



Modulhandbuch

Master Strategisches und Internationales Management

Fakultät Angewandte Wirtschaftswissenschaften (School of Management)

Prüfungsordnung 24.05.2023

Stand: Fr. 05.04.2024 11:08

- **GM-01 Wissenschaftstheorie und Forschungsmethodik.....3**
- **GM-02 Nationale und Internationale Rechnungslegung.....6**
- **GM-03 Interkulturelle Kompetenz10**
- **GM-04 Strategisches Personalmanagement & Wirtschaftsethik17**
- **GM-05 International Project Management.....21**
- **GM-06 Strategische Länderbewertung24**
- **GM-07 Strategisches und Internationales Finanzmanagement 27**
- **GM-08 Steuern und Wirtschaftsprüfung31**
- **GM-09 Instrumente der Unternehmenssteuerung36**
- **GM-10 Internationales Führungsmanagement40**
- **GM-11 IT-Strategien & Digitalisierungsmanagement44**
- **GM-12 Strategische Planung48**
- **GM-13 Veränderungsmanagement51**
- **GM-14 Vertiefendes Projektseminar55**
 - ▶ G3102 Markterschließungs- und Internationalisierungsstrategien56
 - ▶ G3104 Auslandssemester mit Vertiefung in einer "betriebswirtschaftlichen Managementfunktion"58
- **GM-15 Masterarbeit.....59**
- **GM-16 Master-Kolloquium61**



GM-01 WISSENSCHAFTSTHEORIE UND FORSCHUNGSMETHODIK

Modul Nr.	GM-01
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kristina Wanieck
Kursnummer und Kursname	G1101 Wissenschaftstheorie und Forschungsmethodik
Lehrende	Prof. Dr. Kristina Wanieck
Semester	1
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	postgraduate
SWS	2
ECTS	4
Workload	Präsenzzeit: 30 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 120 Stunden
Prüfungsarten	PStA
Gewichtung der Note	4/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul soll die Studierenden in die Lage versetzen, eigenständig wissenschaftlich zu arbeiten, ihr Forschungsdesign zu planen und die formalen Anforderungen an das Erstellen einer wissenschaftlichen Arbeit einzuhalten.

Nach Absolvieren des Moduls haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

Fachkompetenz:

- o Sie kennen und verstehen die grundlegenden Kennzeichen von Wissenschaft und Forschung.
- o Sie verstehen die Funktionsweise des Wissenschaftsbetriebs und können daraus eigene Vorgehensweisen ableiten.

Fach-, Persönlichkeits- & Sozialkompetenz:

- o Sie besitzen die Fachkenntnisse zu guter wissenschaftlicher Praxis und verwenden diese in ihrer eigenen Arbeit.

Methodenkompetenz:



- o Sie erhalten die grundlegenden Kompetenzen in den wesentlichen Methoden der empirischen Forschung und entwickeln daraus ihr eigenes Forschungsdesign.
- o Sie erhalten grundlegende Kompetenzen und praktische Erfahrungen im Erstellen wissenschaftlicher Arbeiten und übertragen diese auf ihre eigene Arbeit.

Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen

Das Modul ist ein vorbereitendes bzw. unterstützendes Modul für alle weiteren Fächer des 2. und 3. Semesters im Masterstudiengang.

Weiter kann das Modul für weiterbildende, aufbauende und international ausgerichtete Masterstudiengänge verwendet werden.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Keine

Vorbereitung durch Literaturstudium (empfohlen)

Inhalt

1. Wissenschaftstheorie und Forschung
 - 1.1 Wissenschaftliches Arbeiten und wissenschaftstheoretische Grundlagen
 - 1.2 Hypothesen, Modelle und Theorien
 - 1.3 Gute Wissenschaftliche Praxis
2. Systematische Gewinnung von Wissen
 - 2.1 Literaturstudium und theoretische Grundlagen
 - 2.2 Empirische Forschung
3. Forschungsmethoden in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften
 - 3.1 Qualitative Methoden - Grundlagen
 - 3.2 Quantitative Methoden - Grundlagen
 - 3.3 Vergleich qualitative und quantitative Forschung
4. Idealtypischer Aufbau einer wissenschaftlichen Arbeit
 - 4.1 Formale Aspekte
 - 4.2 Literaturverwaltung



4.3 Zitation und Literaturverzeichnis

4.4 Wissenschaftliches Schreiben

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Übung

Empfohlene Literaturliste

Berger-Grabner, D. (2016). Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Springer Fachmedien Wiesbaden.

Bortz, J., & Döring, N. (2006). Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler: Mit 156 Abbildungen und 87 Tabellen (4. überarbeitete Aufl). Springer-Lehrbuch. Heidelberg: Springer Medizin Verlag.

Bortz, J. (2005). Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler: Mit 242 Tabellen (6., vollständig überarbeitete und aktualisierte Aufl). Wien: Springer.

Bühl, A. (2012). SPSS 20: Einführung in die moderne Datenanalyse (13., aktualisierte Aufl). Pearson Studium - scientific tools. München: Pearson Studium ein Imprint von Pearson Deutschland.

Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. The Journal of Marketing Theory and Practice, 19(2), 139-152

Kornmeier, M. (2007). Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten: Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler : mit 3 Tabellen. BA kompakt. Heidelberg: Physica-Verl.

Stickel-Wolf, Wolf (2019). Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Springer Fachmedien Wiesbaden

Weiber, R., & Mühlhaus, D. (2010). Strukturgleichungsmodellierung: Eine anwendungsorientierte Einführung in die Kausalanalyse mit Hilfe von AMOS, SmartPLS und SPSS. Springer-Lehrbuch. Berlin: Springer.

Yin, R. K. (2007). Case study research: Design and methods (3. ed., [Nachdr.]). Applied social research methods series: Vol. 5. Thousand Oaks, Calif: Sage.



GM-02 NATIONALE UND INTERNATIONALE RECHNUNGSLEGUNG

Modul Nr.	GM-02
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Petra Plininger
Kursnummer und Kursname	G1102 Nationale und internationale Rechnungslegung
Lehrende	Marco Bauer Prof. Dr. Petra Plininger
Semester	1
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	postgraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	5/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Bereich Nationale Rechnungslegung:

Im Bereich Rechnungswesen genügt es nicht mehr allein auf Sachverständige wie Steuerberater, Wirtschaftsprüfer usw. zu verweisen. Basis für gesetzkonformes Verhalten und die Durchführung von bilanzpolitischen Ermessensspielräumen ist die Kenntnis der gesetzlichen Grundlagen im Handelsrecht und Steuerrecht. Der Fokus dieses Moduls liegt somit klar auf der Vermittlung und Erweiterung von Fachkompetenzen.

Nach Absolvieren des Moduls haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

- o Die Studierenden kennen die Vorschriften des HGB im Hinblick auf die Bilanzierung und Gewinn- und Verlustrechnung in Verbindung mit dem Bilanzsteuerrecht.
- o Die Studierenden charakterisieren die Besonderheiten von GmbH und GmbH & Co. KGs. und wenden Methoden der Bereiche Offenlegung und Prüfung an.



Bereich Internationale Rechnungslegung:

Deutsche Unternehmen und Konzerne sind weltweit tätig. Aus diesem Grund ist eine externe Rechnungslegung notwendig, die sowohl international vergleichbar ist, als auch internationale Akzeptanz genießt.

Nach Absolvieren des Moduls haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

- o Die Studierenden stellen die Grundlagen der internationalen Rechnungslegung nach International Financial Reporting Standards (IFRS) und die Unterschiede zur nationalen Rechnungslegung dar.
- o Die Studierenden wenden Ansätze, Bewertung und Ausweis nach IFRS in praxisrelevanten Standardfällen an.

Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen

Das Master SIM Modul "Steuern- und Wirtschaftsprüfung" baut auf dieses Modul auf.

Weiter kann das Modul für weiterbildende, aufbauende und international ausgerichtete Masterstudiengänge wie z. B. "Risiko- und Compliancemanagement" des Weiterbildungszentrums der THD verwendet werden.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Die empfohlenen Voraussetzungen für dieses Modul sind grundlegende handelsrechtliche Kenntnisse (3. Buch HGB)

Inhalt

Inhalt der Veranstaltung Nationale Rechnungslegung:

1. Buchführungspflicht nach dem Handelsrecht und anderen Gesetzen
2. Aufzeichnungsvorschriften nach Steuerrecht
3. Maßgeblichkeit der Handelsbilanz für die Steuerbilanz
4. Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung
5. Grundsätze und Maßstäbe der Bilanzierung und Bewertung
6. Bilanzierung Anlagevermögen
7. Bilanzierung Umlaufvermögen
8. Bilanzierung Eigenkapital



9. Bilanzierung Fremdkapital
10. Grundfunktionen und Aufbau der GuV
11. Wesen und Funktion des Anhangs mit Darstellung der Pflichtangaben und Erleichterungen
12. Wesen und Funktion des Lageberichts mit besonderer Würdigung der Risikodarstellung
13. Offenlegungspflicht mit Umfang der offenzulegenden Unterlagen
14. Prüfungspflicht

Inhalt der Veranstaltung Internationale Rechnungslegung:

1. Grundlagen und Bestandteile eines IFRS-Abschlusses
2. Gliederung der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung
3. Bilanzierung nach IFRS im Vergleich zu HGB
4. Immaterielle Vermögenswerte (IAS 38)
5. Sachanlagevermögen (IAS 16)
6. Finanzinstrumente (IAS 32, IAS 39)
7. Vorräte (IAS 2)
8. Langfristige Auftragsfertigung (IAS 11)
9. Verbindlichkeiten versus Eigenkapital (IAS 32)
10. Pensionsrückstellungen (IAS 19)
11. Sonstige Rückstellungen (IAS 37)
12. Latente Steuern (IAS 12)
13. IFRS für kleine und mittelgroße Unternehmen

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht

Empfohlene Literaturliste

Bereich Nationale Rechnungslegung:



HGB, Beck Texte im dtv, 74. Auflage 2014

Bitz/Schneeloch/Wittstock: Der Jahresabschluss, Vahlen Verlag, 6. Auflage 2014

Beck'scher Bilanzkommentar, Verlag Beck, 9. Auflage 1013

Bereich Internationale Rechnungslegung:

Lüdenbach, N., IFRS Essentials, NWB-Verlag, 2. Auflage 2012

IAS/IFRS-Texte, NWB Verlag, 7. Auflage 2014/2015



GM-03 INTERKULTURELLE KOMPETENZ

Modul Nr.	GM-03
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Rainer Waldmann
Kursnummer und Kursname	G1103 Interkulturelle Kompetenz
Lehrende	Matthias Koeppen JoAn Mann Bastian Parzer
Semester	1
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	postgraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	StA
Gewichtung der Note	5/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch

Qualifikationsziele des Moduls

Cultural differences among international business partners, customers and suppliers often result in tension and misunderstandings. Managers who competently navigate, can engage in meaningful, trust-building and positive-focused conversations even amongst competing culturally different interests can contribute substantially to the success of globally active enterprises. At the same time, managers can develop highly versatile and valuable people-across-all-borders leadership skills, assuring their own careers to be agile, deeply satisfying and of intercultural life-long value. A condition for the acquisition of intercultural competence is the recognition that ones own actions are influenced by ones own cultural values, norms, personal nature, leadership style, agility and transitions intelligence, change-readiness and personal resilience. Reflecting on ones own cultural background, personal strengths, leadership style and change plasticity forms the basis for the understanding of the diversity of cultures, behavior and groups.

