizieren, um Managementziele mithilfe ihres Potentials an Arbeitskraft zu erreichen. Neben der Darstellung und Besprechung des Human Resource Management werden auch spezielle Themen hervorgehoben, die Kursteilnehmern praktische Erfahrungen einräumt, um die Theorie an den praktischen Managementstrategien anzuwenden. Das Modul findet in englischer Sprache statt.

Der Lehrbereich „Ethik“ versucht eine Balance zwischen ökonomischen Interessen und ethisch verantwortetem Handeln herzustellen. Ausgehend von der persönlichen Grundhaltung entsteht ethisches Handeln immer zuallererst im Kopf der jeweiligen Führungskraft bzw. Managers (Stichwort: Selbstmanagement). Das Modul sensibilisiert die Teilnehmer für den bedeuten Bereich des Selbstmanagements und stellt mögliche Umsetzungswege ethischer Leitlinien in Teams vor. Zentrale Begriffe der Einheit sind Werteentscheidung, Unternehmensethik und Individualethik.

Lehr- und Lernmethoden

GX2105 Strategisches Marketing:

Vermittlung von Managementwissen und Bearbeitung einer Aufgabenstellung aus der Unternehmungs-Praxis

GX2106 Human Resource Management & Ethik:

Human Resource Management:

seminar, lecture, large- and small-group discussions, Case specific International HR projects

Ethik:

Seminaristischer Unterricht mit Praxisbeispielen

GX 2106 HUMAN RESOURCE MANAGEMENT & ETHIK

Ziele

Human Resource Management:

Universally the management of an organization’s human resources is known by professionals and supervisors as one of the most frustrating and difficult to contain management functions. Successful managers understand how to strategically assess, plan, allocate and deploy human resources to accomplish organizational, individual and group goals. Being able to transfer universal human resource skill sets across cultures and diverse organizational structures assists managers in both daily and long term tasks.

This course is designed to reinforce professionals and managers with human resource management skills. Both the organizational approach to Human Resources and

individual managerial strategies for understanding the planning-staffing-selecting-training-coaching evaluating-developing are covered.

Students will identify natural talents and challenge areas as well as learn classic and innovative techniques to better motivate and communicate with others to accomplish management goals through their human resources.

While Human Resource Management theory will be presented and discussed, the class also emphasizes special topics in Human Resource Management that will allow students a hands-on experience of applying theory to practical management strategies.

Ethik:

Der Lehrbereich „Ethik“ beschäftigt sich aus praxisorientierter Sicht mit den Bereichen Unternehmens- und Individualethik (Führungsethik). Gegenstand genauer Betrachtung sind Dilemma-Situationen, in denen sich Führungskräfte und Manager häufig wiederfinden, wenn sie ökonomisch arbeiten und zeitgleich ihrer ethischen Grundhaltung gerecht werden wollen. Sowohl Inhalte ethischen Handelns als auch deren Um- und Durchsetzung in der Führung werden behandelt. Die Studierenden beschäftigen sich mit den Fragen „Wie kann ethisches Handeln im Unternehmen entstehen?“, „Was kann ich als Führungskraft oder Manager tun, um das ethische Handeln meiner Mitarbeiter zu ermöglichen?“ (Stichwort: Umsetzungskompetenz) und sie erhalten die Möglichkeit zur Selbstreflexion der eigenen Haltung.

Inhalt

Human Resource Management:

1.Introduction: Human Resource Management

1. What is Human Resource Management (HRM)?
2. What is HR's organizational value?

2. Defining the Cycle of HRM

1. Planning-Staffing-Selecting-Training-Coaching-Evaluating-Developing
2. Integrating organizational theory into daily HR management practice

3. Applying HR Strategies

- 3.1 Motivation
- 3.2 Communications
- 3.3 Organizational change and transitions
- 3.4 Diverse Organizational Strategies: multi-site, multi-cultural, multi-national
- 3.5 Legal considerations
- 3.5 Case Studies in HRM: international best practices

4. Special Topics in HR
 1. Personal leadership application to HR management
 2. Succession Planning
 3. Group HRM techniques
 4. One-on-one HR management tactics
and coaching
 - 4.5 Gender, cultural, political, national issues impacting HRM
5. Special Projects in HRM and presentations

Ethik:

1. Moral und Ethik
2. Spezifische Ethiken
 - 2.1 Wirtschaftsethik, Unternehmensethik, Individualethik
 - 2.2. Ethik in Management und Führung
3. Ethik beginnt im Kopf des Einzelnen
 - 3.1. Der unternehmerische Rahmen
 - 3.2. Reflexion der eigenen ethischen Haltung
- 3.3. Die Führungskraft und ihr Team
 - 3.4. a. Rahmen: Zwang zur Wahlfreiheit
b. Dilemma-Management
c. Umsetzungskompetenz in der Schaffung von Strukturen für das Team