After having attended the module, participants will have reached the following learning objectives:

- o Students are able to understand the meaning and impact of culture at work, reflect on their own cultural values and norms. They are familiar with personal



style theories establishing links between personal leadership, communications, problem-solving and cultural dimensions.

- o They are familiar with applying their personal cultural and intercultural experiences and relationships.
- o Through a variety of interactive exercises, they've gained agility, intercultural, communication and relationship competencies.
- o Students will have experienced, explored comparative studies of cultures, evaluating methods, potential biases, best practices and practical applications, as well as applied useful historical and respectful cultural dimensions.
- o They will have gained the ability to relativize their own frame of reference, to change cultural perspectives and to understand and appreciate different philosophies and life styles, creating a valuable approach to adapting and transitioning to the changes in organizations globally and applying in conversations and interactions.
- o They have developed an open, non-judgmental, and curious attitude towards intercultural contexts and they are able to accommodate, interact with good proficiency in diverse situations of cultural norms and rules.
- o Had experiences reflecting and reassessing their own cultural identities through the culture-specific training activities, practicum Culture Training project.
- o Participants will have developed their ability to reflect on cultural identities, avoid value judgments in their perception of foreign cultures, empathize and accept differences as well as have developed additional options that as international managers will contribute to improved organizational well-being financially, through social responsibility and team/group development.
- o By means of designing, implementing and reflecting culture-specific training-projects, students acquire the competency to differentiate their intercultural knowledge base and to apply it to selected sample countries.
- o Within these activities students learn how to independently apply and test scientific methods (like the culture assimilator).
- o In their roles as intercultural trainers, Master students will have experienced a new perspective offering additional learning potential.
- o They have the opportunity to develop teamwork-, communication- and presentation skills as well as the competence to train and facilitate learning in self-organizing intercultural small groups.

Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen



Weiter kann das Modul für weiterbildende, aufbauende und international ausgerichtete Masterstudiengänge verwendet werden.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Keine

Inhalt

1. Introduction: How culture and diversity impact us: What is Culture? What is normal?
 - 1.1 Cross Cultural Experiences ours, others, organizational, community: Emic or Etic?
2. Defining Culture Science, Theoretical Constructs historically, best practices today
 - 2.1 Examples Hall, Hofstede, Trompenaars, as well as within Organizations
 - 2.2 The Characteristics of Culture, Function, Models for understanding Individual, Relationships, Groups, Meta or Global
3. Comparing Culture and Diversity of Relationships
 - 3.1 Culture and the Individual: Behavioral /Personality Styles
 - 3.2 Culture and the Individual: Cultural Competence Conversational communications
 - 3.3 Culture and the Individual: Culture Shock, improving individual agility and change Resilience
4. Practical Aspects of Intercultural Behavior and Global Leadership
 - 4.1 The Globe Leadership Project Intercultural preferences for Leadership
 - 4.2 Exploring Cross Cultural Misunderstandings, applying Culture Shock
 - 4.3 Approaches for improving Cross Cultural Cooperation questions to support agile, trust-building intercultural behavior and interactions
 - 4.4 Models for cross-cultural conflict resolution
5. Designing Intercultural Trainings: Introducing the Culture Assimilator
 - 5.1 Fundamental Elements of Training Design
 - 5.2 Approaches to Learning: in-person, virtual, hybrid
 - 5.3 Practicum: Develop an Intercultural Training for THD interns going abroad. Small self-organizing intercultural groups focused on an engaging emic country culture training



Lehr- und Lernmethoden

The course is interactive, and discussion is encouraged. Best practices will inform the models that have been academically and historically developed and commonly used over the past several decades. The fundamentals of reflecting and developing intercultural competencies will be applied through experiential intercultural training practicum that is supported by the THD International Office. It combines various training methods such as interactive exercises, critical incidents, problem solving tasks, role plays and theoretical inputs. These methods are used to simulate, analyze and explain intercultural situations as well as how to develop change resiliency and intercultural plasticity/agility. Through facilitated process reflection and feedback sessions participants sensitize their communications and effective intercultural cooperation. The instructors work in a culturally mixed German-American team. All small groups focus on diverse, intercultural make-up and healthy conversations of differences that target understanding and collaboration as outcomes for successful intercultural behavior.

In the second part of the course participants design and implement culture-specific training projects (see below).

Besonderes

For these culture-specific trainings students form groups (4-5 multi-cultural participants) working closely together with the International Office. Each project group carries out a culture-specific training program to be used in an International Office Cultural Training for THD interns and students going abroad in the coming semester. Master students choose a country/culture of interest and emic-home country expertise, then develop a training. While in-person trainings are ideal, there may be virtual training with video development opportunities, depending on the class situation. Teams co-host with the International Office a training session for about 10-15 Bachelor student-participants in discovering the keys to understanding this countrys quintessential culture- background, daily life, special qualities, geo-political concerns, food, celebrations and more that will offer a unique preview to the students upcoming adventures.

The preparation of the training project is based on the principles of self-organized learning and it is supported by project coaching sessions. Two instructors are observing the delivery of all training activities to make sure that they are adequately implemented and evaluated.

A report that summarizes and ties together the presentation/training in a written overview to the country with an integrated commentary of the Culture-groups reflections of group interactions, role distributions, and learnings is submitted for evaluation by the course instructors.

Empfohlene Literaturliste



Primary Text

Steers, Richard M, Joyce S. Osland and Betina Szudlarek. *Management Across Culture: Challenges, Strategies, and Skills*. Cambridge University Press, Cambridge, UK, 2024 5th edition: Chapters 1, 2, 4, 6, 9 recommended.

Kawalski, Charles Three Dimension of Culture, Tokai University, JALT Conference publication. 2002.

Recommended Online Learning Resources

Coursera: free to audit (download lessons), pay for academic credit (testing required) <https://www.coursera.org>

<https://www.coursera.org/learn/organizational-behavior> Bocconi University - International Leadership (section 1); Navigating Culture (section 2); and Communications (section 3)<https://www.coursera.org/learn/ESCP Business School> Online Training Program in Globalization and Culture

www.business-to-you.com (Hofstede's cultural dimension website)

Library References (classics):

Gudykunst, W.B., Guzley, R.M., Hammer, M.R., Designing Intercultural Training, in: Landis, D., Bhagat, R.S. (eds.),

Handbook of Intercultural Training, 2nd edition, Thousand Oaks 1996, pp. 6180

Hatzer, B., Layes, G., Interkulturelle Handlungskompetenz, in: Thomas, A., Kinast, E.U., Schroll-Machl, S. (Hrsg.), Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation, Band 1: Grundlagen und Praxisfelder, Göttingen 2003, S. 138148

Lüsebrink, H.J., Interkulturelle Kommunikation, Stuttgart 2005

Thomas, A., Interkulturelle Kompetenz. Grundlagen, Probleme und Konzepte, in: Erwägen Wissen Ethik 14 (1), Stuttgart 2003, S. 137150

Additional Cultural Leadership and Emotional Intelligence Resources

Brene Brown, *Braving the Wilderness*, Random House, NY, NY 2017 (also *Dare to Lead*)

HBRs 10 Must Reads *On Emotional Intelligence*, Harvard Business Review Press, Boston, 2015:

What Makes a Leader (Daniel Goleman),

Building the Emotional Intelligence of Groups (Vanessa Druskat and Steven Wolff);
The Price of Incivility (Christine Porath and Christine Pearson)

Lisa Feldman Barrett, *7-1/2 Lessons on the Brain*, Houghton-Mifflin, Boston, 2020



Lisa Feldman Barrett, *How Emotions are Made The Secret Life of the Brain*, Houghton-Mifflin, Boston, 2018

Martin Seligman, *Learned Optimism*, Vintage Press, New York and Toronto, 2006.

Interesting Additional Internet Accessible Articles

<https://www.hofstede-insights.com/product/compare-countries/> (fun, very informative on Cultural Dimensions)

Digital Learning Resources

AHEAD: Universal Design Learning: <https://www.ahead.ie/udl>

Blooms Digital Taxonomy. accessed 13 March 2023
from <https://teachonline.asu.edu/2016/05/integrating-technology-blooms-taxonomy/>

Graham, C.R. (2006): Definition, current trends and future directions. In Bonk, C.J. & Graham, C.R.: *Handbook of blended learning*. San Francisco, CA: Pfeiffer

CIPD: www.cipd.ie

Technological Pedagogical Content Knowledge (TPACK) <http://tpack.org>

Koehler, M. J., & Mishra, P. (2009). What is technological pedagogical content knowledge? *Contemporary Issues in Technology and Teacher Education*, 9(1), 60-70.

Universal Design of Learning: udlguidelines.cast.org

Anstey, L./ Watson, Gavan P.L. (2018): Rubric for eLearning Tool Evaluation: <https://teaching.uwo.ca/pdf/elearning/Rubric-for-eLearning-Tool-Evaluation.pdf>

Hughes, J. (2006): Assessing Technology Integration: The RAT Replacement, Amplification, and Transformation Framework: http://techedges.org/wp-content/uploads/2015/11/Hughes_ScharberSITE2006.pdf

History of EdTech: accessed 13 March 2023

<https://er.educause.edu/articles/2018/7/twenty-years-of-edtech>

7 Tips for Increasing Student Engagement in Online Courses (2015): accessed 13 March 2023 <https://www.d2l.com/blog/7-tips-for-increasing-student-engagement-in-online-courses/>

Forbes (2023) Closing The Training Gap After The Virtual Office. accessed 13 March 2023 <https://www.forbes.com/sites/nathanpeart/2023/01/06/closing-the-training-gap-after-the-virtual-office/?sh=49533c912ba1>

First-Person Perspectives: Building Trust in a Virtual Learning Environment:

<https://www.youtube.com/watch?v=QVfS4pcEkDM>



How to Create a Connected Virtual Team:

https://www.youtube.com/watch?v=_x47d9BwrM0&feature=emb_logo

How Technology Can Make Corporate Training Programs More Effective:

<https://www.hrtechnologist.com/articles/learning-development/how-technology-can-make-corporate-training-programs-more-effective>



GM-04 STRATEGISCHES PERSONALMANAGEMENT & WIRTSCHAFTSETHIK

Modul Nr.	GM-04
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Henning Schulze
Kursnummer und Kursname	G1104 Strategisches Personalmanagement & Wirtschaftsethik
Lehrende	Matthias Koeppen
Semester	1
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	postgraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	PStA
Gewichtung der Note	5/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch

Qualifikationsziele des Moduls

Die Studierenden erkennen, dass die Gestalter des Personalmanagements vor allem das Top Management, die Führungskräfte, die Mitarbeitervertretung und der Personalbereich im direkten Zusammenspiel sind. Deren Aufgabe liegt u.a. darin, sich mit den Belangen des Personals zu beschäftigen und für das Unternehmen adäquate Rahmenbedingungen zu schaffen. Einen besonders großen Raum nehmen dabei die lebenszyklusorientierten Handlungsfelder ein. Damit ist gemeint, dass die gesamte Prozesskette von der Bedarfsbestimmung einer erforderlichen Mitarbeiterkapazität über die Einstellung, Begleitung, Betreuung bis zum Ausscheiden eines Mitarbeiters das Herzstück der Personalarbeit darstellt. Das Personalmanagement stellt demnach sicher, dass zu jeder Zeit das jeweils benötigte Personal sowohl in der erforderlichen Menge als auch Güte der Organisation zur Verfügung steht. Diese Aussage bezieht sich nicht nur auf die Rekrutierung neuer Mitarbeiter. Sie bedeutet auch, dass es dem Personalmanagement obliegt, die bereits in der Organisation beschäftigten Mitarbeiter im Unternehmen zu halten und einer ungewollten Fluktuation entgegenzuwirken. Dies wird möglich etwa durch die Manifestierung einer positiven Arbeitgebermarke, dem sog. Employer Branding, durch Talent Management, also dem Aufzeigen von Entwicklungsmöglichkeiten über Qualifizierungsprogramme und Karrierechancen. Bedeutsam sind auch attraktive Arbeitsplätze, mit einer entsprechenden Arbeitsplatzgestaltung und nicht zuletzt einer mitarbeiterorientierten



Unternehmenskultur, die auch den Aspekt der Mitarbeiterführung und der Mitarbeiterdiversifikation berücksichtigt. Auch die Gesunderhaltung der bereits im Unternehmen beschäftigten Mitarbeiter erfährt eine zunehmend stärkere Fokussierung.

Andererseits trägt das Personalmanagement auch Verantwortung. Verantwortung nicht nur ihren Stakeholdern gegenüber, sondern auch den Mitarbeitern. Diese Verantwortung mit Leben zu füllen bedeutet auch, Entscheidungen zu treffen. Und nicht immer sind diese Entscheidungen für alle Betroffenen nachvollziehbar. Nicht nur den Einzelnen, sondern das Unternehmensgefüge als Ganzes gilt es dabei zu betrachten. Unternehmen sind gefordert, sich schnell wandelnden Marktzyklen, veränderten technischen und rechtlichen Anforderungen anzupassen.

Disruptive Geschäftsmodelle von Marktteilnehmern und neuartige Kundenbedürfnisse machen Veränderungsprozesse notwendig. Veränderungen brauchen Mut, denn häufig gehen diese mit Personalreduzierungen einher und der Personalabbau gehört zu den unangenehmen Aufgaben des Personalmanagements. Trennungsmanagement gewinnt daher eine immer stärkere Bedeutung für alle Akteure, die an diesem Prozess beteiligt sind.

Die Arbeitswelt, wie wir sie heute kennen, wird sich zunehmend schneller weiter entwickeln. Mit der exponentiell fortschreitenden Digitalisierung verändern sich die Arbeitsinhalte, die Ausgestaltung der Arbeitsplätze. Allerdings erfährt auch die Haltung der Mitarbeiter zum Thema Arbeit eine beständige Neuausrichtung. Daneben nehmen Arbeitsformen wie Freelancing, Arbeitnehmerüberlassung oder Subcontracting in der Arbeitswirklichkeit wieder deutlich zu. Neben Mitarbeitern tragen auch die gesellschaftliche Entwicklung zum Umdenken in Unternehmen bei, was Themen wie Nachhaltigkeit, Corporate Social Responsibility, Diversity & Inclusion und ethisches Management in den Vordergrund bringt. In all diesen Entwicklungen liegen für das Personalmanagement neue Gestaltungschancen. Andererseits führen gesetzgeberische Einschränkungen, wie z.B. die Bestimmungen zum Mindestlohngesetz oder zur Arbeitnehmerüberlassung, aber auch die volatilen Entwicklungen in einer globalen und arbeitsteiligen Welt des Wirtschaftens zu komplexen Entscheidungslagen im unternehmerischen Agieren.

Nach Absolvieren des Moduls haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

Fachkompetenz/Methodenkompetenz:

- o Sie können die grundlegende Fragestellungen sowie die Entwicklung des Personalmanagements benennen und bewerten,
- o Sie verstehen die unterschiedlichen theorieorientierten Ansätze des Personalmanagements und der Personalführung und können diese auf Problemstellungen der Praxis übertragen,
- o Sie identifizieren strategische Ansätze des Personalmanagements und erkennen deren Implikationen für die Praxis,



- o Sie können zentrale lebenszyklusorientierte Handlungsfelder der Unternehmenspraxis einordnen und deren zukünftigen Stellenwert für die Unternehmensentwicklung darlegen,
- o Sie können die Herausforderungen des Personalmanagement in einer digitalen Arbeitswelt benennen und reflektieren,
- o Sie können die Bedeutung der Wirtschaftsethik für den Erfolg von Unternehmen darlegen und relevante Handlungsfelder beschreiben

Sozialkompetenz/Persönliche Kompetenz:

- o Sie können Mitarbeiterführung im organisationalen Beziehungsgeflecht einordnen und konkrete Herausforderungen für Ihren eigenen beruflichen Entwicklungsweg ableiten,
- o Sie können Ihr eignes Handeln und das der Anderen in ethischer Hinsicht einordnen und reflektieren.

Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen

Das in diesem Modul erlernte ist in anderen Studiengängen, wie Master Personal- und Organisationsentwicklung – PEOE oder Master HRM anzuwenden.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Empfohlen:

- Kenntnis der Grundlagen der strategischen Unternehmensführung
- Vorbereitung durch Literaturstudium

Inhalt

1. Grundlegende Entwicklungen im Personalmanagement
2. Personalmanagement in Forschung und Lehre
3. Wissenschaftstheoretische Grundlagen des Personalmanagements
4. Ökonomische Ansätze des Personalmanagements
5. Führungs- und beziehungstheoretische Ansätze des Personalmanagements
6. Strategische Perspektiven des Personalmanagements
7. Prozessmanagement, Digitalisierung und Electronic Human Resource Management
8. Mitarbeiterführung im organisationalen Kontext



9. Lebenszyklusorientierte Handlungsfelder des Personalmanagements
10. Digitale Transformation: Personalmanagement in einer digitalen Arbeitswelt
11. Digital Leadership
12. Sustainable HRM
13. Wirtschaftsethik: Erfolgsfaktor für die Unternehmensentwicklung

Lehr- und Lernmethoden

Impulsvorträge, Flipped Classroom, Best Practice, Projektarbeit, Rollenspiele

Empfohlene Literaturliste

Armstrong, M.: Armstrong's Handbook of Strategic Human Resource Management, 7th Edition, Kogan Page, London 2021

Armstrong, M.: Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice, 16th Edition, Kogan Page, London 2023

Bartscher, T., Nissen, R.: Personalmanagement, 2. Auflage, München 2017

Becker, M.: Systematische Personalentwicklung: Planung, Steuerung und Kontrolle im Funktionszyklus, 2. Auflage, Stuttgart 2011

Berthel, J., Becker, F.G.: Personalmanagement, 11. Auflage, Stuttgart 2017

Boxall P.: Strategy and Human Resource Management 5th Edition, Bloomsbury Publishing Plc, London 2022

Cranshaw J.: Human Resource Management - Strategic and International Perspectives, Sage Publications Ltd (UK), London 2020

Collins D.: Business ethics : best practices for designing and managing ethical organizations 2e, , Sage Publications Ltd (UK), London 2019

Johnson, G. et al.: Strategisches Management, 10. Auflage, München 2016

Rees G.: Strategic Human Resource Management 3rd Edition, Sage Publications Ltd (UK), London 2021

Sitko R.: Sustainable human resource management - using HRM to achieve long-term social, environmental and business goals, Kogan Page, London 2023



GM-05 INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT

Modul Nr.	GM-05
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Johann Nagengast
Kursnummer und Kursname	G1105 International Project Management
Lehrende	Prof. Dr. Johann Nagengast
Semester	1
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	postgraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	PStA
Gewichtung der Note	5/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

In diesem Modul werden anerkannte wissenschaftliche Basiskonzepte und -methoden zur Entwicklung und Umsetzung von Geschäftsprozessen vermittelt. Diese bilden die Grundlage, um auch komplexe, internationale Projekte erfolgreich planen und führen zu können.

International Project Management

- o This course provides the knowledge students need for planning, implementing, and controlling international projects successfully. It covers cultural differences impacting project management and moves through the skill set needed by project managers in a global setting.
- o The Students should be able to manage any international project up to a certain complexity and size (budget related) successfully.

Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen

"Strategische Planung", Change Management sowie "Internationales Führungsmanagement" bauen auf dieses Modul auf.



Weiter kann das Modul für weiterbildende, aufbauende und international ausgerichtete Masterstudiengänge wie z.B. "General Management" verwendet werden.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Empfohlen für den Teil International Project Management:

- o Advanced English Skills
- o Basic knowledge in Project Management

Inhalt

International Project Management

The content of the lecture includes, but is not limited to, the following issues:

- Key factors for project success in a global environment
- project work in international organisations
- the planning and control cycle
- generating requirements and determining the operational success
- designing a project schedule
- assigning resources and costs
- team building and motivation
- managing cultural change
- controlling progress

Additional issues will be included according to the current development in literature and practice, to the changing industry demands for international project managers and to the need of the students

Lehr- und Lernmethoden

International Project Management

Lecture of the instructor including a lot of small team assignments for the students to make sure that the transmitted information can be applied to practice and to allow the students to think and decide as an entrepreneur.

Student teams might have to plan, carry out and evaluate an international project during the semester. Instructor acts as a senior project manager (consulting) and as the client (demand generating). All requirements of an international project (e.g. project order, status reports) are applied. The students give team presentations. Instructor gives feedback on the content and on the presentation style immediately after the presentation in front of the whole class. Non-presenting students have to prepare a written list of questions on the presentation leading to a lively discussion administered by the instructor who is also summarizing the key concepts and stressing important issues.



The course makes extensive use of international orientated case studies to illustrate the practical problems facing businesses. Each student group has to solve a case study successfully and present their results to the whole class and the instructor defending their ideas.

Besonderes International Project Management

Guest lecturer:

at least one to be determined during semester

Online:

Students are expected to familiarize themselves with MS Project using online courses.

Empfohlene Literaturliste

Teilmodul International Project Management

Kerzner, Harold, 2013, Project Management: A systems approach to planning, scheduling and controlling, 11th edition, John Wiley & Sons, Hoboken

Verzuh, E., The Fast Forward MBA in Project Management, Hoboken, NJ: Wiley, 2012 (4), <http://www.versatilecompany.com>

Milosevic, D.Z., Project Management ToolBox - Tools and Techniques for the Practicing Project Manager, Hoboken, NJ: Wiley, 2003

Project Management Institute (Hrsg.), A guide to the project management body of knowledge. PMBOK(R) Guide, Newtown Square, Pa.: Project Management Institute, 2012(4)

Kerzner, Harold, 2013, Project Management: Case Studies, John Wiley & Sons, Hoboken

Burke, Rory, 2013, Project Management: planning and control techniques, 5th edition, John Wiley & Sons, Hoboken

Lientz, Bennet P. / Rea, Kathryn P., 2013, International Project Management, Academic Press, San Diego

Newton, Richard, 2013, The Project Manager, Financial Times Prentice Hall, Harlow

Maylor, Harvey, 2012, Project Management, 5th edition, Financial Times Prentice Hall, Harlow

Case Studies - to be distributed during class



GM-06 STRATEGISCHE LÄNDERBEWERTUNG

Modul Nr.	GM-06
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Wolfgang Nagl
Kursnummer und Kursname	G1106 Strategische Länderbewertung
Lehrende	Prof. Dr. Wolfgang Nagl
Semester	1
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	postgraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	5/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch

Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul soll einerseits die Studierenden in die Lage versetzen, dass diese strategische Länderbewertungen, die von unabhängigen Institutionen erstellt werden, verstehen. Andererseits sollen die Studierenden lernen, selbständig strategische Länderbewertungen zu erstellen.