Prüfungsarten

StA

Empfohlene Literaturliste

Human Resource Management:

Helen Deresky: International Human Resource Management – current edition

Bohlander, George and Scott **Snell** Managing Human Resources – current edition

Jim Collins: From Good to Great

Martin E.P. Seligman, PhD Learned Optimism (2006) Vintage Press

Wheatley, Margaret J Leadership and the New Science – Discovering Order in a Chaotic World; (2006) Barrett Koehler

Paul Hersey, Ken Blanchard: Management of Organizational Behavior

Ethik:

Göbel, E., Unternehmensethik. Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft 2010.

Goleman, D., Boyatzis, R., McKee, A., Emotionale Führung. Econ Verlag GmbH, München 2002.

Hemel, U., Wert und Werte. Ethik für Manager – Ein Leitfaden für die Praxis. München, Wien 2005.

Höffe, O., Lesebuch zur Ethik. Philosophische Texte von der Antike bis zur Gegenwart. München 2002.

Lay, R., Ethik für Wirtschaft und Politik. Wirtschaftsverlag Langen-Müller/Herbig 1983.

Lay, R., Posé, U.D., Die neue Redlichkeit. Werte für unsere Zukunft. Frankfurt, New York 2006.

Vossenkuhl, W., Die Möglichkeit des Guten. Ethik im 21. Jahrhundert. München 2006.

GX 2105 STRATEGISCHES MARKETING

Ziele

Marktorientierte Unternehmensführung ist heute ohne den Blick auf die mittel- und langfristige Entwicklung der relevanten Märkte nicht mehr denkbar.

Strategisches Marketing ist dabei als Philosophie UND als Instrumentarium zu verstehen. In seinem Rahmen wird die Planung von Marketing-Maßnahmen-Paketen - ausgehend von einer soliden Datenbasis - über mehrere Schritte vorbereitet.

Die Studierenden sollen die Planung von Marketing-Konzepten auf den verschiedenen Ebenen verstehen und nachvollziehen können. Hierzu gehört die Philosophie der strategischen Marketingplanung genau so, wie Techniken der Daten- und Informationssammlung und ausgewählte praxisorientierte Strategie-Konzepte, mit deren Hilfe die verschiedenen Stufe der Konzeptgestaltung beschriftet werden.

Inhalt

1. Entwicklungsschritte zur Strategischen Marketing-Planung
2. Verständnis / Philosophie
3. Marktforschung als Basis strategischer Planung (Desk-Research)
4. Vision und strategischer Planungsbaum
5. Idealtypische Planungsschritte: die Strategiematrix

6. Ausgewählte Strategieansätze als Instrumente der Strategie-Planung
7. Fallstudienarbeit: Entwicklung eines Strategie-Konzeptes für einen ausgewählten Markt oder Marktbereich

Prüfungsarten

StA

Besonderes

Für dieses Modul sind zwei Studienarbeiten anzufertigen.

Empfohlene Literaturliste

Becker, J.(2002): Marketing-Konzeption: Grundlagen des strategischen und operativen Marketing-Managements. 7., überarb. und erg. Aufl. München, Vahlen. (umfassend, viele Beispiele)

Becker, J. (2000):Marketing-Strategien: Systematische Kursbestimmung in schwierigen Märkten. München, Vahlen.

Dolan, R. J. (ed.) (1991): Strategic Marketing Management. Harvard Business School Publications.

Homburg, Chr.; **Krohmer**, H. (2003): Marketingmanagement: Strategie – Instrumente - Umsetzung – Unternehmensführung. Wiesbaden, Gabler.

Kotler, P. (2003): Marketing Management, 11th ed. Upper Saddle River, Pearson.

Lehman, D.; **Winer**, R. (1997): Analysis for Marketing Planning 5 th Edition, McGraw Hill, USA.

Meffert, H. (1994): Marketing Management: Analyse – Strategie – Implementierung. Wiesbaden, Gabler. (Neuaufgabe erscheint im Frühjahr 2005; wissenschaftlich, gute Struktur)

Sander, M. (2004): Marketing-Management: Märkte, Marktinformationen und Marktbearbeitung. Stuttgart, Lucius & Lucius.

Mullins, J.; **Walker**, O. C; **Boyd**, H. W.; **Larreche**, J.-C. (2005): Marketing Management. 5th ed. McGraw-Hill, Irwin

Walker, O. C.; **Boyd**, H. W.; **Larreche**, J.-C. (2003): Marketing Strategy-A Decision-Focussed Approach, 4th Edition, Irwin McGraw –Hill

Vaghefi, M. R.; **Huellmantel**, A. B. (1998): Strategic Management for the Xxist Century E the Power of Continuous Improvement. CRC Press

GX-07 PERFORMANCE IMPROVEMENT & INTERKULTURELLE KOMPETENZ

Modul Nr.	GX-07
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Johann Nagengast
Kursnummer und Kursname	GX 3102 Interkulturelles Verhalten
	null GX 3101 Performance & Change Management
Lehrende	Prof. Dr. Johannes Klühspies Prof. Dr. Johann Nagengast
Semester	3
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Postgraduate
SWS	6
ECTS	8
Workload	Präsenzzeit: 90 Stunden Selbststudium: 150 Stunden Gesamt: 240 Stunden
Prüfungsarten	StA
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch, Englisch

Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul Performance Improvement & Interkulturelle Kompetenz (Prof. Dr. Johann Nagengast) soll die Studierenden in die Lage versetzen, für definierte Kulturen eine Kulturrecherche zu betreiben, die Kultursignale zu klassifizieren und mit einer anderen Kultur angemessen zu vergleichen. Der Auslandsaufenthalt, lässt die Teilnehmer eine andere Kultur hautnah erleben. Neben dem Frontalunterricht müssen die Teilnehmer selbst aktiv präsentieren und Rollenspiele in Englisch durchführen. Dabei lernen sie die grundlegenden interkulturellen Modelle kennen und können diese als Analyseinstrument handhaben. Sie werden in die Lage versetzt, Kommunikationsmuster der unterschiedlichen Kulturen zu charakterisieren und durch das Beurteilen der verschiedenen Kommunikationsmuster das eigene Verhalten entsprechend anzupassen. Sie können dann im Anschluss die firmeneigenen Verhandlungen in den fremden Ländern gezielt evaluieren und neue angepasste Verhandlungsstrategien entwickeln.

Durch die Kombination der Teilmodule Performance Improvement und Interkulturelle Kompetenz werden die Teilnehmer in die Lage versetzt, Änderungsprozesse in Unternehmen an internationalen Erfordernissen auszurichten.

Das Modul soll die Studierenden in die Lage versetzen, für definierte Kulturen eine Kulturrecherche zu betreiben, die Kultursignale zu klassifizieren und mit einer anderen Kultur angemessen zu vergleichen. Der Auslandsaufenthalt, lässt die Teilnehmer eine andere Kultur hautnah erleben. Neben dem Frontalunterricht müssen die Teilnehmer präsentieren und Rollenspiele in Englisch durchführen.

- o Sie kennen die grundlegenden interkulturellen Modelle und können diese als Analyseinstrument handhaben und bei der Recherche implementieren.
- o Sie sind in der Lage, Kommunikationsmuster der unterschiedlichen Kulturen zu charakterisieren und durch das Beurteilen der verschiedenen Kommunikationsmuster das eigene Verhalten entsprechend anzupassen.
- o Sie können die firmeneigenen Verhandlungen in den fremden Ländern gezielt evaluieren und neue angepasste Verhandlungsstrategien entwickeln.
- o Sie können Strategien zur Verbesserung der Performance in einem Unternehmen formulieren, durch verschiedene Techniken ermitteln und implementieren.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Fließende Englischkenntnisse; erste interkulturelle Erfahrungen

Lehr- und Lernmethoden

Vorträge, Einzelarbeiten, Gruppenarbeiten, Projektarbeit, Präsentationen und Diskussionen moderieren

Besonderes

Mindestens zwei Exkursionen zu Firmen in der Region Kent, UK

GX 3102 INTERKULTURELLES VERHALTEN

Inhalt

- o Introduction: Cultural conditioning
 - o Stereo types
 - o What is culture?
 - o National Lens
 - o Experiences in foreign countries
- o Communication styles

- o Patterns of communication
- o Patterns of listening
- o Cultural categorises
- o Inter-category comparisons
- o Meetings