Durch das Absolvieren des Moduls haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

Fachkompetenz

- o Sie kennen und verstehen die wichtigsten volkswirtschaftlichen Aggregate, die bei einer strategischen Länderbewertung eine Rolle spielen.
- o Sie sind in der Lage, die wichtigen institutionellen Rahmenbedingungen eines Landes zu verstehen und auch mit anderen Ländern zu vergleichen.
- o Sie kennen und verstehen die grundlegenden Modelle zur Erklärung von Arbeitsmärkten, wirtschaftlichem Wachstum und internationalem Handel.
- o Sie sind in der Lage, strategische Länderberichte zu verstehen und einzuschätzen.
- o Sie können strategische Makro- und Mikrobewertungen von Ländern erstellen.



Methodenkompetenz

- o Sie erlernen die Modellierung mit grundlegenden volkswirtschaftlichen Mikro- und Makromodellen.
- o Sie erlernen den institutionellen Vergleich verschiedener Länder.
- o Sie erlernen die datenbasierte Recherche von relevanten Kennzahlen für den Vergleich von verschiedenen Ländern.

Persönliche Kompetenz

- o Die Studierenden sind durch das Absolvieren von Übungsaufgaben und Case Studies zum Selbststudium, zum Arbeiten im Team sowie zum projektorientiertem Zeitmanagement befähigt.

Sozialkompetenz

- o Die Studierenden erlernen durch die Gruppenarbeit grundlegende Elemente der Arbeit im Team (z.B. gruppeninterne Kommunikation von Vorstellungen und Problemen, arbeitsteilige Erarbeitung von Ergebnissen, Präsentation gemeinsamer Recherche und Forschungsarbeit, etc.).

Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen

-

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Empfohlene Voraussetzungen sind grundlegende Kenntnisse der Mikro- und Makroökonomik.

Zur Vorbereitung für den Kurs können folgende Bücher hilfreich sein:

Pindyck, R. S., Rubinfeld, D. I. (2018). Microeconomics Global Edition. Pearson, 2018.

N. Gregory Mankiw, G. N., Taylor, M. P. (2023). Macroeconomics. Cengage, 2023.

Aber natürlich auch alle anderen Lehrbücher, die die Grundlagen der Mikro- und Makroökonomik abdecken.

Inhalt

1. Bruttoinlandsprodukt und Inflation
2. Arbeitsmärkte
3. Internationaler Handel



4. Wirtschaftliches Wachstum

5. Fallstudien zu Ländern

Lehr- und Lernmethoden

Vorlesungen, Übungen, Gruppenarbeiten und -präsentationen.

Empfohlene Literaturliste

Makiw, N. G., Taylor, M. P. (2023). Macroeconomics. Cengage, 2023.

Blanchard, O. (2020). Macroeconomics, Pearson, 2020.

Borjas, G. (2019). Labor Economics, McGraw-Hill, 2018.

Arnold, L. (2020): Makroökonomie, Mohr Siebeck, 2020.

Krugman, P., Obstfeld, M., Melitz, M. (2022). International Economics: Theory and Policy - Global Edition. Pearson, 2022.

Acemoglu, D (2009). Introduction to Modern Economic Growth. Princeton University Press, 2009.

Weil, D. (2016). Economic growth. Routledge, 2016.



GM-07 STRATEGISCHES UND INTERNATIONALES FINANZMANAGEMENT

Modul Nr.	GM-07
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Jürgen Sikorski
Kursnummer und Kursname	G2101 Strategisches und Internationales Finanzmanagement
Semester	2
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	postgraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	Präsentation 15 - 45 Min.
Gewichtung der Note	5/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Finanzwirtschaftliche Fragestellungen gewinnen für Unternehmen aller Branchen und Größenklassen erheblich an Bedeutung. In diesem Modul erhalten die Studenten die notwendige Fach- und Methodenkompetenz, die Unternehmen bei der Zusammenarbeit mit verschiedenen Finanzdienstleistern (Geschäftsbanken, Investmentbanken, Leasing- und Factoringgesellschaften sowie Versicherern und Ratingagenturen) beachten müssen, um die Geschäftsbeziehung optimal zu nutzen. Dies beinhaltet im einzelnen folgende Lernziele:

Fachliche Kompetenzen:

- o Die Studenten kennen verschiedene Bedarfswelder von Unternehmen mit Blick auf verschiedene Finanzdienstleister (u.a. Banken, Versicherungen)
- o Die Studenten verstehen die unterschiedlichen Rollen, die Finanzdienstleister bei verschiedenen Dienstleistungen einnehmen
- o Die Studierenden verstehen die wesentlichen Finanzprodukte aus den Bereichen Zahlungsverkehr, Finanzierung, Anlage, Risikomanagement und Versicherungen
- o Die Studenten verstehen die Erwartungen von Eigenkapital- und Fremdkapitalgebern an das Unternehmen



- o Die Studenten kennen wesentliche Kennzahlen, die bei der Kreditwürdigkeitsprüfung sowie Unternehmensbewertung zum Tragen kommen und können ihre Bedeutung im Rahmen von Kredit- sowie Investitionsentscheidungen bewerten.

Methodische Kompetenzen:

- o Die Teilnehmer können Chancen und Risiken verschiedener Finanzprodukte zur Deckung von Kapitalbedarf, Anlagebedarf etc. erkennen und bewerten.
- o Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt, situationsgerechte Entscheidungen im Finanzbereich, insbesondere die richtige Auswahl der Finanzprodukte und Finanzdienstleister, zu treffen.
- o Die Studenten können Finanzprodukte im Rahmen des Risikomanagements des Unternehmens sinnvoll einsetzen.

Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen

Das vertiefende Projektseminar "Strategisches und Internationales Finanzmanagement" baut auf diesem Modul auf.

Weiter kann das Modul für weiterbildende, aufbauende und international ausgerichtete Masterstudiengänge verwendet werden.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Grundkenntnisse im Externen und Internem Rechnungswesen sowie in Finanz- und Investitionswirtschaft und in Finanzmathematik

Inhalt

1. Felder der Zusammenarbeit mit Finanzdienstleistern
 - o Ansatzpunkte für die Zusammenarbeit mit Finanzdienstleistern
 - o Bedarfsfelder, Produkte und Vertriebsansätze
2. Grundlagen der Zusammenarbeit mit Banken und Versicherungen
 - o Marktüberblick Kreditinstitute
 - o Funktionen und volkswirtschaftliche Bedeutung von Banken
 - o Marktüberblick Versicherungen
 - o Grundlagen des Versicherungsbetriebs
3. Zahlungsverkehr, Cash Management und Anlagemanagement



- o Single European Payment Area (SEPA)
- o Cash Management und Firmenkundenportale
- o Anlagemanagement
- 4. Rating, Finanzkommunikation und Kennzahlen
 - o Grundlagen des Ratings (Finanzrating, ESG-Rating)
 - o Finanzkommunikation
 - o Finanzkennzahlen im Rahmen der Bonitätsanalyse
- 5. Kreditgeschäft, Anleihegeschäft und Leasing
 - o Kreditgeschäft
 - o Anleihegeschäft
 - o Leasing
- 6. Forderungsabsicherung und Kreditversicherung (Absicherung von Ausfallrisiken)
 - o Bedeutung des Forderungsmanagements
 - o Factoring
 - o Kreditversicherung
- 7. Absicherung von Marktpreisrisiken
 - o Arten von Marktpreisrisiken
 - o Instrumente zur Quantifizierung von Marktpreisrisiken
 - o Strategien zur Absicherung von Marktpreisrisiken
 - o Derivate
- 8. Auslandsgeschäft
 - o Auslandszahlungsverkehr
 - o Aussenhandelsfinanzierung
 - o Investitionsfinanzierung im Ausland
- 9. Unternehmensversicherungen und betriebliche Altersvorsorge
 - o betriebliche Haftpflichtversicherungen
 - o Vermögensschadenversicherungen



- o betriebliche Altersvorsorge

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht

Empfohlene Literaturliste

Bacher, Urban, Bankmanagement kompakt, Praxiswissen der Bankbetriebslehre, 5. Auflage, Hartung-Gorre Verlag Konstanz, 2015

Becker, Hans Paul, Peppmeier, Arno, Bankbetriebslehre, 12. aktualisierte Auflage, Friedrich Kiehl Verlag, Ludwigshafen 2020

Bitz, Michael, Stark, Gunnar, Finanzdienstleistungen, Darstellung - Analyse - Kritik 9. Auflage, Oldenbourg Verlag, München 2015

Eilenberger, Guido, Bankbetriebswirtschaftslehre: Grundlagen-Internationale Bankleistungen-Bank-Management, 8. Auflage, Oldenbourg Verlag, 2012

Führer, Christian, Grimmer, Arnd, Versicherungsbetriebslehre, Kiehl Verlag, Ludwigshafen 2009

Hartmann-Wendels, Thomas, Pfingsten, Andreas, Weber, Martin, Bankbetriebslehre, 7. Auflage, Springer, Berlin Heidelberg New York 2019

Rosenbaum, Markus, Wagner, Fred, Versicherungsbetriebslehre: Grundlegende Qualifikationen, Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe 2002



GM-08 STEUERN UND WIRTSCHAFTSPRÜFUNG

Modul Nr.	GM-08
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Ralf Alefs
Kursnummer und Kursname	G2102 Steuern und Wirtschaftsprüfung
Lehrende	Prof. Dr. Ralf Alefs Stefanie Kaffine
Semester	2
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	postgraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	5/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Unternehmerische Entscheidungen können häufig nur unter Einbezug der steuerlichen Folgen getroffen werden. Außerdem sind Grundkenntnisse im Steuerrecht und der Wirtschaftsprüfung notwendig, um im Managementbereich gegenüber Banken, Steuerberatern und Wirtschaftsprüfern sachkundig und fundiert auftreten zu können.

Ziel ist, die Grundlagen im Bereich der Ertrags- und Umsatzsteuer sowie der Wirtschaftsprüfung zu beherrschen und auf u.a. rechtsformspezifische Sachverhalte anwenden zu können.

Nach Absolvieren des Moduls haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:

Fachkompetenz:

- o Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt, die Konsequenzen der Unternehmensbesteuerung bei Personengesellschaften unter steuerlichen Gesichtspunkten zu bewerten und fundierte Entscheidungen innerhalb dieses Bereichs zu treffen.