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

Empfohlene Literaturliste

1. Author: Geert Hofstede 2003, „Cultures and orga-nizations“ Software of the mind, UK, Profile Books Ltd
2. Author: Fons Trompenaars and Charles Hampden-Turner, 1998 “Riding the waves of culture” Understanding diversity in global business, USA, McGraw-Hill Company
3. Author: Mijnd Huijser 2006, “The cultural advantage” A new model for succeeding with global teams, USA Nicholas Brealey Publishing Company
4. Author: Deena R. Levine and Mara B. Adelman, 1993 “Beyond Language”, USA Prentice-Hall Inc.
5. Author: Edward Hall, 1989 “Beyond Culture” USA, Anchor Books
6. Author: Roger E. Axtell, 1993 “Do’s and Taboos around the world” The bestselling guide to international behaviour, Canada, The Parker Pen Company
7. Author: Roger E. Axtell, 1998 “Gestures” The do’s and taboos of body language around the world, USA, Axtell Company
8. Author: Richard D. Lewis, 2006 “When cultures collide” leading across cultures, Finland, WS Bookwell
9. Author: Robert J. House, Paul J. Hanges, Mansour Javidan, Peter W. Dorfman, Vipin Gupta, 2004, “Culture, leadership, and organization” The globe study of 62 societies, USA, Sage Publications, Inc.
10. Author: Astrid Podsiadlowski, 2002, “Multikulturelle Arbeitsgruppen in Unternehmen”, Germany, Waxmann Verlag
11. Author: Klaus Roth, 2000 “Mit der Differenz leben”, Germany, Waxmann Verlag
12. Author: Desmond Morris “The human animal” BBC, six one-hour television programmes on human behaviour
13. “The man watcher in Japan” for TV Man Union (Japanese TV)

14. "Body watching" an one-hour special for CBS network TV in USA

GX 3101 PERFORMANCE & CHANGE MANAGEMENT

Inhalt

Der genaue Inhalt wird jeweils individuell, Teilnehmer-bezogen und in Bezug auf die aktuellen Erfordernisse des Arbeitsmarktes und der MBA-Absolventen festgelegt.

- o Performance Management and Strategy
 - o Strategy Formulation/Strategy Change
 - o Theory and practice
 - o Strategic Performance Tool/Techniques
 - o Balanced scorecard
 - o Strategy maps
 - o Strategic planning index
 - o Measuring strategic performance in 3 dimensions
 - o Strategy Implementation: Theory and Practice
- o Organisational Change and Management
- o Organisational change and development
 - o Why is change necessary for performance improvement?
 - o What sort of changes are there?
 - o Corporate Sustain Ability and Performance Improvement – what are the links?
- o Multinationals: Management and Performance Incl. Lecture on multinationals,
 - o Role Plays: Gap's Sweatshop Crisis
 - o Case Study: The Body Shop International
 - o Video Case Study: Enron – What Went Wrong?
- o IR and national economic performance and International/comparative HRM
- o HRM and Firm Performance and International and Reward Systems
- o Performance Management and Appraisal
- o Productivity Analysis
 - o Introduction to the technique of data envelopment analysis (DEA)

- o How can we use the inputs we have to produce the outputs we want?
- o Can we do better?
- o Operations Management and Performance
- o The Role of Leadership in Effective Performance Management
 - o What is a leader? How is a leader different from a manager?
 - o How important is the role of a leader in today's organisation?
 - o Practical Application of leadership in improving performance

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

Empfohlene Literaturliste

Studienbegleitendes und den Auslandsaufenthalt vorbereitendes Material wird vor dem Aufenthalt bereitgestellt und ist vor dem Vor-Ort-Termin durchzuarbeiten, beispielsweise Fallstudien.

Die konkret zu behandelnde Liste mit Literatur wird während des Aufenthaltes an der Partnerhochschule jeweils aktuell zu den Entwicklungen in den vermittelten Kompetenzen und jährlich alterierend zur Verfügung gestellt. Es handelt sich ausschließlich um englisch-sprachige Literatur.

GX-08 VERTIEFUNG MANAGEMENTDISZIPLINEN

Modul Nr.	GX-08
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Johann Nagengast
Kursnummer und Kursname	GX 3104 Internationale Logistik GX 3106 Internationales Vertriebsmanagement GX 3103 Strategische Informationssysteme GX 3105 Unternehmenssteuerung
Lehrende	Prof. Dr. Diane Ahrens Prof. Dr. Herbert Fischer Prof. Dr. Martina Heigl-Murauer Jürgen Lorenz Prof. Dr. Johann Nagengast Prof. Dr. Jürgen Schwill Prof. Dr. Jürgen Sikorski
Semester	3
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Postgraduate
SWS	11
ECTS	15
Workload	Präsenzzeit: 75 Stunden Selbststudium: 135 Gesamt: 210 Stunden
Prüfungsarten	StA
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul Vertiefung Managementdisziplinen (Prof. Dr. Konrad Schindlbeck) führt in die vier Teildisziplinen Strategische Informationssysteme (SIS), Internationale Logistik, Unternehmenssteuerung sowie Internationales Vertriebsmanagement ein.

Strategische Informationssysteme dienen der Umsetzung von Unternehmensstrategien. Sie helfen Unternehmen, Wettbewerbsvorteile zu erringen oder Wettbewerbsnachteile zu verringern. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sollen befähigt werden, den strategischen Anteil von Informationssystemen (SIS) einzuschätzen.