- o Die Studierenden werden in die Lage versetzt, die Rechtsformwahl zwischen Personengesellschaften und Kapitalgesellschaften unter umfassenden steuerlichen Gesichtspunkten zu beurteilen.
- o Die Studierenden kennen das System der deutschen Umsatzsteuerbesteuerung und wenden die steuerlichen Vorschriften in zahlreichen Beispielen an.
- o Lernziel des Teilmoduls Wirtschaftsprüfung ist die Vermittlung von Grundkenntnissen über die Jahresabschlussprüfung, insbesondere über die Ziele und den Inhalt sowie die Durchführung einschließlich der Technik der Abschlussprüfung.
- o Die Studierenden geben Berichterstattung über das Prüfungsergebnis und beantworten Fragen der Haftung und der Qualitätssicherung.
- o Nach der gemeinsamen Erarbeitung einzelner Prüffelder sind die Studierenden in der Lage, prüfungsrelevante Sachverhalte unter verschiedenen Gesichtspunkten zu beleuchten.
- o Die Studierenden besitzen die Fachkompetenz, aufbauend auf der von Ihnen vorgenommenen Analyse ein Prüfungsurteil zu fällen.

Methodenkompetenz:

Die Studierenden verfügen über grundlegende Methodenkenntnisse um unternehmerische Entwicklungen zu bewerten und steuernd in betriebliche Prozesse einzugreifen.

Persönliche Kompetenz:

Die Studierenden sind durch das Behandeln praxisnaher Fragestellungen im betrieblichen Prozess zum Selbststudium sowie zum studien- und wissenschaftsorientiertem Zeitmanagement befähigt.

Sozialkompetenz:

Die Studierenden verfügen über einen Einblick in die Lösung von Problemen u.a. durch selbständige Team- bzw. Gruppenarbeit.

Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen

Das Modul kann für weiterbildende, aufbauende und international ausgerichtete Masterstudiengänge verwendet werden.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

keine



Inhalt

Im Einzelnen setzt sich dieses Modul mit folgenden Themen auseinander:

- Einkommensbesteuerung
 - o Beschränkte und unbeschränkte Einkommensteuerpflicht
 - o Einkunftsarten unter besonderer Berücksichtigung der Einkünfte aus Gewerbebetrieb
 - o Einkünfte aus Kapitalvermögen mit Schwerpunkt Gewinnausschüttung
 - o Gewinnermittlungsarten, wie Betriebsvermögensvergleich und Gewinnermittlung nach § 4 Abs. 3
- Körperschaftsteuer
 - o Steuerpflicht
 - o Ermittlung des zu versteuernden Einkommens
 - o Gewinnausschüttungen (ordentliche Gewinnausschüttung sowie verdeckte Gewinnausschüttung)
 - o Körperschaftsteuertarif
 - o Teileinkünfteverfahren/Abgeltungssteuer
- Gewerbesteuer
 - o Persönliche und sachliche Steuerpflicht
 - o Gewerbesteuerermittlungsvorschriften
 - o Zerlegung und Hebesätze
 - o Gewerbesteuerbelastung bei Körperschaften und Mitunternehmerschaften
- Umsatzsteuer
 - o Bedeutung, System und Funktionsweise der Umsatzsteuer
 - o Die Steuerbarkeit von Umsätzen (Leistungsaustausch, unentgeltliche Wertabgaben)
 - o Bedeutende Steuerbefreiungen, Bemessungsgrundlage und Steuersatz
 - o Steuerentstehung und Veranlagung Rechnungserteilung und Vorsteuerabzug
 - o Innergemeinschaftlicher Warenverkehr
- Wirtschaftsprüfung



- o Das Berufsbild des Wirtschaftsprüfers
- o Qualitätsmanagementsystem
- o Grundlagen der Abschlussprüfung
- o Prüfungsstrategie und Prüfungstechnik
- o Prüfungshandlungen im Rahmen der Abschlussprüfung
- o Prüfung der Buchführung
- o Prüfung der Inventur
- o Prüfungsergebnis und Berichterstattung
- o Offenlegung des Jahresabschlusses
- o Prüfung des Anlagevermögens
- o Prüfung des Umlaufvermögens
- o Prüfung des Fremdkapitals
- o Aktuelle Entwicklungen
- o Übungsaufgaben mit Praxisbezug

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht

Empfohlene Literaturliste

- Literatur Steuern

Bornhofen, Steuerlehre 2, aktuelle Auflage

Frotscher, Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer, aktuelle Auflage

Grefe/Olfert, Unternehmenssteuern, aktuelle Auflage

Hahn/Krotschak, Lehrbuch Umsatzsteuer, aktuelle Auflage

Zenthöfer /Alber, Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer, aktuelle Auflage

- Literatur Wirtschaftsprüfung

Erhardt/Häfele, Wirtschaftsprüfung kompakt, 3. Auflage, 2021

Graumann Wirtschaftliches Prüfungswesen, 6. Auflage, 2020

Marten/Quick/Ruhnke: Wirtschaftsprüfung, 6. Auflage, 2020



Wüstemann, Wirtschaftsprüfung case by case, 5. Auflage, 2017



GM-09 INSTRUMENTE DER UNTERNEHMENSSTEUERUNG

Modul Nr.	GM-09
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Thomas Meier
Kursnummer und Kursname	G2103 Instrumente der Unternehmenssteuerung
Lehrende	Matthias Böhm
Semester	2
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	postgraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	5/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Das Modul soll die Studierenden in die Lage versetzen, die Bedeutung von effektiver und effizienter Unternehmenssteuerung zu verstehen die wichtigsten operativen und strategischen Steuerungsinstrumente in einem Unternehmen kennen zu lernen sowie in der Praxis anzuwenden. Des Weiteren sollen die Studierenden die Bedeutung der Unternehmenssteuerung im internationalen Kontext und diesbezüglicher Besonderheiten und praxisrelevante Lösungsansätze erlernen.

Nach Absolvieren des Moduls Steuerungsinstrumente haben die Studierenden folgende Fach-, Methoden-, Persönlichkeits- und Sozialkompetenzen erlangt:

Fachkompetenz:

- o Sie lernen die begrifflichen Grundlagen, Aufgaben und Ziele der Unternehmenssteuerung in einem Unternehmen kennen.
- o Sie wissen, welche Steuerungsinstrumente es gibt, welche Voraussetzungen dafür gelten und wann diese anzuwenden sind.
- o Sie lernen, welche Unterschiede zwischen operativer und strategischer Unternehmenssteuerung bestehen.



- o Sie sind in der Lage, Konzepte bzw. Instrumente zur Unternehmenssteuerung zu konzipieren
- o Sie werden befähigt, Fragen zur Unternehmenssteuerung im internationalen Kontext zu lösen.
- o Sie lernen, wie Unternehmensteuerung unter Einsatz ggf. begrenzter Ressourcen anzuwenden und zielorientiert auszugestalten ist.

Methodenkompetenz:

- o Sie lernen, Steuerungsinstrumente zum Zwecke der Unternehmensteuerung eigenständig zu gestalten.
- o Sie lernen, wie die Informationsbeschaffung zum Zwecke der Unternehmensteuerung auszugestalten ist sowie die Recherche von Informationen aus unterschiedlichen Quellen sowie die Zahlen, Daten, Fakten zu prüfen, zu bewerten und einzuordnen.
- o Sie lernen analytisches Denken und komplexe Zusammenhänge zu erkennen, Kausalitäten zu verstehen und eigenständig Lösungen zu entwickeln.
- o Sie lernen Sachverhalte auszuwerten, um aus den gewonnenen Informationen Modelle für notwendige Handlungen und anzuwendende Steuerungsinstrumente zu entwerfen.
- o Sie lernen durch integrierte Präsentationsbestandteile Techniken zu entwickeln, um recherchierte Informationen oder vorhandenes Know-how interessant zu vermitteln und zu präsentieren sowie dadurch Diskussion im Plenum zu fördern.

Persönlichkeitskompetenz:

- o Sie lernen die Notwendigkeit von Anpassungsfähigkeit insbesondere in im Kontext der Unternehmenssteuerung
- o Sie lernen die Vorteile entscheidungsorientieren Handelns sowie die Fähigkeit bei unvorhergesehenen Ereignissen reflektiert Anpassungen vorzunehmen.

Sozialkompetenz:

- o Der seminaristische Stil der Veranstaltung fördert das Erlernen von sozialen Kompetenzen.
- o Sie lernen durch integrierte Teamübungen die Zusammenarbeit im Team.
- o Sie lernen die Bereitschaft zur Kooperation sowie ggf. notwendiger Konfliktfähigkeit.
- o Sie lernen durch integrierte Präsentationsbestandteile die Bedeutung von Kommunikationsfähigkeit.



Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen

Das vertiefende Projektseminar "Finanzen" baut auf dieses Modul auf.

Weiter kann das Modul für weiterbildende, aufbauende und international ausgerichtete Masterstudiengänge verwendet werden.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

keine

Inhalt

1. Einführung in die Unternehmenssteuerung
2. Grundlagen des Controllings
3. Die Bedeutung operativer und strategischer Steuerungsansätze
4. Die Balanced Scorecard (BSC) als Performance Measurement Instrument
 - 4.1 Entwicklung der BSC
 - 4.2 Umsetzung der BSC
5. Das wertorientierte Controlling
 - 5.1 Steuergrößen des Wertmanagements
 - 5.2 Ermittlung der Kapitalkosten
 - 5.3 Konzepte des Wertmanagements
6. Das Risikomanagement und controlling
 - 6.1 Grundzüge des Risikomanagements
 - 6.2 Spezifika des Risikocontrollings
7. Besonderheiten des internationalen Controllings
 - 7.1 Beteiligungs- und Konzerncontrolling
 - 7.2 Ermittlung der Verrechnungspreise

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Diskussionen, Teamarbeit und Präsentationen

Empfohlene Literaturliste



- Alter R. (2013), Strategisches Controlling, Oldenbourg Verlag München
- Britzelmaier Bernd (2014), Controlling, Pearson Studium, Hallbergmoos
- Gleich R. (2012), (Hrsg.) Balanced Scorecard, Haufe Verlag, München
- Hoffjan, A. (2009), Internationales Controlling, Schäffer Poeschel-Verlag, Stuttgart
- Horváth P. (2012), Controlling umsetzen, Vahlen Verlag, 5. Aufl., München
- Joos-Sachse T. (2014), Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement, Springer Gabler Verlag, Wiesbaden
- Paul J. (2014), Beteiligungscontrolling und Konzerncontrolling, Springer Gabler Verlag, Wiesbaden
- Vanini U. (2012), Risikomanagement, Schäffer-Poeschel-Verlag, Stuttgart



GM-10 INTERNATIONALES FÜHRUNGSMANAGEMENT

Modul Nr.	GM-10
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Henning Schulze
Kursnummer und Kursname	G2104 Internationales Führungsmanagement
Semester	2
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	postgraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	StA
Gewichtung der Note	5/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Die Anforderungen an Führungskräfte haben sich in den vergangenen Jahren sehr stark erhöht. Zunehmend sind Führungskräfte gefragt, die in der Lage sind selbstreflektiert und situationsangemessen Managementinstrumente zu nutzen. Dies gilt insbesondere auch in einem sich immer stärker internationalisierenden Führungsumfeld nicht nur in großen Unternehmen, sondern selbst in kleinen und mittelgroßen Firmen.

Dabei sind die Führungskräfte gefordert, Interaktions- und Beziehungsprozesse wirksam in Richtung der Zielerreichung und Mitarbeitermotivation zu steuern. Vor diesem Hintergrund sollen die Studierenden folgende Kompetenzen erwerben:

Fachkompetenz:

- o lernen, was Führung ist und erkennen, welche Relevanz Führung heute hat (auch in einem internationalen Unternehmensumfeld);
- o einen Überblick gewinnen über die Entwicklung von Führungstheorien und deren Veränderung vor dem Hintergrund der sich rasant ändernden Anforderungen an Führungskräfte,

Methodenkompetenz:



- o Beratungskompetenzen und weitere Fertigkeiten zur wirksamen Steuerung von Beziehungs- und Interaktionsprozessen erarbeiten;
- o in der Lage sein, das Gelernte anhand von praktischen Beispielen anzuwenden und auch in Bezug zu setzen zu einem ständig anspruchsvolleren (internationalen) Führungsumfeld.

Soziale Kompetenz:

- o Fertigkeiten zur wirksamen Steuerung von Beziehungs- und Interaktionsprozessen erarbeiten sowie ihre Beratungskompetenz erweitern;
- o kennen lernen des Managementinstrumentes "Coaching" und ausgewählter Interventionstechniken;

Persönliche Kompetenz:

- o ihre eigene Rolle als Führungskraft und evtl. gleichzeitig als Coach reflektieren

Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen

Das in diesem Modul erlernte ist in anderen Studiengängen, wie Master Personal- und Organisationsentwicklung – PEOE oder Master HRM anzuwenden.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

keine

Inhalt

1. Einführung in die Thematik der Führung und die Geschichte von Führung (inkl. Einordnung in die Gesamtunternehmensführung)
2. Der Managementprozess
3. Ausgewählte Managementinstrumente im Bereich der personalen Führung und Kommunikation
4. Coaching als modernes Führungsinstrument, inkl. mögliche Rollenkonflikte
5. Die Rolle(n) als Führungskraft und als Coach
6. Der Coachingprozess und ausgewählte Instrumente
7. Kulturen: das Führen in und zwischen Kulturen
8. Modelle zur Reflektion der eigenen Person und von Interaktionsprozessen
9. Selbstreflexion



Lehr- und Lernmethoden

Theorie-Inputs, Einzel- & Gruppenarbeiten, Fallbesprechungen, Praktische Übungen / Praxisfallbearbeitung, Präsentationen

Empfohlene Literaturliste

Balling, R., Das Doppel-Spagat-Modell - die ganze Landschaft der Beratung, Handout, Sommozheim, 2005

Deresky, H., International Management, Managing Across Borders and Cultures, Pearson, Prentice Hall, 2003

Dubs, R., Euler D., Rüegg-Stürm, J., Wyss, Chr. (Hrsg.), Einführung in die Managementlehre, Bern, Haupt, 2004

Kälin, K., Müri P., Sich und andere Führen, Bern, Haupt, 1993

Kutschker, M./Schmid, S. (2002): Internationales Management, 5., überarbeitete Auflage, München, Wien : Oldenbourg, 2006

Gühns, M., Nowak, C., Das konstruktive Gespräch - Ein Leitfadens für Beratung, Unterricht und Mitarbeiterführung mit Konzepten der Transaktionsanalyse, 7., überarbeitete und erweiterte Auflage, Limmer, Meezen, 2014

Hagehülsmann, U.; Hagehülsmann, H.: Der Mensch im Spannungsfeld seiner Organisation: Transaktionsanalyse in Managementtraining, Coaching, Team- und Personalentwicklung, Junfermann, Paderborn 1998

Looss, W., Unter vier Augen: Coaching für Manager, 5. Auflage, Moderne Industrie, München, 2001

Mohr, G., Lebendige Unternehmen führen, Frankfurt, Frankfurter Allgemeine Buch, 2002

Rauen, Chr., Coaching: innovative Konzepte im Vergleich, Angewandte Psychologie, Göttingen, 2001

Robbins, S. P., Organizational Behaviour, 11th Ed., Person, Prentice Hall, 2005

Robbins, S. P., Coulter, M., Management, 7th ed., Person, Prentice Hall, 2002

Rothlauf : Interkulturelles Management: Mit Beispielen aus Vietnam, China, Japan, Russland und den Golfstaaten, 5., vollständig überarbeitete Auflage, München, Wien; Oldenbourg 2012

Schwaninger, M., Intelligente Organisationen - Konzepte für turbulente Zeiten auf der Grundlage von Systemtheorie und Kybernetik, Duncker & Humblot, Berlin, 1999



Stewart, I., Joines, V., ta today: a new introduction to transactional analysis,
Livespace, Nottingham, 2004

Stewart, I., Transactional Counselling in Action. Sage, London, 1989

Vogelauer, W., Methoden-ABC im Coaching: praktisches Handwerkszeug für den
erfolgreichen Coach, 2. Auflage, Luchterhand, Neuwied, 2002

Weisbach, Chr.-R., Sonne-Neubacher, P., Leadership in Professional Conversation,
Deutscher Taschenbuch Verlag, München, 2005

Wildenmann, B.: Professionell führen: Empowerment für Manager, die mit weniger
Mitarbeitern mehr leisten müssen, 7., aktualisierte Auflage, Luchterhand, Neuwied
2009



GM-11 IT-STRATEGIEN & DIGITALISIERUNGSMANAGEMENT

Modul Nr.	GM-11
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Henning Schulze
Kursnummer und Kursname	G2105 IT-Strategien & Digitalisierungsmanagement
Lehrende	Dr. Karsten Becker
Semester	2
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	postgraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	5/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Das Kernziel des Kursmoduls ist, unternehmerisches Denken und Handeln in die Umsetzung zu bringen - als Angestellter oder in eigener unternehmerischer Verantwortung.

Das Kursmodul dient als Bindeglied zwischen dem bereits erworbenen Theoriewissen des SIM-Studiums und dessen Einsatz in der beruflichen Praxis. Die Kursteilnehmer werden nach erfolgreichem Abschluss des Kurses ihre Kenntnisse und Fähigkeiten für ihren zukünftigen Arbeitgeber deutlich besser, gezielter und schneller einsetzen können.

Die Kursteilnehmer lernen, Programme und Projekte auf Basis der getätigten Strategiearbeiten und der Geschäftsmodellierung abzuleiten und erfolgreich über Maßnahmen zu implementieren.

Dies wird u.a. über die Diskussion aktueller Wirtschafts- und Finanzthemen, Case Studies und Gruppenarbeiten, einem Kursprojekt über das gesamte Semester erreicht.

Folgende fachlichen, methodischen, sozialen und persönlichen Kompetenzen werden in dem Kursmodul IT-Strategien & Digitalisierungsmanagement adressiert:



- o Kennenlernen der Funktionsweise eines Unternehmens bzw. wie und warum Top-Management Entscheidungen getroffen werden. (Fachkompetenz)
- o Wie kreiert man Sinn für den Unternehmenszweck und wie stellt sich ein Unternehmen strategisch auf? (Fachkompetenz, Methodenkompetenz)
- o Wie werden (strategische) Programme und Projekte aufgesetzt und wie führt man diese zum Erfolg? (Fachkompetenz, Methodenkompetenz)
- o Wichtigste Hands-on Management Tools für das tägliche Überleben im Business-Dschungel. (Fachkompetenz, Sozialkompetenz)
- o Key Leadership und People Skills sowie relevante Human Resources-Instrumente zum erfolgreichen Führen. (Sozialkompetenz, persönliche Kompetenz)

Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen

Das Kursmodul IT-Strategien & Digitalisierungsmanagement beleuchtet zahlreiche Facetten einer erfolgreichen unternehmerischen Geschäftstätigkeit. Somit sind breite Vorkenntnisse, von der strategischen Planung, über das Rechnungswesen, den Wertschöpfungsprozess bis zu Marketing und Vertrieb notwendig.

Gleichzeitig bietet das Kursmodul Quereinsteigern einen schnellen und umfänglichen Überblick über die Funktionsweise eines Unternehmens, womit auch Kursteilnehmer mit wirtschaftlichem Interesse aus anderen Studiengängen einen Einstieg in die Welt des unternehmerischen Denkens und Handelns erhalten

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Empfohlen: dieses Modul baut auf dem Modul "GM-12 - Strategische Planung" auf. Methoden und Instrumente der Strategischen Planung werden somit als bekannt vorausgesetzt. Weiteres Grundlagenwissen aus den Bereichen der Buchhaltung, Controlling, Vertrieb, Marketing, Human Resources, Operations und Logistik sind von Vorteil.

Inhalt

Das Kursmodell IT-Strategien & Digitalisierungsmanagement enthält ein methodisches Vorgehen für eine erfolgreiche unternehmerische Geschäftstätigkeit:

- o Funktionsweise eines Unternehmens
- o Strukturen, Aufbauorganisation
- o Prozesse, Ablauforganisation
- o Funktionen und deren Aufgaben



- o Organisationskonzepte
- o Führungskonzepte auf Kontroll- und Managementebene
- o Führungsphilosophien und -instrumente (von Mitarbeiter zum fachlichen Leiter zum Vorgesetzten zum Geschäftsführer zum Unternehmer)
- o Unternehmenskultur
- o Sinn-, Strategie-, und Geschäftsmodellentwicklung
- o Operationalisierung von Konzepten
- o Projektmanagement-Instrumente und Vorgehensweisen
- o Monitoring-Methoden
- o GuV, Bilanz und Liquidität

Lehr- und Lernmethoden

- o Gemeinsame Diskussionen
- o Vor- und Nachbereitung der Lehrinhalte durch Kursteilnehmer
- o Präsentationen durch Kursteilnehmer
- o Gruppenarbeiten
- o Case-Studies
- o Kursprojekt über ganzes Semester
- o Ggfs. externes Seminar

Empfohlene Literaturliste

Fischer Herbert, Fleischmann Albert, Obermeier Stefan, Dirndorfer Max
Geschäftsprozesse realisieren, Springer Vieweg, 2. Auflage, 2014

Hungenberg Harald, Strategisches Management in Unternehmen, Springer Vieweg, 8. Auflage, 2014

Johanning Volker, IT Strategie, Springer Vieweg, 2. Auflage, 2019

Seidlmeier Heinrich, Prozessmodellierung mit ARIS, Springer Vieweg, 5. Auflage, 2019

Sinek, Simon, Start with Why: How Great Leaders Inspire Everyone to Take Action,
New York, 2009

Porter, M. E., On Competition, New York, 2008



Porter, M. E., Competitive strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors, New York, 2004

Porter, M. E., Competitive advantage, New ed., New York, 2004

Walter, J., Geschäftsprozessmanagement umsetzen, Prozesse am Kunden orientieren, transparent und flexibel gestalten, Hanser Wirtschaft, München, 2009

Ohmae, K., The mind of the strategist, New York, usw. 1982

Kleinaltenkamp, M., Plinke, W. (Hrsg.), Strategisches Business to Business Marketing, 2. Aufl., Berlin usw., 2002

Mintzberg, H., Lampel, J., Quinn, J. B., Ghoshal, S., The Strategy Process; Concepts, Contexts, Cases, 4th Edition, Upper Saddle River, 2003

Trux, W., Müller, G., Kirsch, W., Das Management strategischer Programme, 1. und 2. Halbband, München, 1985



GM-12 STRATEGISCHE PLANUNG

Modul Nr.	GM-12
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Johann Nagengast
Kursnummer und Kursname	G2106 Strategische Planung
Lehrende	Stephan Hiller
Semester	2
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	postgraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	StA
Gewichtung der Note	5/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch

Qualifikationsziele des Moduls

The need for global strategy is intense as capital markets become more erratic, growth opportunities dwindle and competition emerges from unexpected countries and in unexpected ways.