Ziel der Lehrveranstaltung Internationale Logistik ist, eine ganzheitliche prozessbezogene Unternehmenssichtweise zu entwickeln und diese unternehmensübergreifend zum Supply Chain Management auszubauen. Der Wertbeitrag und die Potentiale der Logistik sollen klar erkannt werden. Für die logistischen Kernfunktionen „Source“, „Make“, „Deliver“, „Return“ sowie „Plan“ international aufgestellter Unternehmen sollen die wesentlichen Handlungsmodelle, also Produktionskonzepte wie Lean Production, Beschaffungsmodelle wie Just-in-Sequence-Anlieferung, etc. bekannt sein.

In der Vertiefung „Unternehmenssteuerung“ wird den Studierenden in praxisorientierter Form die wichtigsten Instrumente der Unternehmenssteuerung vermittelt. Die Studierenden sollen mit dem Aufbau und der Konzipierung von ausgewählten Steuerungsinstrumenten vertraut gemacht werden. Im Mittelpunkt des Kurses steht das strategische Controlling.

Die Teilnehmer erhalten im letzten Abschnitt Internationales Vertriebsmanagement einen vertieften Einblick in klassische Marketing- und Vertriebsprozesse sowie die modernsten Werkzeuge und Tools, um erfolgreich Marketing- und Vertriebsaufgaben auf internationalen Märkten wahrnehmen zu können.

Lehr- und Lernmethoden

GX3103 Strategische Informationssysteme:

Überblicksreferate, Präsentationen, Diskussionen und Workshops, Teamarbeit, seminaristischer Unterricht, Nutzung einer webbasierten Lehr- und Lernumgebung (iLearn) und Veranstaltung von Webkonferenzen (virtuelle Lehre). Neben theoretischem Wissen wird durch die Behandlung von Fallstudien auch die Erarbeitung von praxisnahen Lösungskonzepten vermittelt.

GX3104 Unternehmenssteuerung:

Erarbeitung des Stoffs anhand von Fallstudien sowie zahlreichen Praxisbeispielen

GX3105 Internationale Logistik:

Erarbeitung des Stoffs anhand von Fallstudien sowie zahlreichen Praxisbeispielen, Teamarbeit und Teilnehmerpräsentationen

GX3106 Internationales Vertriebsmanagement:

Interaktiver, industrieorientierter Vortragsstil, Task Force Sessions, Teamarbeit und Teilnehmerpräsentationen

Besonderes

Einsatz didaktischer Methoden aus der virtuellen Lehre; internationale Case Studies und Best Practice Benchmarks

Es sind zwei Studienarbeiten anzufertigen:

1 Studienarbeit in GX3103 oder GX3105

1 Studienarbeit in GX3104 oder 3106

GX 3104 INTERNATIONALE LOGISTIK

Ziele

Unter Logistik wird die Gestaltung, die Planung, Steuerung und Kontrolle der auf den Material- und Güterfluss, den Informationsfluss und den Finanzfluss bezogenen Prozesse innerhalb eines Unternehmens sowie über Unternehmensgrenzen hinaus verstanden, im Idealfall vom Rohstofflieferanten bis zum Endkunden. Logistik ist eine Querschnittsfunktion, die als Managementdisziplin mit Unternehmensfunktionen wie Produktentwicklung, Beschaffung, Produktion, Marketing und Vertrieb sowie After Sales Services abzustimmen ist.

Ziel der Lehrveranstaltung ist daher vorrangig, eine ganzheitliche prozessbezogene Unternehmenssichtweise zu entwickeln und diese unternehmensübergreifend zum Supply Chain Management auszubauen. Der Wertbeitrag und die Potentiale der Logistik sollen klar erkannt werden. Für die logistischen Kernfunktionen "Source", "Make", "Deliver", "Return" sowie "Plan" international aufgestellter Unternehmen sollen die wesentlichen Handlungsmodelle, also Produktionskonzepte wie Lean Production, Beschaffungsmodelle wie Just-in-Sequence-Anlieferung, etc. bekannt sein, um dann sinnvoll aus der Unternehmensstrategie eine adäquate nachhaltige und wertorientierte Logistikstrategie für das Unternehmen ableiten zu können.

Inhalt

1. Einführung
 - 1.1. Entwicklung der Logistik zum Supply Chain Management (SCM)
 - 1.2. Entscheidungsphasen: Design, Planning, Execution
 - 1.3. Schnittstellen des SCM zum Product Lifecycle Management (PLM) und Customer Relationship Management (CRM)
2. Zielsystem und Anforderungen
 - 2.1. Zielsetzung und Wertbeitrag der Logistik
 - 2.2. Anforderungen an die internationale Logistik angesichts volatiler Marktentwicklung
 - 2.3. Wesentliche Logistische Zielkriterien und relevante Kosten
 - 2.4. Grundlegende Ausrichtungsalternativen der Logistik

3. Kernfunktionen der Logistik
 - 3.1. Planung ("Plan")
 - 3.2. Beschaffung ("Source")
 - 3.3. Fertigung ("Make")
 - 3.4. Distribution, Auftragsabwicklung, Lagerhaltung und Transport ("Deliver")
 - 3.5. Rückführung/ Rücknahme ("Return")

4. Internationale Beschaffungslogistik
 - 4.1. Grundlagen der Beschaffung
 - 4.2. Bestandsmanagement
 - 4.3. Beschaffungsmodelle (JIT/JIS, Konsignationslager, VMI, Vorratshaltung, etc.)
 - 4.4. Global Sourcing

5. Internationale Produktionslogistik
 - 5.1. Grundlagen der Produktionswirtschaft
 - 5.2. Von Ford zum Toyota Produktionssystem
 - 5.3. Wertstromanalyse und -design zur Umsetzung von Lean Production
 - 5.4. Internationale Fertigungsverbünde

6. Internationale Distributionslogistik
 - 6.1. Grundlagen der Distribution
 - 6.2. Distributionsstufen und Lageranzahl
 - 6.3. Transportkonzepte

7. Ableitung der Logistikstrategie aus der Unternehmensstrategie
 - 7.1. Arten von Supply Chains
 - 7.2. Supply Chain Fit als Ziel
 - 7.3. Erfolgsfaktoren für die internationale Logistik

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

Empfohlene Literaturliste

- Erlach, K.: Wertstromdesign, 2. A., Berlin, u.a. 2010
- Chopra, S.; Meindl, P.: Supply Chain Management. Strategy, Planning, and Operation, 4th edition, Prentice Hall Global edition 2010
- Christopher, M.: Logistics and Supply Chain Management. Creating Value-Adding Networks, 3rd edition, Prentice Hall Financial Times, 2005
- Jacobs, F.R.; Chase, R.B.; Aquilano, N.J.: Operations & Supply Management, 12th Edition, McGraw-Hill Irwin International Edition, 2009
- Kummer, S.; Schramm, H.-J., Sudy, I.: Internationales Transport- und Logistikmanagement, Wien 2009
- Pfohl, H.-Ch.: Logistiksystemen, 8.A., Heidelberg u.a. 2010

- Simchi-Levi, David; Kaminsky, Philip; Simchi-Levi Edith: Designing & Managing the Supply-Chain. 3. Aufl., Boston, MA u.a. : McGraw-Hill, 2008
- Tempelmeier, H.: Supply Chain Management und Produktion, 3. A., Norderstedt 2010
- Werner, H.: Supply Chain Management, 4. A., Wiesbaden 2010

GX 3106 INTERNATIONALES VERTRIEBSMANAGEMENT

Ziele

Vermittlung von anwendungsorientiertem, internationalem Fachwissen über das Verhalten von Kunden- und Entscheidergruppen in vertrieblichen Belangen.

Die Teilnehmer erhalten einen vertieften Einblick in klassische Marketing- und Vertriebsprozesse sowie die modernsten Werkzeuge und Tools, um erfolgreich Marketing- und Vertriebsaufgaben auf internationalen Märkten wahrnehmen zu können.

Inhalt

1. Grundlagen des internationalen Vertriebsmanagement
2. Rahmenbedingungen des internationalen Vertriebsmanagement
3. Interkulturelles Kaufverhalten
4. Basisoptionen des internationalen Marktauftritts
5. Länderselektion und Eintrittsstrategien für ausländische Märkte
 - 5.1 Methoden und Kriterien der Länderselektion
 - 5.2 Strategien der Markterschließung
6. Gestaltung des internationalen Vertriebssystems
 - 6.1 Festlegung der Verkaufsform
 - 6.2 Aufbau der Vertriebsorganisation
 - 6.3 Vertriebssteuerung mit Systemen (CRM, CAS)
7. Möglichkeiten der internationalen Marktbearbeitung
 - 7.1 Produkt- und preispolitische Entscheidungen
 - 7.2 Kommunikations- und distributionspolitische Entscheidungen
8. Erfolgsfaktoren des internationalen Vertriebsmanagement