After completing the course, the students will have following knowledge - both professional and methodical:

- o This course exposes students to strategic management in an international context and students learn how to assess the strategic position and align the conflicting goals of the various regional, divisional and functional managers with an enterprise's mission.
- o The students are able to apply the basic concepts and tools for formulating business strategy and focuses on how firms can develop sustainable competitive advantages.
- o The students evaluate the role of the board of directors and general management as strategy makers.
- o The students will get to know the tools who are necessary to analyse the business environment, the resources of the firm, and alternative strategies.



- o The goal is to foster research skills, persuasion skills, integrative case-solving skills, practical planning and implementation skills.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Recommended:

- Comprehensive English skills
- Basis knowledge about strategic issues and strategic planning tools (as usually taught during an ordinary bachelor programme)

Inhalt

Central topics include assessing industry economics and dynamics to identify strategic threats and opportunities, evaluating the profit potential of strategic resources and capabilities, and strategic diversification. Other topics include assessing actual and potential cost and differentiation advantages, vertical scope of the firm, strategic management of multi-business firms, global strategy, strategic alliances, competitive advantage, strategic management in technology-intensive industries, and strategy under uncertainty.

I. THE NATURE OF GLOBAL STRATEGY

II. STRATEGY FORMULATION.

- The Business Mission.
- The External Assessment.
- The Internal Assessment.
- Strategy Analysis and Choice.
- Focusing on the Network vs. Competitive Advantage

III. STRATEGY IMPLEMENTATION.

- Implementing Strategies: Management and Operations Issues.
- Implementing Strategies: Marketing, Finance/Accounting, R&D, and MIS Issues.

IV. STRATEGY EVALUATION.

- Strategy Review, Evaluation, and Control.

V. STRATEGIC MANAGEMENT CASE ANALYSIS.

- How to Prepare and Present a Case Analysis.

Lehr- und Lernmethoden

The course is arranged in two parts. In part one, through lectures, text assignments, short case analyses, group presentations and directed discussion, students learn and practice analytical techniques for assessing and solving the problems faced by companies planning or undergoing international expansion and/or change/development. In the second part, students are required to analyze a



comprehensive, timely case; usually involving the assessment and implementation of a change in global strategy for an enterprise. Teams of students compete to convince management of their superior analytical skills. Students alternately act out the roles of strategic consultants, management teams and heads of departments in a realistic boardroom setting that is made more realistic through the presence of a recognized industry expert. Through role playing the students learn the various perspectives, goals, and problems the CEO as well as the various functional managers experience in initiating or altering the global strategy and the difficulties consultants face in convincing management of their "value added" contribution.

The course features guest lecturers, lectures, discussion, group projects, intercultural teamwork, case studies, presentations, business simulation and role playing.

Besonderes

- o The course consists of lectures, extensive case work to demonstrate the use of the tools in a business context, written and/or oral analysis and simulated board room presentations and interactions. The course is designed to help students apply their cultural, business and academic experiences within a theoretical framework to practical problems that businesses face in a globally competitive environment.
- o Team work takes place with the help of an experienced student tutor.

Empfohlene Literaturliste

David, Fred, Strategic Management: Concepts and Cases (International Edition), 10th Edition, Prentice Hall, 2004

Hax, and Wilde, The Delta Project: Discovering New Sources of Profitability, Palgrave, 2001

Hax, Arnaldo, Overcoming the Dangers of Commoditization, in: Strategic Management, IMA, July 2005

Dash, Kildore, McDonald`s in India, Thunderbird: The Garvin School of International Management, 2005

Moffet, Michael H., Ramaswamy, Kannan, Anheuser-Busch and Harbin Brewery Group of China Thunderbird: The Garvin School of International Management, 2005

Various standard literature on Stratgic Planning (No precise recommendation is provided here in this Module description, as the search for suitable literature forms an important part of this module. Help on how to find suitable literature is provided during the course.)



GM-13 VERÄNDERUNGSMANAGEMENT

Modul Nr.	GM-13
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Henning Schulze
Kursnummer und Kursname	G3101 Veränderungsmanagement
Semester	3
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	postgraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	StA
Gewichtung der Note	5/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Nach absolvieren des Moduls haben die Studierende folgende Lernziele erreicht:

Fachkompetenz:

- o Evidenz und Bedeutung und Ablauf von Veränderungsprozessen
- o Phasen in Veränderungsprozessen

Persönliche Kompetenz sowie Sozialkompetenz:

- o Lernen und Erfahren der notwendigen Methoden- und Sozialkompetenzen
- o Rollen in Veränderungsprozessen
- o Beteiligung von Managern und Mitarbeitern in Veränderungsprozessen
- o Analyse/Diagnose der Organisation und des Organisationskontextes

Methodenkompetenz:

- o Bedeutsamkeit der Zielentwicklung sowie der Ableitung von Strategien
- o Erarbeitung eines Prozess- und Maßnahmenplans



Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen

Das in diesem Modul erlernte ist in anderen Studiengängen, wie Master Personal- und Organisationsentwicklung - PEOE oder Master HRM anzuwenden.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Aktive Teilnahme am Blockseminar

Inhalt

Basisgedanken:

Veränderungsprozesse sind etwas, mit dem wir heute allenthalben leben. Viele Führungskräfte sagen: "leben MÜSSEN". Oft wird versucht, diese Prozesse "operativ auszusteuern". Dabei wird oftmals missachtet, dass Menschen und Teams in die Veränderungsprozesse eingebunden sind. Jede Veränderung bedeutet für die Betroffenen, dass sie sich von einem Teil ihres bisherigen, vermeintlich sicheren Bezugsrahmens verabschieden müssen. Die damit einhergehenden Schritte im Menschen und zwischen Menschen sind nicht allein operativ zu managen. Erfolgreicher Umgang mit Veränderungsprozessen setzt eine nachhaltig vorbereitende Führung und eine erhöhte Sozialkompetenz bei allen Beteiligten voraus.

Inhalte:

- o Wandel - Entwicklung - Veränderung
- o Prozessmodelle
- o Landkarten zur Diagnose von Organisationen und ?einheiten
- o Wirkung und Wirkdauer der Veränderungen von Systemen (Personen- und Systemfokus)
- o Basisprozesse für ganzheitliche Veränderung
- o (Manager-)Rollen im Veränderungsprozess
- o Architektur eines Changeprozesses am Beispiel
- o Interventionsmethoden und -maßnahmen im Überblick

Lehr- und Lernmethoden

- o Theorieinput
- o Diskussion
- o Übungen



- o Bearbeitung einer Fallstudie

Besonderes

- o Extern, in zwei Blöcken durchgeführte Lehrveranstaltung; 3 + 3 Tage
- o Zwei Lehrende

Empfohlene Literaturliste

Burnes, B.: Managing Change. 4th edition. . Pearson; Prentice Hall, 2004.

Carnall, C.A.: Managing Change in Organizations. 4th edition. . Pearson; Prentice Hall, 2003.

Deresky, H.: International Management. Managing Across Borders and Cultures. Pearson; Prentice Hall, 2003.

Doppler, K.; Lauterburg, Chr.: Changemanagement: den Unternehmenswandel gestalten. 14., aktualisierte Auflage. Frankfurt am Main: Campus, 2019.

Greif, S.; Runde, B.; Seeberg, I.: Erfolge und Misserfolge im Change Management. Göttingen, u.a.: Hogrefe, 2004.

Holbeche, L.: Understanding Change: Theory, Implementation and Success. Amsterdam et al.: Elsevier, 2006

Kulmer, U.; Trebesch, K.: Der kleine Unterschied und die großen Folgen: von der Organisationsentwicklung zum Change Management. In: Zeitschrift Organisationsentwicklung, 13. Jg., Nr. 4; S. 80-85. Zürich: Organisationsentwicklung und Management AG, 2004

Leao, A.; Hofmann, M. (Hrsg.): Fit for Change: 44 praxisbewährte Tools und Methoden im Change für Trainer, Moderatoren, Coaches und Change-Trainer. Bonn: managerSeminare, 2007.

Thornhill, A.; Lewis, Ph.; Millmore, M.; Saunders, M.: Managing Change: A Human Resource Strategy Approach. Harlow u.a.: Pearson. 2000.

Schulze, H.S.: Internes Marketing von Dienstleistungsunternehmen: Fundierung der Instrumentarbereiche des internen Marketingsmittels ausgewählter Konzeptbereiche der Transaktionsanalyse. Europäische Hochschulschriften: Reihe 5; Band 1283. Berlin, Bern, New York, Paris, Wien 1992.

Schulze, H.S.: Visionsarbeit. In:

Rohm, A. (Hrsg.): Change-Tools: erfahrene Prozessberater präsentieren wirksame Workshop-Interventionen. Bonn: managerSeminare2006; S. 207-212



Schulze, H.; Sejkora, K.: Positive Führung: Resilienz statt Burnout. Freiburg: Haufe, 2015

Sejkora, K.: Trennung oder Neubeginn. Hilfe für Paare in der Krise. Munderfing: Fischer & Gann 2015

Schulze, H.; Sejkora, K.: Positives Führen: Wertschätzende Beziehungsgestaltung mit "Landkarten" aus der Transaktionsanalyse. In: Au, C. von (Hrsg.): Eigenschaften und Kompetenzen von Führungspersönlichkeiten: Achtsamkeit, Selbstreflexion, Soft Skills und Kompetenzsysteme Reihe: Leadership und Angewandte Psychologie. Wiesbaden: Springer 2016; S.91-116

Sejkora, K.; Schulze, H.: Die Kunst der starken Führung: persönliche Potentiale kraftvoll nutzen - Ressourcen der Mitarbeiter stärken. Munderfing: Fischer & Gann 2016

Sejkora, K.; Schulze, H.: Vom Lebensplan zum Beziehungsraum: Wie Sie mit Hilfe der Transaktionsanalyse begrenzende Muster überwinden. Munderfing: Fischer & Gann 2017

Steward, I.; Joines, V.: TA Today : A New Introduction to Transactional Analysis. Nottingham: Livespace, 2004.

Weisbach, Chr.-R.; Sonne-Neubacher, P.: Leadership in Professional Conversation. München: DTB, 2005.



GM-14 VERTIEFENDES PROJEKTSEMINAR

Modul Nr.	GM-14
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Henning Schulze
Kursnummer und Kursname	G3102 Markterschließungs- und Internationalisierungsstrategien G3104 Auslandssemester mit Vertiefung in einer "betriebswirtschaftlichen Managementfunktion"
Semester	3
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	FWP, Pflichtfach
Niveau	postgraduate
SWS	4
ECTS	6
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 120 Stunden Gesamt: 180 Stunden
Prüfungsarten	StA
Gewichtung der Note	6/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Ziel der Lehrveranstaltungen in diesem Modul ist es, das eigenständige und selbstgesteuerte Arbeiten der Studierenden anzuregen und zu verstärken.

Die Studierenden arbeiten in Kleingruppen, die die Größe von 3-4 Mitgliedern nicht überschreiten. Die Gruppen in den Seminaren umfassen jeweils ca. 10 Studierende.

Die Betreuungsintensität ist hoch.

Die Gruppen steuern ihre Arbeit durch Selbstorganisation in Absprache mit dem jeweiligen Betreuer.

In den Gruppen werden fachspezifische Themen anhand ausgewählter, aktueller Projektaufgaben selbstständig bearbeitet und im Rahmen einer qualifizierten Präsentation am Ende des Semesters vorgetragen und diskutiert. Aktuell wird ein Projektseminar zu den Themenblöcken Markterschließung und Internationalisierung angeboten.

oder

Die Studierenden gehen im dritten Semester an eine Hochschule im Ausland und studieren dort eine



- o betriebswirtschaftliche Managementfunktion

(z.B. "Internationales Marketing", "Internationales Personalmanagement" oder "Internationaler Vertrieb", o..ä. (Abstimmung mit dem Studiengangskoordinator und dem für die auswärtigen Kontakte zuständigen Kollegen)

Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen

Weiter kann das Modul für weiterbildende, konsekutive, aufbauende und international ausgerichtete Masterstudiengänge wie z.B. "Generall Management", "Risiko- und Compliancemanagement" oder für eine Promotion verwendet werden.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Optimal zu den Eintritt ins 3. Semester wäre, dass die Studierenden die ersten zwei Semester Masterstudium erfolgreich abgeschlossen haben.

Inhalt

Siehe Fächerbeschreibungen.

Lehr- und Lernmethoden

Seminaristischer Unterricht, Übungen, Gruppen- und Projektarbeit (Es wird zumindest ein Praxisfall in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen bearbeitet)

Besonderes

Hoher Anteil an Eigenarbeit, regelmäßige Meetings mit dem betreuenden Hochschullehrer, Abschlusspräsentation mit „Disputation“ der Inhalte

Empfohlene Literaturliste

Siehe Fächerbeschreibungen.

▶ G3102 MARKTERSCHLIEßUNGS- UND INTERNATIONALISIERUNGSSTRATEGIEN

Ziele

Im vertiefenden Projektseminar "Markterschließungs- und Internationalisierungsstrategien" werden die Student*innen mit der Definition und Abgrenzung von Internationalisierung sowie der Relevanz von Internationalisierung vertraut. Sie beschäftigen sich mit Stellschrauben und Dimensionen der Internationalisierung, können branchenspezifische Unterschiede erkennen, differenzieren und mit ihnen umgehen. Sie erkennen die Relevanz der



Internationalisierung für den Aufbau und das Halten von Wettbewerbsvorteilen und können dies in Bezug auf B-to-B und auch B-to-C-Märkte argumentieren. Sie können Make-or-Buy-Entscheidungen in Bezug auf internationale Wertschöpfungsketten argumentieren und Chancen gegen Risiken abwägen. Die Student*innen beschäftigen sich mit wohlfahrtstheoretischen und ethischen Aspekten und wissen, wie sie die Informationsbasis für die strategischen Entscheidungen aufbauen können und sind vertraut mit den darauf aufbauenden strategischen Planungsprozessen und erwerben Fähigkeiten zur Anwendung marketingpolitischer Instrumente im internationalen Kontext. Sie erkennen und wertschätzen die Interdependenzen der im Kontext von Internationalisierungsstrategien getroffenen Entscheidungen mit anderen betriebswirtschaftlichen Disziplinen, wie etwa Finanzierung, Rechtsformenwahl, Rechnungswesen, Währungsmanagement, Personalmanagement, Führung, u.a.m.

Inhalt

Wachstumschancen für Wirtschaftsorganisationen vieler Branchen liegen heute sehr oft in der regionalen Ausweitung ihrer Geschäftstätigkeiten. Heute, im Zeitalter der Globalisierung, bedeutet dies, dass über strategische Entscheidungen der Internationalisierung nachgedacht und entschieden werden muss. Ohne internationale Wertschöpfungsketten nimmt in vielen Produktionsindustrien und ebenso in Dienstleistungsbranchen die Wettbewerbsfähigkeit spätestens mittelfristig ab.

Inhalte:

- Abgrenzung & Begründungszusammenhang
- Historische Entwicklung der Globalisierung, Dimensionen der Globalisierung 2021, durchaus kritische Diskussion von "Globalisierung" und deren Auswirkungen, volkswirtschaftliche und betriebswirtschaftliche Bedeutung der Internationalisierung - insbesondere aus deutscher Perspektive
- Selektion von attraktiven Ländermärkten und Analyse des geeigneten Markteintrittszeitpunktes
- Auswahl einer geeigneten Markteintrittsstrategie
- Entwicklung eines umfassenden internationalen Business- und Marketingplans
- Implementierung, Koordination und Kontrolle des Marketingplans
- Internationalisierung - Quo Vadis?

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Keine

Prüfungsarten

StA

Methoden

- o Theorieinput



- o Diskussion
- o Übungen
- o Bearbeitung einer Fallstudie

Besonderes

Kamingespräch(e) mit Entscheidern aus der Wirtschaft (Option)

Empfohlene Literaturliste

Ulrich Krystek; Zur, E. (Hrsg.): Internationalisierung: Eine Herausforderung für die Unternehmensführung.

Stefan Schmid: Strategien der Internationalisierung: Fallstudien und Fallbeispiele.

Frank Keuper, Henrik Schunk (Hrsg.): Internationalisierung deutscher Unternehmen: Strategien, Instrumente und Konzepte für den Mittelstand. (Deutsch) Gebundene Ausgabe

Johannes Voll: Internationalisierung in der Unternehmensentwicklung: Implikationen kultureller Distanz im Internationalisierungspfad.

Mario A. Pfannstiel, Patrick Da-Cruz, Volker Schulte (Hrsg.): Internationalisierung im Gesundheitswesen: Strategien, Lösungen, Praxisbeispiele

Neubert, M.: Internationale Markterschließung: Vier Schritte zum Aufbau neuer Auslandsmärkte

Ralph Berndt; Claudia Fantapié Altobelli; Matthias Sander: Internationales Marketing-Management

Joachim Zentes; Bernhard Swoboda; Hanna Schramm-Klein: Internationales Marketing

Beatrice Ermer; Markus Weinländer: Internationales Marketing:

▶ G3104 AUSLANDSSEMESTER MIT VERTIEFUNG IN EINER "BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHEN MANAGEMENTFUNKTION"

Prüfungsarten

Teil der Modulprüfung



GM-15 MASTERARBEIT

Modul Nr.	GM-15
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Henning Schulze
Kursnummer und Kursname	G3105 Masterarbeit (praxisorientiert)
Semester	3
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jedes Semester
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	postgraduate
SWS	0
ECTS	16
Workload	Präsenzzeit: 0 Stunden Selbststudium: 480 Stunden Gesamt: 480 Stunden
Prüfungsarten	Masterarbeit
Gewichtung der Note	16/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

Durch die Erstellung einer Masterarbeit sollen die Studierenden ihre Fähigkeit nachweisen, die im Studium erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten in einer selbständig erstellten, wissenschaftlichen Arbeit auf komplexe Aufgabenstellungen anzuwenden.

Sie stellen damit unter Beweis, dass sie das M.A.-Studium erfolgreich absolviert und die Fähigkeit zum eigenständigen wissenschaftlichen Arbeiten erworben haben.

Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen

Die Fähigkeit, wissenschaftlich zu arbeiten ist als interdisziplinäre Fähigkeit anzusehen. Der Kurs gehört zu allen Modulen des Studiengangs.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Gem. § 9 der Studien- und Prüfungsordnung kann sich zur Masterarbeit anmelden, wer mindestens 30 ECTS-Kreditpunkte erreicht hat.

Inhalt

Die Masterarbeit ist eine schriftliche Ausarbeitung. Sie wird von einer im Studiengang prüfungsberechtigten Person (Hochschullehrer/in, Dozent/in) ausgegeben und von dieser betreut und bewertet. Der oder die Studierende kann Vorschläge für das Thema



machen.

Die Bearbeitungszeit beträgt regelmäßig 3 Monate - maximal jedoch 8 Monate von der Ausgabe bis zur Abgabe gem. §11 APO). Der Umfang soll in der Regel 70 Seiten nicht überschreiten. Die Masterarbeit kann zu jedem Thema geschrieben werden, das sich inhaltlich einem der Module des Studiengangs SIM zuordnen lässt.

Lehr- und Lernmethoden

Individuelle Einzelbetreuung

Besonderes

Die Masterarbeit ist nach den Richtlinien der Rahmenprüfungsordnung (RaPO) und der Allgemeinen Prüfungsordnung (APO) der Hochschule Deggendorf anzufertigen.

Empfohlene Literaturliste

Die Arbeit muss ein vollständiges Verzeichnis der benutzten Literatur, der erhaltenen Auskünfte und sonstigen Quellen enthalten.

Im Übrigen werden auf folgende Unterlagen verwiesen:

- Information, Fristen und Formblätter zur Masterarbeit sowie

Beide Dokumente stehen im Kurs "Allgemeines" in iLearn zum Download bereit.



GM-16 MASTER-KOLLOQUIUM

Modul Nr.	GM-16
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Henning Schulze
Kursnummer und Kursname	G3106 Master-Kolloquium
Semester	3
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jedes Semester
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	postgraduate
SWS	0
ECTS	4
Workload	Präsenzzeit: 0 Stunden Selbststudium: 120 Stunden Gesamt: 120 Stunden
Prüfungsarten	mdl. P. 30 Min.
Gewichtung der Note	4/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Qualifikationsziele des Moduls

An die Masterarbeit schließt sich ein Kolloquium als mündliche Prüfung an. Die Studierenden präsentieren ihre Masterarbeit und verteidigen sie (Dauer: 30min).

Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen

Die Fähigkeit, wissenschaftlich zu arbeiten und die Findings zu präsentieren ist als interdisziplinäre Fähigkeit anzusehen. Der Kurs gehört zu allen Modulen des Studiengangs.

Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Abgabe der Masterarbeit.

Erfolgt die Abgabe rechtzeitig 4 Wochen vor dem festgesetzten Termin, ist der Studierende automatisch zum Kolloquium angemeldet.

Inhalt

Der Ablauf des Kolloquiums kann in iLearn im Kurs Allgemeines nachgelesen werden. Dort steht das aktuelle Dokument. Wichtige Hinweise zum Kolloquium stehen dort zum Download bereit.

Lehr- und Lernmethoden



Individuelle Einzelbetreuung

Besonderes

Prüfungsleistung

Mündliche Verteidigung der MA

Empfohlene Literaturliste

keine