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

Empfohlene Literaturliste

- Backhaus, K.; Voeth, M.: Internationales Marketing, 6. Aufl., Schäffer-Poeschel, Stuttgart 2010
- Belz, C.; Reinhold, M.: Internationales Vertriebsmanagement für Industriegüter. Kernkompetenz Vertrieb, Länderselektion und Differenzierung, Minimalmarketing, Benchmarks, Ueberreuter, Wien 2002
- Berndt, R.; Fantapié Altobelli, C.; Sander, M.: Internationales Marketing-Management, 4. Aufl., Springer, Berlin 2010
- Cavusgil, S. T.; Knight, G.; Riesenberger, J. R.: International Business. Strategy, Management, and the New Realities, Prentice Hall, New Jersey 2008
- Dannenberg, H.; Zupancic, D.: Spitzenleistungen im Vertrieb. Optimierungen im Vertriebs- und Kundenmanagement, Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden 2008
- Dülfer, E.; Jöstingmeyer, B.: Internationales Management in unterschiedlichen Kulturbereichen, 7. Aufl., Oldenbourg, München 2008
- Holtbrügge, D.; Welge, M. K.: Internationales Management. Theorien, Funktionen, Fallstudien, 5. Aufl., Schäffer-Poeschel, Stuttgart 2010
- Homburg, C.; Wieseke, J. (Hrsg.): Handbuch Vertriebsmanagement. Strategie - Führung - Informationsmanagement -CRM, Gabler, Wiesbaden 2011
- Keegan, W. J; Green, M. C.: Global Marketing, 6th ed., Prentice Hall, New Jersey 2010
- Kutschker, M.; Schmid, S.: Internationales Management, 7. Aufl., Oldenbourg, München 2011
- Lang, E.: Die Vertriebs-Offensive. Erfolgsstrategien für umkämpfte Märkte, Gabler, Wiesbaden 2009
- Lee, K.; Carter, S.: Global Marketing Management, 2nd ed., Oxford University Press, New York 2005
- Meckl, R.: Internationales Management, 2. Aufl., Oldenbourg, München 2010
- Müller, S.; Gelbrich, K.: Handbuch Internationales Management, Oldenbourg, München 2011
- Schmitz, C.: Internationales Vertriebsmanagement für Industriegüter. Handlungsimplikationen aus dem Blickwinkel internationaler Tochtergesellschaften und Vertretungen, Gabler, Wiesbaden 2006
- Shenkar, O.; Luo, Y.: International Business, John Wiley & Sons, Hoboken 2004
- Siedenbiedel, G.: Internationales Management. Einflussgrößen, Erfolgskriterien, Konzepte, Lucius & Lucius, Stuttgart 2008
- Winkelmann, P.: Marketing und Vertrieb, 7. Aufl., Oldenbourg, München 2010

- Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung. Die Instrumente des integrierten Kundenmanagements (CRM), 4. Aufl., Oldenbourg, München 2008
- Zentes, J.; Swoboda, B.; Morschett, D. (Hrsg.): Fallstudien zum Internationalen Management. Grundlagen - Praxiserfahrungen - Perspektiven, 3. Aufl., Gabler, Wiesbaden 2008
- Zentes, J.; Swoboda, B.; Schramm-Klein, H.: Internationales Marketing, 2. Aufl., Gabler, Wiesbaden 2010

GX 3103 STRATEGISCHE INFORMATIONSSYSTEME

Ziele

Strategische Informationssysteme (SIS) dienen der Umsetzung von Unternehmensstrategien. Sie helfen Unternehmen, Wettbewerbsvorteile zu erringen oder Wettbewerbsnachteile zu verringern. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sollen befähigt werden, den strategischen Anteil von Informationssystemen (SIS) einzuschätzen. Durch die Bearbeitung, Präsentation und Diskussion von Fallstudien soll die Anwendung der erworbenen Kenntnisse eingeübt und reflektiert werden. SIS als Lehrveranstaltungsfach vermittelt in vier Themenblöcken einen verwertbaren Zugewinn an Entscheidungs-, Gestaltungs-, Nutzungs- und Beratungskompetenz für das Management von Informationssystemen in der betrieblichen Praxis.

Inhalt

1. IT-Strategien entwickeln und umsetzen!
2. Geschäftsprozesse realisieren!
3. Informationssysteme strategisch nutzen!
4. Beratungsprojekte zur Einführung bzw. Erweiterung eines SIS

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

Empfohlene Literaturliste

- Fischer Herbert, et al.: Geschäftsprozesse realisieren
- Gray Paul: Manager´s Guide to Making Decisions about Information Systems
- Oz Effy & Jones Andy: Management Information Systems, Cengage Learning EMEA, 2006
- Pearlson Keri E.: Managing & Using Information Systems
- Sankar Chetan S.: Implementation Strategies for SAP R/3 in a Multinational Organization
- Tiemeyer Ernst: Handbuch IT-Management, Hanser, 2007

Wintersteiger, Walter et al.: Informationsstrategie umsetzen, Compendio, 2003

GX 3105 UNTERNEHMENSSTEUERUNG

Ziele

Unter der "Unternehmenssteuerung" versteht man eine integrierte, d.h. ganzheitliche Sicht einer zielorientierten Unternehmensführung. Hierbei spielen unter anderem weiche Faktoren und strategische Fragestellungen eine sehr wichtige Rolle.

Ziel der Vertiefung "Unternehmenssteuerung" ist es, den Studierenden in praxisorientierter Form die wichtigsten Instrumente der Unternehmenssteuerung zu vermitteln. Die Studierenden sollen mit dem Aufbau und der Konzipierung von ausgewählten Steuerungsinstrumenten vertraut gemacht werden. Im Mittelpunkt des Kurses steht das strategische Controlling.

Inhalt

1. Elemente der Unternehmenssteuerung
2. Elemente des strategischen Controllings
3. Controlling-Prozesse
4. Aufbau eines Internationalen Controllings
5. Kreditversicherung
6. Finanzielles Risikomanagement
7. Unternehmenssanierung
8. Liquiditätssteuerung

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung

Empfohlene Literaturliste

- Kohlöffel K., Strategisches Management, München 2000
- Horvath & Partner (Hrsg.), Balanced Scorecard umsetzen, 4. Aufl., Stuttgart 2007
- Diederichs, M., Risikomanagement und Risikocontrolling, 2. Aufl., München 2010
- Weber J., Bramsemann U., Heineke C., Hirsch B., Wertorientierte Unternehmenssteuerung, Wiesbaden 2004
- Buth / Hermanns, Restrukturierung / Sanierung / Insolvenz, 3. Aufl., 2008

- Bisani, H.-P., Entwicklung der Kreditpreise unter Einfluss von Basel II, in Matthias Überhör / Warns Ch. (Hrsg.), Basel II, Auswirkungen auf die Finanzierung, Heidenau 2004, S. 107 ff.
- Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW), Unternehmensfinanzierung in schwierigem Fahrwasser, Frankfurt/Main, März 2003
- Coenenberg A., Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 21. Aufl., 2009
- Küting / Weber, Bilanzanalyse, 9. Aufl. 2009

GX-09 MASTERARBEIT UND KOLLOQUIUM

Modul Nr.	GX-09
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Johann Nagengast
Kursnummer und Kursname	GX 4102 Abschlusskolloquium GX 4101 Masterarbeit
Lehrende	Prof. Dr. Johann Nagengast
Semester	4
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Postgraduate
SWS	0
ECTS	24
Workload	Präsenzzeit: 0 Stunden Gesamt: 0 Stunden
Prüfungsarten	Endnotenbildende PStA
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Zur Erlangung des Mastergrades ist eine Masterarbeit anzufertigen. In ihr soll der Student seine Fähigkeit nachweisen, die im Studium erworbenen Kenntnisse in einer selbständigen wissenschaftlichen Arbeit auf Projekte aus dem Bereich General Management anzuwenden.

Eine Problemstellung soll innerhalb einer vorgegebenen Frist selbstständig strukturiert, nach wissenschaftlichen Methoden systematisch bearbeitet und schließlich transparent dokumentiert werden.

Im abschließenden, hochschulöffentlichen Vortrag soll eine zielgruppengerechte Präsentation des Projektes und der in der Arbeit erzielten Resultate im Rahmen des Master-Kolloquiums erfolgen.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Mind. 30-ECTS-Punkte

Inhalt

Bei den Themen der Masterarbeit handelt es sich um jeweils individuell vereinbarte Themengebiete zwischen dem Studierenden und dem betreuenden Dozenten.

Die Themenanmeldung erfolgt über ein Formblatt beim Weiterbildungszentrum dimt.

Das jeweils bearbeitete Thema wird im Rahmen des Master-Kolloquiums dann präsentiert und diskutiert.

Lehr- und Lernmethoden

Anleitung zu eigenständiger Arbeit nach wissenschaftlichen Methoden mit individueller Betreuung des jeweiligen Dozenten, Präsentation und Diskussion im Rahmen des Master-Kolloquiums.

Empfohlene Literaturliste

Die Literatur ist abhängig vom individuell gewählten Thema.

Für den formellen Teil zur Erstellung einer Masterarbeit wird auf die Richtlinien des Weiterbildungszentrums dimt zur Erstellung von Masterarbeiten verwiesen. Dies sind in der Online-Lern-Plattform iLearn zu finden.

Weitere Literaturempfehlungen sind jeweils mit dem betreuenden Dozenten abzustimmen.

GX 4102 ABSCHLUSSKOLLOQUIUM

Prüfungsarten

mündl. Prüf., Teil der Modulprüfung

GX 4101 MASTERARBEIT

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung