



MODULHANDBUCH

Betriebswirtschaft - berufsbegleitend (MBA)

INHALTSVERZEICHNIS

1.	ERLÄUTERUNGEN & ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	3
2.	KURZPROFIL UND QUALIFIKATIONSZIELE DES STUDIENGANGS.....	4
3.	MODULSTRUKTUR UND STUDIENVERLAUF	5
4.	GEFÄHRDUNGSBEURTEILUNG NACH DEM MUTTERSCHUTZGESETZ	6
5.	MODULBESCHREIBUNGEN	7
	1.1 Philosophie des Managements und Wirtschaftsrecht	7
	1.2 Theorien der Unternehmen und Gesamtwirtschaft	10
	2.1 Strategisches Management	12
	2.2 Investition und Entscheidung	14
	2.3 Informationssysteme und Digitalisierung.....	17
	2.4 Controlling.....	21
	2.5 Organisation und Change Management.....	23
	2.6 Führung	26
	2.7 Markt, Internationalität und Kommunikation	29
	2.8 Innovationsmanagement.....	32
	3.1 Projekt.....	35
	3.2 Seminar	37
	3.3 Workshop Best Practice.....	39
	4.1 Wirtschaftsethik.....	41
	5.0 Abschlussarbeit	44

1. ERLÄUTERUNGEN & ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

ECTS Punkte und Arbeitsbelastung

ECTS Punkte (European Credit Transfer System) beschreiben den durchschnittlich notwendigen Arbeitsaufwand in Stunden für den erfolgreichen Abschluss eines Moduls. Die Arbeitsbelastung wird in Zeitstunden je 60 Minuten gemessen. Ein ECTS Punkt entspricht einem Arbeitsaufwand von 25 Zeitstunden. Ein Modul mit sechs ECTS Punkten entspricht damit einem gesamten Zeitaufwand von 150 Zeitstunden. Diese teilen sich auf in Präsenzzeiten mit dem / der Dozenten / Dozentin, sowie Arbeitsstunden für die Vor- und Nachbearbeiten einer Veranstaltung, eventuelle Gruppenarbeiten / Tutorien und die Vorbereitung zur Prüfung.

Modul und Modularisierung

Ein Modul ist eine inhaltlich und zeitlich abgeschlossene Lerneinheit, die aus einem oder mehreren Kursen besteht. Jedes Modul wird mit einer Prüfung abgeschlossen. Die Modularisierung von Studiengängen soll helfen, Kompetenzen, die von außerhalb der Hochschule erworben wurden, leichter auf den gewählten Studiengang anzurechnen.

Modulbeschreibungen

Modulbeschreibungen sollen den Studierenden eine Orientierung zu den Zielen, den Inhalten, den verwendeten Quellen und der Art der Prüfung geben. Die zu erwerbenden Fähigkeiten gliedern sich in Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Kommunikations- und Kooperationskompetenz und Selbstkompetenz.

Mit Fachkompetenz bezeichnet man Wissen und Fähigkeiten, die mit dem erfolgreichen Abschluss des Moduls erworben wurden. Diese dienen dazu, in einem wirtschaftlichen Umfeld eigenständig Probleme und Aufgaben zu erkennen und zu lösen.

Mit Methodenkompetenz bezeichnet man die Fähigkeit, Methoden zur Lösung wirtschaftlicher Aufgaben zu kennen, deren Stärken, Schwächen und Einsatzvoraussetzungen zu kennen und anwenden zu können.

Mit Kommunikations- und Kooperationskompetenz bezeichnet man die Fähigkeit und Bereitschaft betriebswirtschaftliche Aufgaben kooperativ mit anderen zu lösen. Es bedeutet, Erwartungen und Werte anderer zu erkennen und zu respektieren. Ebenso beinhaltet dies die Fähigkeit kommunikativ Handlungen zu koordinieren sowie Sachverhalte argumentativ überzeugend zu begründen und begründet in Frage zu stellen.

Selbstkompetenz beinhaltet die Bereitschaft, eigenständig und eigenverantwortlich zu handeln, die eigene Situation zu reflektieren und die Bereitschaft, neues Wissen und neue Techniken zu erlernen.

Abkürzungen

WiSe = Wintersemester
SoSe = Sommersemester
BW = Betriebswirtschaft

SWS = Semesterwochenstunden
ECTS = European Credit Transfer System

2. KURZPROFIL UND QUALIFIKATIONSZIELE DES STUDIENGANGS

Der Studiengang Betriebswirtschaft mit Abschluss Master of Business Administration (MBA) ist als berufsbegleitendes Studium in Teilzeit konzipiert. Er vermittelt Führungsfähigkeiten und betriebswirtschaftliche Kompetenzen für den Einsatz im gehobenen Management.

Als anwendungsorientierter und weiterbildender Studiengang, richtet er sich an Personen mit einem ersten akademischen Hochschulabschluss jedweder Fachrichtungen und zusätzlich mindestens 1-jähriger Berufserfahrung.

Er fördert die eigenständige Anwendung wirtschaftswissenschaftlicher und interdisziplinärer Methoden, Instrumente und Erkenntnisse. Im Fokus steht die Stärkung der eigenen Persönlichkeit als Führungskraft und die Vermittlung der für die Wahrnehmung von Führungsaufgaben benötigten betriebswirtschaftlichen Kompetenzen.

Ein besonderer Baustein im Programm sind begleitende Angebote zur Persönlichkeitsentwicklung auf individueller Ebene. Darüber hinaus spielt im Studiengang die Heterogenität der Studierenden in Bezug auf deren Fachlichkeit und die Vielfältigkeit ihrer beruflichen Erfahrung eine wichtige Rolle. In bevorzugt eingesetzten seminaristischen Lehrformaten können praxisorientiert innovative Lösungsansätze für typische Herausforderungen des gehobenen Managements interaktiv und in interdisziplinärer Arbeitsatmosphäre erarbeitet werden.

In Einklang mit dem Leitbild und der Mission der Hochschule fördert das Programm die Entwicklung verantwortungsvoller Führungskräfte als gesellschaftliche Leistungsträger. Das Programm stellt damit eine Ergänzung zu den vielfältigen Angeboten der ersten akademischen Ausbildung der unterschiedlichen Fachrichtungen der Hochschule dar. Es ermöglicht die Fortführung der akademischen Erstausbildung im Hinblick auf die Qualifizierung für die Ausübung von Managementtätigkeiten und fördert die Fähigkeit, unternehmerisch sowie strategisch und bereichsübergreifend zu denken.

Angeboten und durchgeführt wird der Studiengang von der Studienfakultät für Weiterbildung der Hochschule Coburg. Die Studienfakultät hat eine Querschnittsfunktion in der Hochschule und ist auf die Konzeption und Durchführung von berufsbegleitenden Weiterbildungsformaten spezialisiert. Damit können Studierende in Fragen der Vereinbarkeit von Studium, Beruf und Familie in besonderer Weise unterstützt werden. Ebenso sind die angebotenen Formate so gestaltet, dass sie die Vorteile der Flexibilität durch Online-Elemente und der Stärkung des Aufbaus von persönlichen Netzwerken durch Präsenzphasen unterstützen.

3. MODULSTRUKTUR UND STUDIENVERLAUF

HS Coburg – berufsbegleitenden Masterstudiengang Betriebswirtschaft (ab WS 2024 / 2025,, Stand 13.03.2023)

Modulnummer	Modultitel	ECTS	Semester
1. Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen			
1.1	Philosophie des Managements und Wirtschaftsrecht	5	1
1.2	Theorien der Unternehmung und der Gesamtwirtschaft	5	2
2. Betriebswirtschaftliche Methoden			
2.1	Strategisches Management	5	2
2.2	Investition und Entscheidung	5	1
2.3	Informationssysteme und Digitalisierung	5	3
2.4	Controlling	5	4
2.5	Organisation und Change-Management	5	3
2.6	Führung	5	3
2.7	Markt, Internationalität und Kommunikation	5	1
2.8	Innovationsmanagement	5	2
3. Transferorientierte Methoden			
3.1	Projekt	5	2
3.2	Seminar	5	3
3.3	Workshop Best Practice	5	1
4. Allgemeinbildende Grundlagen			
4.1	Wirtschaftsethik	5	4
5. Abschlussarbeit			
5.0	Masterarbeit	20	5

4. GEFÄHRDUNGSBEURTEILUNG NACH DEM MUTTERSCHUTZGESETZ

Jede Modulbeschreibung enthält eine Gefährdungsbeurteilung nach dem Mutterschutzgesetz (§ 10ff MuschG). Sie besagt, ob eventuelle Gefahren für das ungeborene Leben oder das gestillte Kind im Kontext der jeweils durchgeführten Lehrveranstaltungen bestehen. Die Bewertung der Gefahrenpotentiale erfolgt durch die Modulverantwortlichen über ein „Ampelkonzept“:

Grün	„Teilnahme ist unbedenklich“: Die Studierende kann an dem Modul uneingeschränkt teilnehmen
Gelb	„Einzelfallprüfung notwendig“: Für eine Teilnahme ist eine vorherige Absprache mit der verantwortlichen Lehrperson der Lehrveranstaltungen notwendig.
Rot	„Teilnahme ist unzulässig“: Die Studierende kann während der Schwangerschaft und Stillzeit nicht am Modul teilnehmen.

Abbildung 1: Ampelkonzept der Gefährdungsbeurteilung nach dem Mutterschutzgesetz

Schwangeren oder stillenden Studierenden steht – bei Bedarf bzw. eventuellen Rückfragen zur Gefährdungsbeurteilung – ein entsprechendes Beratungsangebot zum Mutterschutz durch das Familienbüro der Hochschule offen.

GEFÄHRDUNGSBEURTEILUNG DER MODULE			
Modulnummer	Modultitel	Gefährdung	Bemerkung
1.1	Philosophie des Managements und Wirtschaftsrecht	Grün	
1.2	Theorien der Unternehmung und der Gesamtwirtschaft	Grün	
2.1	Strategisches Management	Grün	
2.2	Investition und Entscheidung	Grün	
2.3	Informationssysteme und Digitalisierung	Grün	
2.4	Controlling	Grün	
2.5	Organisation und Change-Management	Grün	
2.6	Führung	Grün	
2.7	Markt, Internationalität und Kommunikation	Grün	
2.8	Innovationsmanagement	Grün	
3.1	Projekt	Grün	
3.2	Seminar	Grün	
3.3	Workshop Best Practice	Grün	
4.1	Wirtschaftsethik	Grün	
5.0	Masterarbeit	Grün	

5. MODULBESCHREIBUNGEN

Die nachfolgenden Modulbeschreibungen gelten jeweils für die in der Fußzeile angegebene Studien- und Prüfungsordnung. Sie werden rechtzeitig vor dem jeweiligen Lehrveranstaltungsbeginn durch die Modulverantwortlichen aktualisiert, sofern sich Änderungen in den Inhalten, dem didaktischen Konzept oder der geplanten Prüfungsform ergeben.

<h1>1.1 Philosophie des Mangements und Wirtschaftsrecht</h1> <p>(Betriebswirtschaft - berufsbegleitend, MBA, 13.03.2023)</p>			
Modulverantwortlich		Prof. Dr. Uwe Gail	
Dozierende		Prof. Dr. Uwe Gail, Frau Beatix Albecht	
Kurztitel des Moduls			
Lehr- und Prüfungssprache		Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen	
deutsch		Masterprogramme BW	
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	1. Fachsemester	SoSe	1
<h2>ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG</h2>			
Zugangsvoraussetzungen	keine		
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	grün unbedenklich		
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 1		
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 20 Stunden Präsenzzeit 2 SWS und 105 Stunden Eigenstudium		
Art der Lehrveranstaltung		Art und Umfang der Prüfungsleistung	
2 SWS Seminar		Portfolio 20 - 30 Seiten	

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

In diesem einführenden Modul wird das Wesen von Management vor dem Hintergrund seiner historischen Entstehung und aktuellen Stellung im wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Leben reflektiert. Dies umfasst auch die Geschichte der Betriebswirtschaft als wissenschaftliche Disziplin sowie die Vermittlung der Prinzipien der Managementtätigkeit und Ansätze zur Entwicklung von Organisationen in aktuellen gesellschaftlichen Kontexten.

Darüber hinaus werden die rechtlichen Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts mit internationalen Bezügen zur Bewältigung alltäglicher Fragestellungen im Kontext von Führungsaufgaben vorgestellt. Dies umfasst auch Fragestellungen zu dem Themenkomplex des gesellschaftlich verantwortungsvollen Verhaltens von Unternehmen in Bezug auf Umweltbelange, soziale Belange und der Corporate Governance. Ebenfalls werden Grundlagen der Konfliktbewältigung und Mediation behandelt.

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvortrag, Gruppenarbeiten, Diskussion

Lernergebnisse

Fachkompetenzen

- Die Studierenden beherrschen typische Aufgaben, Rollen und Prozesse des Managements.
- Sie kennen relevante einschlägige Rechtsquellen für das Management von Unternehmen und wissen um die Auswirkungen unterschiedlicher Rechtskreise auf die Unternehmensführung.
- Sie können Lösungsansätze für eine nachhaltige Unternehmensführung durch den Aufbau einer geeigneten Corporate Governance praxisnah entwickeln.
- Sie und können wirtschaftliche Sachverhalte unter ethischen und juristischen Gesichtspunkten durchdringen und einer Lösung zuführen.

Methodenkompetenzen

- Die Studierenden sind in der Lage, Sachverhalte sorgfältig zu analysieren, ethische und juristische Lösungsvorschläge selbstständig zu entwickeln und Rechtsnormen zu hinterfragen.

Kommunikations- und Kooperationskompetenzen:

- Die Studierenden vertreten nachvollziehbar Standpunkte und argumentieren überzeugend.
- Sie können Ergebnisse zielgruppenadäquat präsentieren.

Selbstkompetenzen:

- Die Studierenden entwickeln eine Vorstellung über die Tätigkeiten des Managements und reflektieren ihre Rolle als Führungskraft im unternehmerischen und gesellschaftlichen Kontext.
- Sie entwickeln ein wissenschaftliches Verständnis für die Analyse management-relevanter Sachverhalte und Ausübung der Managementtätigkeit.

Literatur

- Drucker, Peter: Management, jeweils in aktueller Auflage, Harper Collins Verlag, New York.
- Jachtchenko, Wladislaw: Die 5 Rollen einer Führungskraft, jeweils in aktueller Auflage, Remote Verlag.
- Mintzberg, Henry (1971): Managerial Work: Analysis from Observation, Management Science 18 (2).
- Graewe, Daniel: Wirtschaftsrecht: Lehrbuch für Master-Studiengänge, jeweils in aktueller Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Proksch, Stephan: Mediation (2018): Die Kunst der professionellen Konfliktlösung (essentials), Springer Gabler, Wiesbaden.
- Schreyögg, Georg und Koch, Jochen: Grundlagen des Managements: Basiswissen für Studium und Praxis, jeweils in aktueller Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Zusätzlich: aktuelle Artikel aus akademischen Fachzeitschriften mit Peer-Review Verfahren (z.B. Journal of Management etc.) nach Auswahl Dozent:in.

1.2 Theorien der Unternehmen und Gesamtwirtschaft

(Betriebswirtschaft - berufsbegleitend, MBA, 13.03.2023)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Uwe Gail		
Dozierende	Prof. Dr. Uwe Gail		
Kurztitel des Moduls			
Lehr- und Prüfungssprache	Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen		
Deutsch	Masterprogramme BW		
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	2. Fachsemester	WiSe	1

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangsvoraussetzungen	Keine		
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	Grün unbedenklich		
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 1		
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 20 Stunden Präsenzzeit 2 SWS und 105 Stunden Eigenstudium		
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung		
2 SWS Seminar	schriftliche Prüfung 90 Minuten		

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

In dem Modul werden verschiedene volkswirtschaftliche Modelle und das wirtschaftliche Handeln unterschiedlicher Akteure in multikausalen Zusammenhängen behandelt. Dies beinhaltet eine Beschäftigung mit Unternehmen aus mikro- und makroökonomischer Perspektive.

Inhalte:

- Grundlagen: Wissenschaftsverständnis der Ökonomie
- Makro- und Mikroökonomische Modelle
- Techniken der Wirtschaftspolitik
- Internationale Handelspolitik

Lehr- und Lernmethoden
Lehrvortrag und Gruppenarbeiten
Lernergebnisse
<p>Methodenkompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Studierende können ausgewählte volkswirtschaftliche Theorien und Modelle sowie Methoden zur Analyse gesamtwirtschaftlicher Phänomene erklären. - Sie können wirtschaftliche Problemlagen auf Basis moderner (institutionen-) ökonomischer Erklärungskonzepte analysieren. <p>Fachkompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Studierende bewerten Managemententscheidungen aus mikro- und makroökonomischer Sicht. - Sie analysieren (internationale) wirtschaftspolitische Maßnahmen und bewerten deren Auswirkungen auf Unternehmerische Aktivitäten. <p>Kommunikations- und Kooperationskompetenz:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Studierende argumentieren und formulieren wissenschaftlich anhand der kritischen Erarbeitung unterschiedlicher ökonomischer Theoriekonzepte. - Sie begründen eigene Standpunkte auf Basis wissenschaftlicher Auswertungen und entwickeln überzeugende Argumentationsstränge.
Literatur
<p>Beck, H. (2014): Behavioral Economics. Eine Einführung, Springer Gabler, Wiesbaden.</p> <p>Conrad, C. A.: Wirtschaftspolitik. Eine praxisorientierte Einführung, jeweils in aktueller Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.</p> <p>Png, I., Lehmann, D.: Managerial Economics, jeweils aktuelle Auflage, Wiley-Blackwell, Hoboken, NY.</p> <p>Welfens, P. J. J. (2009): Grundlagen der Wirtschaftspolitik. Institutionen – Makroökonomik – Politikkonzepte, 4. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.</p> <p>Zusätzlich: aktuelle Artikel aus akademischen Fachzeitschriften mit Peer-Review Verfahren (z.B. Journal of Management etc.) nach Auswahl Dozent:in.</p>

2.1 Strategisches Management

(Betriebswirtschaft - berufsbegleitend, MBA, 13.03.2023)

Modulverantwortlich				Prof. Dr. Roland Hertrich			
Dozierende				Prof. Dr. Roland Hertrich			
Kurztitel des Moduls							
Lehr- und Prüfungssprache				Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen			
deutsch				Masterprogramme BW			
Modultyp		Studiensemester		Angebotsturnus		Dauer	
Pflichtmodul		2. Fachsemester		WiSe		1	
ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG							
Zugangsvoraussetzungen		Keine					
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit		grün unbedenklich					
ECTS, Notengewicht		5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 1					
Arbeitsleistung		125 Zeitstunden, davon 20 Stunden Präsenzzeit 2 SWS und 105 Stunden Eigenstudium					
Art der Lehrveranstaltung				Art und Umfang der Prüfungsleistung			
2 SWS Seminar				praktische Studienarbeit 15 - 25 Seiten			
INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE							
Inhalt des Moduls							
<p>In dem Kurs werden die Entwicklung, Durchführung und Veränderung von Geschäftsmodellen in einer dynamischen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Umwelt behandelt. Dies beinhaltet das Suchen und Gestalten von Erfolgsfaktoren in Unternehmen in nationalen und internationalen Kontexten.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Techniken der strategischen Analyse der externen und internen Unternehmenswelt - Formulierung der Strategie und Positionierung eines Unternehmens im Wettbewerbsumfeld - Implementierung strategischer Entscheidungen auf operative Ebene - Modelle und Techniken des Controllings zur Erfassung von Zielabweichungen, der Ursachenanalyse und der Entscheidungshilfe zur marktbezogenen Führung des Unternehmens. 							
Lehr- und Lernmethoden							
Lehrvortrag, Bearbeitung von Fallstudien, Gruppen- und Partnerarbeit							

Lernergebnisse

Fachkompetenzen:

- Die Studierenden können ausgewählte Theorien und Modelle der Strategieforschung erklären und deren Relevanz zur Führung eines Unternehmens darlegen.
- Sie sind in der Lage, fallbezogen Geschäftsmodelle in unterschiedlichen Wettbewerbskontexten zu analysieren, zu bewerten und Handlungsempfehlungen zu entwickeln.

Methodenkompetenzen:

- Die Studierenden können einen Budgetplan aufstellen und einen Controlling-Prozess für den gesamten Planungs- und Umsetzungskreislauf entwickeln.
- Sie können für strategische Fragestellungen aus der Berufspraxis geeignete theoretische Konzepte zur Analyse bestimmen und anwenden. Sie sind in der Lage, die Analyseergebnisse kritisch zu reflektieren und zwischen selbst entwickelten Lösungswegen geeignete Handlungsoptionen begründet zu wählen.

Kommunikations- und Kooperationskompetenzen:

- Die Studierenden begründen eigene Ansichten auf Basis von erlerntem Fachwissen und wägen Gegenargumente in einem Meinungsbildungsprozess sorgfältig zum eigenen Standpunkt ab.
- Sie respektieren unterschiedliche Standpunkte und finden Wege zu konsensualen Lösungen in diskursiven Prozessen.

Selbstkompetenzen:

- Die Studierenden reflektieren die Wechselwirkungen unternehmerischer Entscheidungen zwischen Unternehmen und Gesellschaft. Sie entwickeln eine eigene verantwortungsbewusste Position dazu.

Literatur

Schreyögg, G.; Koch, J.: Management, jew. in aktueller Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.

Nagel, A., Bozem, K. (2018): Geschäftsmodelle 4.0, Springer Gabler, Wiesbaden.

Kreutzer, T. (2017): Praxisorientiertes Marketing: Grundlagen-Instrumente-Fallbeispiele, 5. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.

Zusätzlich: aktuelle Artikel aus akademischen Fachzeitschriften mit Peer-Review Verfahren (z.B. Journal of Management etc.) nach Auswahl Dozent:in.

2.2 Investition und Entscheidung

(Betriebswirtschaft - berufsbegleitend, MBA, 13.03.2023)

Modulverantwortlich				Prof. Dr. Jürgen Sikorski			
Dozierende				Prof. Dr. Jürgen Sikorski			
Kurztitel des Moduls							
Lehr- und Prüfungssprache				Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen			
Deutsch				Masterprogramme BW			
Modultyp		Studiensemester		Angebotsturnus		Dauer	
Pflichtmodul		1. Fachsemester		SoSe		1	
ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG							
Zugangsvoraussetzungen		keine					
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit		grün unbedenklich					
ECTS, Notengewicht		5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 1					
Arbeitsleistung		125 Zeitstunden, davon 20 Stunden Präsenzzeit 2 SWS und 105 Stunden Eigenstudium					
Art der Lehrveranstaltung				Art und Umfang der Prüfungsleistung			
2 SWS Seminar				schriftliche Prüfung 90 Minuten			

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

In diesem Modul werden Kenntnisse der Investitionsrechnung und Finanzierung vermittelt um unternehmerische Entscheidungen aus monetärer Perspektive beurteilen bzw. treffen zu können. Dies umfasst eine vertiefte Auseinandersetzung mit gängigen Verfahren der Investitionsrechnung um die finanzielle Attraktivität von Investitionsvorhaben und Geschäftsaktivitäten beurteilen zu können. Ebenso werden einschlägige Finanz- bzw. Finanzierungsinstrumente, die Liquiditätsplanung und das Finanzcontrolling behandelt.

Inhalte:

1. Finanzierungs- und Investitionsentscheidungen in Unternehmen
 - Definition Investition und Finanzierung
 - Finanzfonds, Finanzkreislauf und Cash Flow
 - Anforderungen der Kapitalgeber
 - Arten von Investitionsentscheidungen
2. Finanzierungsstrategie und Finanzierungsziele
 - langfristige Investitions- und Finanzierungsstrategie
 - Finanzierungsziele
3. Investitionsrechnung
 - Investitionsplanungsprozess
 - Nutzwertanalyse
 - Verfahren der Investitionsrechnung im Überblick (Gewinnvergleichsrechnung, Amortisationsrechnung, Kapitalwertmethode, Interne Zinsfuß)
4. Finanzierungsformen und Finanzierungsmix
 - Finanzierungsformen im Überblick
 - Eigenschaften von Eigenkapital und Fremdkapital
 - Rating und Nachhaltigkeit
 - Finanzierungsmix und Leverageeffekt
 - Der optimale Verschuldungsgrad

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvortrag und Übungen

Lernergebnisse

Fachkompetenzen:

- Die Studierenden können verschiedene Finanzierungsformen und Investitionsrechnungsverfahren als Grundlage unternehmerischer Entscheidungen bestimmen und erläutern.
- Sie beherrschen die Grundlagen des Finanzmanagements, der Finanzierungsinstrumente und können diese beurteilen und anwenden.

Methodenkompetenzen:

- Die Studierenden können ausgewählte Methoden der Investitionsrechnung erklären und fallbezogen anwenden sowie einschlägige Finanzierungsinstrumente und -verfahren erklären.
- Sie sind in der Lage, moderne Investitionsverfahren für konkrete Investitionsrechnungen (z.B. Make or Buy-Entscheidungen) einzusetzen.
- Sie können Investitionsvorhaben aus finanzieller Perspektive bewerten.
- Sie können Finanzierungskonzepte zur Umsetzung unternehmerischer Entscheidungen (insb. mit Bezug zu Nachhaltigkeit bzw. ESG-Kriterien) bewerten

Kommunikations- und Kooperationskompetenz:

- Studierende können Entscheidungsoptionen des Managements zahlenbasiert begründen und begründet in Frage stellen.

Selbstkompetenz:

- Die Studierenden reflektieren die Bedeutung von Ratingverfahren und Nachhaltigkeit für Entscheidungen der Investoren.

Literatur

Blohm, H., Lüder, K., Schäfer, C.: Investition, jeweils in aktueller Auflage, Vahlen Verlag, München.
Brealey, R.A., Myers, S.C., Allen, F. (2008): Principles of Corporate Finance, McGraw-Hill, New York.
Gillan, S., Koch, A., Starks, L. (2021): Firms and social responsibility: A review of ESG and CSR research in corporate finance, Journal of Corporate Finance, Vol. 66, 101889.
Zusätzlich: aktuelle Artikel aus akademischen Fachzeitschriften mit Peer-Review Verfahren (z.B. Journal of Management etc.) nach Auswahl Dozent:in.

2.3 Informationssysteme und Digitalisierung

(Betriebswirtschaft - berufsbegleitend, MBA, 13.03.2023)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Eduard Gerhardt		
Dozierende	Prof. Dr. Eduard Gerhardt, Prof. Dr. Claus-Burkard Böhnlein		
Kurztitel des Moduls			
Lehr- und Prüfungssprache	Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen		
deutsch	Masterprogramme BW		
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	3. Fachsemester	SoSe	1
ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG			
Zugangsvoraussetzungen	keine		
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	grün unbedenklich		
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 1		
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 20 Stunden Präsenzzeit 2 SWS und 105 Stunden Eigenstudium		
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung		
2 SWS Seminar	schriftliche Prüfung 90 Minuten		

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

Dieser Kurs zielt darauf ab, den Studierenden ein tiefgehendes Verständnis für die Rolle und Funktionsweise von Informationssystemen in Unternehmen zu vermitteln und deren Bedeutung im Kontext der fortschreitenden Digitalisierung zu beleuchten.

Dies beinhaltet die Auseinandersetzung mit den wesentlichen Konzepten und Technologien, die Informationssysteme prägen, von der Datenverarbeitung und -speicherung über Geschäftsprozessmodellierung bis hin zu strategischen Aspekten der Digitalisierung. Dabei werden sowohl theoretische Grundlagen als auch praxisnahe Anwendungsbeispiele untersucht, um die Kompetenzen zu vermitteln, die erforderlich sind, um die digitale Transformation in Unternehmen aktiv mitzugestalten.

Teil Prof. Gerhardt

- Grundlagen der Informationssysteme
- Digitale Transformation und ihre Auswirkungen auf Unternehmen
- Technologien und Tools der Digitalisierung
- Implementierung und Verwaltung von Informationssystemen

Teil Prof. Böhnlein

- Marktsituation
- Geschäftsprozesse
- Produktionsplanung und Industrie 4.0
- Supply Network Management
- Advanced Planning and Scheduling

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvortrag, Einzel- und Gruppenarbeit, Simulation

Lernergebnisse

Fachkompetenzen:

Nach der erfolgreichen Teilnahme der Studierenden an diesem Modul

- können sie grundlegende Konzepte und Technologien von Informationssystemen wiedergeben.
- sind sie in der Lage die Rolle der Digitalisierung in modernen Geschäftsprozessen fundiert zu bewerten.
- können sie die Implementierung und Verwaltung von Informationssystemen darstellen.
- können sie Prozesse in Unternehmen sowie traditionelle Konzepte zur Produktionsplanung und -steuerung sowie deren wesentliche Schwächen beschreiben und analysieren.
- können sie die Anforderungen an moderne, unternehmensübergreifende Planungssysteme und deren Architektur erläutern und ihre Grenzen in Kollaborationsszenarien bewerten.

Methodenkompetenzen

Nach der erfolgreichen Teilnahme der Studierenden an diesem Modul können sie

- die Architektur der Informationssysteme erklären, deren Auswirkung auf Business-IT-Alignment bzw. Digitalisierung analysieren und bewerten.
- die in Unternehmen eingesetzten Informationssysteme analysieren und abgrenzen: OLTP, OLAP, CSCW.
- die für die Lösung der betriebswirtschaftlichen Probleme relevanten Informationssysteme identifizieren, deren Einsatz (Make oder Buy, On Premise, On Demand) konzipieren, bewerten und in Form eines Projektes planen.
- die Integration von KI und maschinellem Lernen in Informationssysteme konzipieren und bewerten.
- im Bereich der Planung folgende Konzepte analysieren und abgrenzen: MRP, MRPII, ERP, MES, APS, ATP, CTP, SCM, SNM.
- Referenzmodelle für unternehmensübergreifende Prozesse und deren Einsatz in Praxisprojekten bewerten und einsetzen.

Kommunikations- und Kooperationskompetenzen:

Nach der erfolgreichen Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage

- unternehmensübergreifende Planungs- und Kollaborationsszenarien im Team zu diskutieren und für typische Problemstellungen geeignete Lösungsansätze abzuleiten.
- innerbetriebliche und zwischenbetriebliche Defizite in den Bereichen Planung, Kommunikation und Kollaboration zu identifizieren sowie aktuelle Lösungskonzepte auf Ihre Eignung in Anwendungsszenarien zu prüfen.

Selbstkompetenzen

- Die Studierenden reflektieren Potentiale aber auch mögliche Widerstände bei der Einführung und dem Einsatz von Planungssystemen in Unternehmen und Unternehmensnetzwerken.
- Sie können Vor- und Nachteile aus verschiedenen Perspektiven betrachten, schlüssig erläutern und gegeneinander abwägen.
- Sie entwickeln einen eigenen Standpunkt und können ihn auch in Konfliktsituationen argumentativ gestützt vertreten.

Literatur

- Chopra, S.; Meindl, P.: Supply Chain Management - Strategie, Planung und Umsetzung, jeweils in aktueller Auflage, Pearson Education, London.
- Mertens, P., Bodendorf, F., König, W. u.a.: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, jeweils in aktueller Auflage, Springer, Berlin, Heidelberg, New York.
- Werner, H.: Supply Chain Management (2020): Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, 7. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Laudon, K.C., Laudon, J.P., Schoder, D.: Wirtschaftsinformatik – Eine Einführung, jeweils in aktueller Auflage, Pearson Studium, München.
- Zusätzlich empfohlene Literatur:
- Albert, C. et al. (2006): ERP mit fortschrittlicher Produktionsplanung im Mittelstand – 14 Lösungen für das Supply Chain Management. Oxygon, München.
- Greb, A. et al. (2022): Logistik mit SAP S/4HANA: Das Handbuch mit den Funktionen von SAP zur Digital Supply Chain. Rheinwerk, Bonn.
- Klappauf, J.; Koch, M.; Lauterbach, B. (2017): Logistik mit SAP: Umfassender Überblick über alle Logistikfunktionen von SAP SCM und SAP ERP, inkl. Einführung in SAP S/4HANA. Rheinwerk, Bonn.
- Sinha, A.; Bernardes, E.; Calderon, R.; Wuest, T. (2020): Digital Supply Networks: Transform Your Supply Chain and Gain Competitive Advantage With Disruptive Technology and Reimagined Processes. McGraw Hill, New York.
- Stadtler, H.; Kilger, C.; Meyr, H.: Supply Chain Management and Advanced Planning (2016): Concepts, Models, Software and Case Studies. Springer, Berlin.

2.4 Controlling

(Betriebswirtschaft - berufsbegleitend, MBA, 13.03.2023)

Modulverantwortlich				Georg Koch			
Dozierende				Georg Koch			
Kurztitel des Moduls							
Lehr- und Prüfungssprache				Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen			
Deutsch				Masterprogramme BW			
Modultyp		Studiensemester		Angebotsturnus		Dauer	
Pflichtmodul		4. Fachsemester		WiSe		1	
ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG							
Zugangsvoraussetzungen		keine					
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit		grün unbedenklich					
ECTS, Notengewicht		5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 1					
Arbeitsleistung		125 Zeitstunden, davon 20 Stunden Präsenzzeit 2 SWS und 105 Stunden Eigenstudium					
Art der Lehrveranstaltung				Art und Umfang der Prüfungsleistung			
2 SWS Seminar				schriftliche Prüfung 90 Minuten			
INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE							
Inhalt des Moduls							
<p>In diesem Kurs werden zentrale Aufgaben und Funktionen des Controllings in Unternehmen behandelt. Controlling ist weit mehr als nur das Sammeln und Analysieren von Zahlen. Es ist ein strategisches Instrument, das Führungskräften hilft, fundierte Entscheidungen zu treffen, die Effizienz zu steigern und Unternehmensziele zu erreichen.</p> <p>Es werden verschiedene Methoden und Werkzeuge des Controllings vermittelt um operative und strategische Fragestellungen der Unternehmensführung zu adressieren. Dazu gehören Budgetierung, Kosten- und Leistungsrechnung sowie Kennzahlenanalyse. Dies beinhaltet auch eine Auseinandersetzung mit dem Controllinginstrumentarium zu Verankerung von Nachhaltigkeitsaspekten in Unternehmen.</p>							
Lehr- und Lernmethoden							
Lehrvortrag, Übungen in Gruppen- und Partnerarbeit							

Lernergebnisse

Fachkompetenzen

- Studierende werten Controlling als integraler Bestandteil des Managements und der Implementierung von Nachhaltigkeitsinitiativen
- Sie können die Besonderheiten der Anwendung des Controllinginstrumentariums in einem internationalen Kontext erklären.

Methodenkompetenzen

- Studierende können ausgewählte Instrumente des strategischen und operativen Controlling erklären
- Sie können ausgewählte Controlling-Instrumente wie Budgetierung, Kostenrechnung und Kennzahlensysteme praktisch anwenden und damit praktische betriebswirtschaftliche Fragestellungen lösen.
- Sie analysieren betriebswirtschaftliche Daten und Kennzahlen, um Stärken und Schwächen eines Unternehmens zu identifizieren.
- Sie können verschiedene Controlling-Methoden und -Werkzeuge bewerten und deren Eignung für unterschiedliche betriebliche Situationen kritisch einschätzen.
- Sie können fallbezogen ein geeignetes Instrumentarium für unternehmerische Anwendungsfälle kreieren.

Kommunikations- und Kooperationskompetenz:

- Studierende diskutieren kritisch kontroverse betriebswirtschaftliche Fragestellungen im Controlling und entwickeln fundierte Argumente im Dialog mit Fach- und Führungspersonal.

Literatur

Coenenberg, A. G.; Fischer, Th. M.; Günther, Th.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, jeweils in aktueller Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Friedl, G.; Hofmann, C.; Pedell, B. (2017): Kostenrechnung. Eine entscheidungsorientierte Einführung, 3. Auflage, Vahlen Verlag, München.

Reichmann, Th. (2017): Controlling mit Kennzahlen: Die systemgestützte Controlling-Konzeption mit Analyse- und Reportinginstrumenten, 9. Auflage, Vahlen Verlag, München.

Wellbrock, W., Ludin, D., Krauter, S. (2020): Nachhaltigkeitscontrolling: Instrumente und Kennzahlen für die strategische und operative Unternehmensführung, Springer Gabler, Wiesbaden.

Zusätzlich: aktuelle Artikel aus akademischen Fachzeitschriften mit Peer-Review Verfahren (z.B. Journal of Management etc.) nach Auswahl Dozent:in.

2.5 Organisation und Change Management

(Betriebswirtschaft - berufsbegleitend, MBA, 13.03.2023)

Modulverantwortlich				Prof. Dr. Hedwig Schmid			
Dozierende				Prof. Dr. Hedwig Schmid			
Kurztitel des Moduls							
Lehr- und Prüfungssprache				Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen			
Deutsch				Masterprogramme BW			
Modultyp		Studiensemester		Angebotsturnus		Dauer	
Pflichtmodul		3. Fachsemester		SoSe		1	
ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG							
Zugangsvoraussetzungen		keine					
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit		grün unbedenklich					
ECTS, Notengewicht		5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 1					
Arbeitsleistung		125 Zeitstunden, davon 20 Stunden Präsenzzeit 2 SWS und 105 Stunden Eigenstudium					
Art der Lehrveranstaltung				Art und Umfang der Prüfungsleistung			
2 SWS Seminar				Dokumentation 15 - 25 Seiten			

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

In diesem Kurs beschäftigen sich Studierende intensiv mit den Theorien, Modellen und praktischen Ansätzen, die Organisationen dabei helfen, sich in einem dynamischen und komplexen Umfeld erfolgreich zu behaupten und weiterzuentwickeln. Das Verständnis von Organisationen als soziale Systeme, die von Menschen gestaltet und verändert werden, steht im Zentrum der Betrachtungen. Es wird untersucht, wie Struktur, Kultur und Prozesse in Organisationen gestaltet werden können, um Effizienz und Innovationsfähigkeit zu fördern. Besonderes Augenmerk liegt auf Change-Management, also der gezielten Gestaltung und Steuerung von Veränderungsprozessen..

Teil 1

- Grundlagen der Organisation (Begriff, Ziele, Aufgaben)
- Theorien der Organisationsforschung

Teil 2

- Organisationsgestaltung (Aufbau-/Ablauforganisation, Traditionelle/Moderne/Agile Modelle)
- Organisationsstruktur der BIG5 (Amazon, Apple, Facebook, Google, Microsoft)

Teil 3

- Unternehmenskultur und Veränderung der Arbeitswelt
- Wandel von Organisationen (Change Management)
- Fallstudien zum Change-Management

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvortrag, Fachvorträge, Bearbeitung von Fallstudien und Reflexionseinheiten

Lernergebnisse

Fach- und Methodenkompetenzen:

- Die Studierenden können die grundlegenden Konzepte, Rahmenbedingungen, Handlungsfelder und Instrumente von Organisation & Organisationsentwicklung sowie Change Management beschreiben.
- Sie können ausgewählte Organisations- & Organisationsentwicklungsmethoden, -strategien, -konzepte und -instrumente erklären und beurteilen.
- Sie können organisations- und veränderungsbezogene Konzepte und Instrumente exemplarisch auf die Praxis anwenden und deren Möglichkeiten und Grenzen in der Praxis reflektieren.
- Sie können fallbezogene Analysen durchführen, Handlungsalternativen entwickeln, formulieren und exemplarisch anwenden.
- Sie entwickeln selbständig Ansätze zur Implementierung von Strategien in der Organisation und Organisationsentwicklung in nationalen und internationalen Kontexten.

Kommunikations- und Kooperationskompetenzen:

- Studierende können ihre eigene Meinung und Vorstellung mündlich und schriftlich präsentieren und mit anderen konstruktiv darüber diskutieren.
- Sie entwickeln und präsentieren gemeinsam mit anderen in Teams Problemlösungen.

Selbstkompetenzen:

- Studierende können ihre eigenen Stärken und Lernfelder identifizieren und reflektieren.
- Sie analysieren und bewerten ihre Vorgehensweisen beim Lernen und bei der Bearbeitung von Problemen und können sie weiterentwickeln.
- Sie reflektieren die Relevanz und Zusammenhänge der erlernten Ansätze, Verfahren und Methoden für die Praxis und können deren Möglichkeiten und Grenzen sowohl unternehmerisch als auch gesellschaftlich kritisch bewerten.

Literatur

Hehn, Svea und Johanna Rauls (2024): Achtsamkeit und emotionale Intelligenz in Organisationen. Agiles Arbeiten in Teams und Organisationskultur der Zukunft, München.

Hildebrandt, Ralf (2024): Die dynamikrobuste Organisation. Von echter Teamarbeit, Dynamikinseln und der Sackgasse Change Management, München.

Schreyögg, Georg und Daniel Geiger: Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Mit Fallstudien, jew. in aktueller Auflage, Wiesbaden.

Vahs, Dietmar: Organisation. Ein Lehr- und Managementbuch, jew. in aktueller Auflage, Stuttgart.

Vahs, Dietmar (2020): Workbook Change Management. Methoden und Techniken, 3. Auflage, Schäffer-Poeschel, Freiburg.

Zusätzlich: aktuelle Artikel aus akademischen Fachzeitschriften mit Peer-Review Verfahren (z.B. Journal of Management etc.) nach Auswahl Dozent:in.

2.6 Führung

(Betriebswirtschaft - berufsbegleitend, MBA, 13.03.2023)

Modulverantwortlich				Prof. Dr. Hedwig Schmid			
Dozierende				Prof. Dr. Hedwig Schmid, Dr. Rolf Eberwein			
Kurztitel des Moduls							
Lehr- und Prüfungssprache				Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen			
deutsch				Masterprogramme BW			
Modultyp		Studiensemester		Angebotsturnus		Dauer	
Pflichtmodul		3. Fachsemester		SoSe		1	
ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG							
Zugangsvoraussetzungen		keine					
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit		grün unbedenklich					
ECTS, Notengewicht		5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 1					
Arbeitsleistung		125 Zeitstunden, davon 20 Stunden Präsenzzeit 2 SWS und 105 Stunden Eigenstudium					
Art der Lehrveranstaltung				Art und Umfang der Prüfungsleistung			
2 SWS Seminar				Portfolio 20 - 30 Seiten			

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

Das Ziel des Kurses ist es, Studierenden die Werkzeuge und Methoden zu vermitteln, die Sie benötigen, um als Führungskraft effektiv und verantwortungsvoll agieren zu können. Es werden die verschiedenen Führungsstile und -modelle untersucht, sich mit der Dynamik von Teams beschäftigt und die Rolle der Führung in Veränderungsprozessen beleuchtet. Dabei wird im Kurs besonderer Wert auf die Reflexion und Weiterentwicklung der eigenen Führungskompetenzen gelegt. Durch Fallstudien, Gruppenarbeiten und praxisnahe Übungen erhalten Studierende die Möglichkeit, das Gelernte direkt anzuwenden und Ihre Fähigkeiten zu schärfen.

Teil 1

- Kennzeichnung von Führung und Führungstheorien
- Kommunikation als Führungsaufgabe
- Führungstechniken, -instrumente und Personalentwicklung (traditionell – modern – agil)
- Führung in Gruppen und Teams

Teil 2

- Führung in der Transformation (Umgang mit Krisen und Konflikten)
- Selbstführung und Resilienz

Teil 3

- Führung im Kontext internationaler Personalarbeit
- Fallstudienarbeit

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvortrag, Fachvortrag, Bearbeitung von Fallstudien und Reflexionseinheiten

Lernergebnisse

Fach- und Methodenkompetenzen:

- Die Studierenden beschreiben und beurteilen die grundlegenden Konzepte, Rahmenbedingungen, Handlungsfelder und Instrumente der Führung.
- Sie können die ausgewählten Führungsmethoden, -strategien, -konzepte und -instrumente erklären und exemplarisch auf Einzelpersonen, Gruppen und Organisationen in unterschiedlichen kulturellen Kontexten anwenden und deren Möglichkeiten und Grenzen reflektieren.
- Sie können fallbezogene Analysen durchführen, Handlungsalternativen entwickeln, formulieren und exemplarisch anwenden.
- Sie entwickeln selbständig Ansätze zur Implementierung von Strategien in der Führung.

Kommunikations- und Kooperationskompetenzen:

- Studierende können ihre eigene Meinung und Vorstellung verbal und schriftlich präsentieren und mit anderen konstruktiv darüber diskutieren.
- Sie entwickeln und präsentieren gemeinsam mit anderen in Teams oder allein Problemlösungen und können andere davon überzeugen.

Selbstkompetenzen:

- Studierende reflektieren ihre eigenen Interessen, Motive, Fähigkeiten und Lernfelder und schätzen ihre Führungseignung ein.
- Sie analysieren, bewerten und entwickeln ihre Vorgehensweisen beim Lernen und bei der Bearbeitung von Problemen. Darüber hinaus können sie eigene Stärken und Lernfelder identifizieren und reflektieren.
- Sie verstehen bzw. erkennen die Relevanz und Zusammenhänge der erlernten Ansätze, Verfahren und Methoden für die Praxis und können deren Möglichkeiten und Grenzen sowohl unternehmerisch als auch gesellschaftlich kritisch bewerten.

Literatur

Grote, Sven und Rüdiger Goyk (2018): Führungsinstrumente aus dem Silicon Valley. Konzepte und Kompetenzen, Springer, Berlin, Heidelberg.

Krizanits, Joana (2024): Leadership - Management - Führung. Die essentiellen Konzepte vom Industriezeitalter zur klimaneutralen Gesellschaft, Springer, Berlin, Heidelberg.

Schirmer, Uwe, Sabine Woydt: Mitarbeiterführung, jew. in aktueller Auflage, Springer, Berlin, Heidelberg.

Schwuchow, Karlheinz und Joachim Gutmann (2022): Hidden Champions HR. Personalmanagement der Weltmarktführer, Haufe, Freiburg.

Zusätzlich: aktuelle Artikel aus akademischen Fachzeitschriften mit Peer-Review Verfahren (z.B. Journal of Management etc.) nach Auswahl Dozent:in.

2.7 Markt, Internationalität und Kommunikation

(Betriebswirtschaft - berufsbegleitend, MBA, 13.03.2023)

Modulverantwortlich				Prof. Dr. Michael Hartmann			
Dozierende				Prof. Dr. Michael Hartmann			
Kurztitel des Moduls							
Lehr- und Prüfungssprache				Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen			
deutsch				Masterprogramme BW			
Modultyp		Studiensemester		Angebotsturnus		Dauer	
Pflichtmodul		1. Fachsemester		SoSe		1	
ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG							
Zugangsvoraussetzungen		keine					
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit		grün unbedenklich					
ECTS, Notengewicht		5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 1					
Arbeitsleistung		125 Zeitstunden, davon 20 Stunden Präsenzzeit 2 SWS und 105 Stunden Eigenstudium					
Art der Lehrveranstaltung				Art und Umfang der Prüfungsleistung			
2 SWS Seminar				praktische Studienarbeit 15 - 25 Seiten			

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

Der Kurs vermittelt vertiefte Kenntnisse für eine marktorientierte Unternehmensführung. Teilnehmende beschäftigen sich mit den Funktionsweisen verschiedener Märkte sowie deren Analyse sowohl im nationalen als auch internationalen Kontext. Dies beinhaltet die Auseinandersetzung mit Methoden zur Entwicklung marktgerechter Geschäftsmodelle und des Kundenmanagements. Darüber hinaus werden die Themen Markenaufbau, -positionierung, -kommunikation, und -pflege behandelt. Dies beinhaltet die Betrachtung von Unternehmens- und Produktmarken und schließt das Management von Markenportfolios ein.

Part 1: Markt

- Kennenlernen von Märkten und deren Funktionsweisen
- Analyse von Märkten und Positionierung
- Entwicklung nachhaltiger und marktorientierter Geschäftsmodelle
- Kundenmanagement

Part 2: Internationalität

- Gründe und Strategien der Internationalisierung
- Länderselektion und Markteintrittsstrategien

Part 3: Kommunikation

- Kommunikationspolitik im Rahmen des Marketing-Mix
- Markenmanagement
- Branding

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvortrag, Bearbeitung von Fallstudien in Gruppen

Lernergebnisse

Fach- und Methodenkompetenzen:

- Studierende erkennen die unterschiedlichen Funktionsweisen von Märkten und können diese mittels einschlägiger Methoden analysieren, um Wachstumsmöglichkeiten für Unternehmen zu identifizieren.
- Sie kennen die Erfolgsfaktoren eines nachhaltigen Geschäftsmodells in einem nationalen und internationalen Kontext und können marktorientierte Geschäftsmodelle kreieren, deren Passgenauigkeit beurteilen und Verbesserungsmöglichkeiten aufzeigen.
- Sie erproben in Fallstudien geeignete Maßnahmen für das Management von Kundenbeziehungen.
- Sie beurteilen Markenauftritte und zeigen begründet Verbesserungspotenziale auf.
- Sie erfassen komplexe Sachverhalte und erkennen immanente Problemstellungen durch Auswahl und Anwendung geeigneter Theorien und Modelle. Sie kreieren und bewerten Lösungswege für die Realisierung einer nachhaltigen und marktorientierten Unternehmensführung.

Kommunikations- und Kooperationskompetenzen:

- Studierende kommunizieren schriftlich und mündlich adäquat fachliche Problemstellungen, Analyseergebnisse und Lösungsmöglichkeiten.
- Sie arbeiten kooperativ in Gruppen und wägen unterschiedliche Ergebnisse in Bezug auf Analysen und Handlungsempfehlungen begründet ab.
- Sie reflektieren eigene und fremde Arbeitsergebnisse und kommunizieren wertschätzend Kritik.

Selbstkompetenz:

- Studierende schätzen ihre eigenen Stärken und Schwächen im Hinblick auf ihre Fähigkeit strategische Entscheidungen im Unternehmenskontext zu treffen ein.

Literatur

Amit, R., Zott, C. (2001): Value Creation in E-Business. Strategic Management Journal, 22, 493-520.
<http://dx.doi.org/10.1002/smj.187>

Backhaus, K., Voeth, M.: Industriegütermarketing, jeweils in aktueller Auflage, München, Verlag Franz Vahlen.

Backhaus, K., Voeth, M., Bertels, V. und Nikula, A.: Internationales Marketing, jeweils in aktueller Auflage, Schäffer Poeschel, Stuttgart.

Berndt, R., Fantapié Altobelli, C. und Sander, M. (2016): Internationales Marketing-Management, 5. Auflage, Springer-Gabler, Wiesbaden.

Burmann, C., Halaszovich, T., Hemmann, F.: Identitätsbasierte Markenführung, jeweils in aktueller Auflage, Wiesbaden, Springer Gabler.

Esch, F.-R.: Strategie und Technik der Markenführung, jeweils in aktueller Auflage, München, Vahlen.

Esch, F.-R., Tomczak, T., Kernstock, J., Langner, T., Redler, J. (Hrsg.) (2019): Corporate Brand Management: Marken als Anker strategischer Führung von Unternehmen, 4. Auflage, Wiesbaden, Springer Gabler.

Kotler, P., Keller, L.K., Opresnik, M.O.: Marketing-Management, Konzepte, Instrumente, Unternehmensfallstudien, jeweils in aktueller Auflage, München, Pearson.

Kuß, A., Kleinaltenkamp, M. (2015): Marketing-Einführung, 7. Aufl., Wiesbaden, Springer Gabler..

Jones, B., Richardson, A. (2007): The Myth of the Marketing Revolution, Journal of Macromarketing, 27, 1, 15-24, DOI: 10.1177/0276146706296708.

Osterwalder, A., Pigneur, Y.: Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challenger, 2011, New Jersey, Wiley.

Zusätzlich: aktuelle Artikel aus akademischen Fachzeitschriften mit Peer-Review Verfahren (z.B. Journal of Management etc.) nach Auswahl Dozent:in.

2.8 Innovationsmanagement

(Betriebswirtschaft - berufsbegleitend, MBA, 13.03.2023)

Modulverantwortlich				Prof. Dr. Gunther Herr			
Dozierende				Prof. Dr. Gunther Herr			
Kurztitel des Moduls							
Lehr- und Prüfungssprache				Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen			
deutsch				Masterprogramme BW			
Modultyp		Studiensemester		Angebotsturnus		Dauer	
Pflichtmodul		2. Fachsemester		WiSe		1	
ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG							
Zugangsvoraussetzungen		keine					
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit		grün unbedenklich					
ECTS, Notengewicht		5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 1					
Arbeitsleistung		125 Zeitstunden, davon 20 Stunden Präsenzzeit 2 SWS und 105 Stunden Eigenstudium					
Art der Lehrveranstaltung				Art und Umfang der Prüfungsleistung			
2 SWS Seminar				praktische Studienarbeit 15 - 25 Seiten			

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

In diesem Kurs werden Prinzipien, Methoden und Herausforderungen des Innovationsmanagements behandelt. Das Ziel ist es, Studierenden die Werkzeuge und das Wissen zu vermitteln, um Innovationen in Unternehmen erfolgreich zu identifizieren, zu entwickeln und zu implementieren. Dafür werden sich Studierende mit verschiedenen Innovationsstrategien, Kreativitätstechniken und den organisatorischen Rahmenbedingungen beschäftigen, die nötig sind, um Innovationen von der Idee bis zur Marktreife zu führen. Es werden sowohl theoretische Konzepte als auch praxisnahe Fallstudien analysiert, um ein umfassendes Verständnis zu entwickeln.

Inhalt:

- Umfassende Geschäftsmodell-Analyse und - Entwicklung mit den Welt-Innovationssäulen zur Unternehmens-Transformation
- WOIS System-Modell
- Innovationsroadmaps und Frontleveling
- Gesetzmäßigkeiten der Höherentwicklung
- Innovative Lösungen mit dem Widerspruchsmodell
- Innovations-Entwicklungs-Prozess
- Architektur von Angebotsportfolios
- Verbindung agiler Methoden mit strategischer Planung
- Potenziale und Grenzen kollaborativer Methoden
- Potenziale digitaler Innovation

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvortrag, Bearbeitung von Fallbeispielen

Lernergebnisse

Fach- und Methodenkompetenzen:

Nach der erfolgreichen Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage

- die Philosophie, Kultur, Strategie und Arbeitsprozesse zur Gestaltung von umfassenden, nachhaltigen und zukunftsfähigen Business Innovationen zu verstehen und anzuwenden. aus einem Portfolio zielorientiert Methoden für Innovationsprojekte anzuwenden und effektiv zu managen.
- strategische Orientierungsmittel zur Erhöhung der Argumentations- und Prognosesicherheit für innovative Geschäftsentwicklungsstrategien anzuwenden
- die Eignung von Methoden für bestimmte Fragestellungen zu beurteilen
- ein kombiniertes Digital Mindset mit Change-Management Know-How zur Initiierung und Implementierung von Transformationsprozessen zu entwickeln.

Kommunikations- und Kooperationskompetenzen:

- Studierende könnengewonnene Erkenntnisse auf ihre Kompetenz zur Stärkung der Innovationskraft von Teams übertragen.
- Studierende verstehen wesentliche Aspekte der interdisziplinären Zusammenarbeit und analysieren teamdynamische Effekte

Literatur

Ahrend, K. M., Redmann, K. (2023) Innovationsökosysteme: Netzwerke nutzen und Innovationskraft steigern, 1. Auflage, Schäffer Poeschel, Stuttgart.

Disselkamp, M., Innovationsmanagement: Instrumente und Methoden zur Umsetzung in Unternehmen, jeweils in aktueller Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.

Falcke, L., Zobel, A.-K., Comello D. (2023): How firms realign to tackle the grand challenge of climate change: An innovation ecosystems perspective, Journal of Product Innovation Management, 42:1, p. 403-427.

Gordon, G., Nelke, A. (Hrsg.) (2016): CSR und Nachhaltige Innovation: Zukunftsfähig durch soziale, ökonomische und ökologische Innovationen, Springer Gabler, Wiesbaden.

Zusätzlich: aktuelle Artikel aus akademischen Fachzeitschriften mit Peer-Review Verfahren (z.B. Journal of Management etc.) nach Auswahl Dozent:in.

3.1 Projekt

(Betriebswirtschaft - berufsbegleitend, MBA, 13.03.2023)

Modulverantwortlich				Prof. Dr. Felix Weispfenning			
Dozierende				Prof. Dr. Felix Weispfenning			
Kurztitel des Moduls							
Lehr- und Prüfungssprache				Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen			
deutsch				Masterprogramme BW			
Modultyp		Studiensemester		Angebotsturnus		Dauer	
Pflichtmodul		2. Fachsemester		WiSe		1	
ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG							
Zugangsvoraussetzungen		keine					
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit		grün unbedenklich					
ECTS, Notengewicht		5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 1					
Arbeitsleistung		125 Zeitstunden, davon 20 Stunden Präsenzzeit 2 SWS und 105 Stunden Eigenstudium					
Art der Lehrveranstaltung				Art und Umfang der Prüfungsleistung			
2 SWS Seminar				Portfolio 20 - 30 Seiten			

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

In dem Modul wird die Planung, Durchführung und Evaluation unterschiedlicher unternehmerischer Aktivitäten in einem internationalen Kontext anhand eines Live-Case oder alternativ als Simulation behandelt. Die Studierenden lösen in Gruppenarbeiten ein reales Unternehmensproblem und werden dabei mit unterschiedlichen betriebswirtschaftlichen Themenkomplexen konfrontiert. Folgende Themenkomplexe werden behandelt:

- Administration: Denken in betriebswirtschaftlichen Alternativen, unterschiedliche Marktsituationen und Marktergebnisse richtig interpretieren und in zielorientierte Entscheidungen umsetzen
- Beschaffung und Lagerhaltung: Berechnung optimaler Bestellmengen
- Produktion: Investitions- und Desinvestitionsentscheidungen, Auslastungsplanung, Personalplanung
- Vertrieb: Analyse der Markt- und Wettbewerbssituation unter Berücksichtigung interkultureller Aspekte, Planung der Marketingausgaben, Analyse der Marktforschungsberichte, Festlegung der Preispolitik
- Finanzen: Finanzplanung, Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanzanalyse

Lehr- und Lernmethoden

Fachvortrag, Projektarbeit mit Exkursion (optional), Simulation

Lernergebnisse

Fachkompetenzen:

- Die Studierenden können den Prozess zur Erstellung und Umsetzung einer internationalen Unternehmensstrategie erklären.
- Sie sind in der Lage Marktsituationen und Marktergebnisse richtig zu interpretieren und in zielorientierte Entscheidungen umzusetzen.

Methodenkompetenzen:

- Die Studierenden können einfache Sachverhalte aus der Strategiefindung abstrahieren und unter Anwendung theoretischer Konzepte selbstständig analysieren, Problemfelder erkennen und Handlungsempfehlungen entwickeln.

Kommunikations- und Kooperationskompetenz:

- Die Studierenden können fachbezogene Strategien und Problemlösungen präsentieren und argumentativ verteidigen.
- Sie können Gruppenentwicklungsprozesse steuern und Konflikte in kollektiven Arbeitsprozessen erkennen und konstruktiv bewältigen.

Selbstkompetenz:

- Die Studierenden erkennen Zusammenhänge zwischen unternehmensinternen und externen Entscheidungsbereichen und reflektieren die Folgen von Managemententscheidungen und unternehmerischem Handeln im gesellschaftlichen Kontext.

Literatur

Alfons Rempe, Kurt Klösters, Christoph Slaby (2006): Das Planspiel als Entscheidungsfindung, 2. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart.

Andreas Klein, Markus Kottbauer (2017): Strategien erfolgreich entwickeln und umsetzen, Haufe, Freiburg.

Zusätzlich: aktuelle Artikel aus akademischen Fachzeitschriften mit Peer-Review Verfahren (z.B. Journal of Management etc.) nach Auswahl Dozent:in.

3.2 Seminar

(Betriebswirtschaft - berufsbegleitend, MBA, 13.03.2023)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Felix Weispfenning		
Dozierende	Prof. Dr. Felix Weispfenning		
Kurztitel des Moduls			
Lehr- und Prüfungssprache	Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen		
deutsch	Masterprogramme BW		
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	3. Fachsemester	SoSe	1

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangsvoraussetzungen	keine
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	grün unbedenklich
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 1
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 20 Stunden Präsenzzeit 2 SWS und 105 Stunden Eigenstudium
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung
2 SWS Seminar	praktische Studienarbeit 15 - 25 Seiten

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls
<p>Das Seminar bereitet auf die Erstellung der Abschlussarbeit auf Masterniveau vor und dient als Ort der Reflexion wissenschaftlichen Arbeitens bei der Lösung praktischer Herausforderungen im Management.</p> <p>Anhand von ausgewählter Literatur werden Strukturen akademischer Diskurse erörtert, Strategien für die eigenständige theoretische und/oder praktische Bearbeitung einer Aufgabe mit Bezug zu einer (unternehmerischen) Problemstellung entwickelt und der wissenschaftlich kritische Umgang mit unterschiedlicher Literatur vertieft.</p>
Lehr- und Lernmethoden
Lehrvortrag, Diskussion, Reflektionseinheit

Lernergebnisse

Methodenkompetenzen:

- Studierende können für die Bearbeitung von (praktischen) Problemstellungen adäquate Theorien und Modelle bestimmen sowie für den Einbezug wissenschaftlicher Erkenntnisse bei der Problembearbeitung geeignete akademische Fachdiskurse identifizieren.
- Sie können einschlägige Methoden der empirischen Managementforschung erklären und deren Geeignetheit für die Anwendung konkreter Problem- bzw. Fragestellungen bewerten.
- Sie können die Durchführung empirischer Studien im Hinblick auf die Einhaltung der Gütekriterien wissenschaftlichen Arbeitens bewerten und Handlungsempfehlungen erarbeiten. Dies umfasst auch die Einordnung der Güte unterschiedlicher Quellen für wissenschaftliche Zwecke.

Kommunikations- und Kooperationskompetenzen:

- Studierende können auf Basis argumentativer Rede Sachverhalte begründen und begründet in Frage stellen.
- Sie beurteilen wissenschaftliche Arbeiten im Diskurs und üben konstruktiv Kritik.

Selbstkompetenzen:

- Studierende entwickeln ihren wissenschaftlichen Ethos und wenden wissenschaftliche Theorien und Modell zu Analyse von Problemen an.

Literatur

Baumgarth, C., Eisend, M., Evanschitzky, H. (Hrsg.) (2009): Empirische Mastertechniken, , Springer Gabler.

Chalmers, Alan F. (2006): Wege der Wissenschaft. Einführung in die Wissenschaftstheorie, Berlin Heidelberg: Springer Verlag.

Kieser, Alfred, Leiner, Lars (2009): Why the Rigour–Relevance Gap in Management Research Is Unbridgeable, *Journal of Management Studies*, 46:3, 516-533.

Sandberg, Berit: Wissenschaftliches Arbeiten von Abbildung bis Zitat. Lehr- und Übungsbuch für Bachelor, Master und Promotion. Jeweils in aktueller Auflage. München: De Gruyter Oldenbourg.

Whetten, David (1989): What Constitutes a Theoretical Contribution, *Academy of Management Review*, Vol. 14, No. 4, 490-495.

Zusätzlich: aktuelle Artikel aus akademischen Fachzeitschriften mit Peer-Review Verfahren (z.B. *Journal of Management* etc.) nach Auswahl Dozent:in.

3.3 Workshop Best Practice

(Betriebswirtschaft - berufsbegleitend, MBA, 13.03.2023)

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Roland Hertrich		
Dozierende	Prof. Dr. Roland Hertrich		
Kurztitel des Moduls			
Lehr- und Prüfungssprache	Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen		
deutsch	Masterprogramme BW		
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	1. Fachsemester	SoSe	1

ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG

Zugangsvoraussetzungen	keine		
Gefährungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	grün unbedenklich		
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 1		
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 20 Stunden Präsenzzeit 2 SWS und 105 Stunden Eigenstudium		
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung		
2 SWS Seminar	Portfolio 20 - 30 Seiten		

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

Gegenstand des Kurses ist die strukturierte Auseinandersetzung mit besonders erfolgreichen Beispielen aus der Betriebswirtschaftslehre. Studierende befassen sich mit der Beschreibung, dem Verstehen und Übertragen von Erfolgskonzepten in der unternehmerischen Praxis auf neue Anwendungsbereiche bzw. das eigene Unternehmen. Es geht dabei immer um das Erkennen von Erfolgsfaktoren und das Übertragen in das eigene Arbeitsfeld.

Die konkreten Best Practices werden kursweise festgelegt und können sich dabei auf Managementmethoden, Prozesse und Organisationsstrukturen von Unternehmen beziehen. Es wird Wert auf Aktualität und Vielseitigkeit in Bezug auf Wirtschaftsbereiche, Branchen und Unternehmenskontexte gelegt.

Lehr- und Lernmethoden

Bearbeitung von Fallbeispielen, Diskussionen und Reflexionseinheiten.

Lernergebnisse

Fachkompetenzen:

- Die Studierenden können Prinzipien und Vorgehensweisen der Erfolgsfaktorenforschung erklären. Sie können anhand realer Beispiele aus der Unternehmenspraxis Erfolgsfaktoren identifizieren, abstrahieren und auf neue Anwendungsbereiche adaptieren.

Kommunikations- und Kooperationskompetenzen:

- Die Studierenden stellen Befunde von Analysen und Lösungsvorschläge schriftlich und mündlich kompetent dar.
- Sie sind in der Lage, ihre Meinung argumentativ darzulegen und gegenüber Dritten zu vertreten. Sie hinterfragen Analysen und abgeleitete Handlungsempfehlungen Dritter kritisch.
- Sie erkennen konfliktreiche Situationen in Gruppendynamischen Prozessen und ergreifen Maßnahmen zur Herbeiführung konsensueller Lösungen.

Selbstkompetenzen:

- Die Studierenden entwickeln eine eigene verantwortungsbewusste Position zu aktuellen Managementherausforderungen und etablierten bzw. aktuellen Lösungswegen.
- Sie reflektieren die Wechselwirkungen unternehmerischer Entscheidungen und deren gesellschaftlicher Auswirkungen.
- Sie vertreten eine konkrete Position zu Möglichkeiten und Grenzen der Anwendung wissenschaftlicher Methoden auf praktische Fragestellungen.
- Sie reflektieren methodische und inhaltliche Kritikpunkte der Erfolgsfaktorenforschung und hinterfragen auf dieser Basis selbst erarbeitete Handlungsempfehlungen.

Literatur

- Baumgarth, C., Eisend, M., Evanschitzky, H. (2009) Empirische Mastertechniken, , Springer Gabler.
- Esberger, D. (2004): Erfolgsfaktoren und deren Messung, Arbeitspapier Uni Klagenfurt.
- Helm, S.; Günter, B.: Kundenwert: Grundlagen - innovative Konzepte - Praktische Anwendungen, jew. in aktueller Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Homburg, Ch.: Grundlagen des Marketingmanagements, jeweils in aktueller Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Töpfer, A. (2020): Strategische Positionierung und Kundenzufriedenheit, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Lennartz, W. (2016): Kundenwert im wertorientierten Management, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Zusätzlich: aktuelle Artikel aus akademischen Fachzeitschriften mit Peer-Review Verfahren (z.B. Journal of Management etc.) nach Auswahl Dozent:in.

4.1 Wirtschaftsethik

(Betriebswirtschaft - berufsbegleitend, MBA, 13.03.2023)

Modulverantwortlich	Dr. Alexander Braml		
Dozierende	Dr. Alexander Braml		
Kurztitel des Moduls			
Lehr- und Prüfungssprache	Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen		
deutsch	Masterprogramme BW		
Modultyp	Studiensemester	Angebotsturnus	Dauer
Pflichtmodul	4. Fachsemester	WiSe	1
ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG			
Zugangsvoraussetzungen	keine		
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit	grün unbedenklich		
ECTS, Notengewicht	5 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 1		
Arbeitsleistung	125 Zeitstunden, davon 20 Stunden Präsenzzeit 2 SWS und 105 Stunden Eigenstudium		
Art der Lehrveranstaltung	Art und Umfang der Prüfungsleistung		
2 SWS Seminar	Portfolio 20 - 30 Seiten		

INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE

Inhalt des Moduls

Im Rahmen der Veranstaltung zur Wirtschaftsethik stehen folgende Fragen und Schwerpunkte im Mittelpunkt:

Was ist Wirtschaftsethik an sich? Welche Denkmodelle im Bereich der Wirtschafts-/ Unternehmensethik im deutschsprachigen Raum sowie im internationalen Kontext gibt es und was sind wesentliche Unterschiede? Wie können wirtschaftliche Entscheidungen in Unternehmen und externe Anforderungen an die Verantwortung von Unternehmen mit normativen Modellen hinterlegt werden und warum ist dies notwendig? Wie gestaltet sich das Reporting (Nachhaltigkeitsberichterstattung) im Rahmen von ESG? Wie reagieren, wie sollten oder wie müssen Entscheidungsträger in Unternehmen auf den stattfindenden und notwendigen Wandel auch international reagieren?

Im Fokus stehen dabei neben allgemein ethischen Ansätzen und Paradigmen die Erkenntnisziele Begründung, Erklärung und Gestaltung. Begriffe wie Globalisierung, internationale Kompetenz, Nachhaltigkeitsmanagement und unternehmerische Verantwortung werden gemeinsam umfassend erarbeitet und diskutiert.

Lehr- und Lernmethoden

Lehrvortrag, Einzel- und Gruppenreflexion, Diskussion.

Lernergebnisse

Fach- und Methodenkompetenzen:

- Studierende können die großen ethischen Paradigmen erklären und erstellen daraus resultierende moralische Forderungen an private und berufliche Handlungen.
- Sie reflektieren kritisch deutschsprachige sowie internationale Theorien der Wirtschafts-/ Unternehmensethik und in diesem Kontext die relevanten Begrifflichkeiten Globalisierung, Nachhaltigkeit/ESG und (unternehmerischer) Verantwortung für das Management von Unternehmen.
- Sie analysieren und bewerten Managemententscheidungen auf Basis (ethischer) verantwortungsbewusster Reflexion und mit Bezug zum gesellschaftlichen Kontext. Dies beinhaltet die Entwicklung von Handlungsstrategien für nachhaltige Unternehmen.

Kommunikations- und Kooperationskompetenzen:

- Studierende können Ansichten in Gruppen auf Basis argumentativer Rede überzeugend begründen und widerlegen. Dies beinhaltet das Erkennen und Entwickeln von Argumentationsstrategien in Diskussionen.
- Sie erkennen Konfliktpotenziale in Gruppen und erarbeiten Lösungen für ein produktives Miteinander.
- Sie vermitteln bei divergierenden Ansichten.

Selbstkompetenzen:

- Sie entwickeln eine eigene ethisch moralisch reflektierte Sach- und Handlungskompetenz und sind sich ihrer Handlungsfolgen in Bezug auf Unternehmen, Gesellschaft und natürliche Umwelt bewusst.

Literatur

Braml, Alexander (2021): Sinnstiftung in Unternehmen ermöglichen. Zur Notwendigkeit normativ-ethischer und moral-psychologischer Fundierung von Managementkonzepten, Marburg.

Höffe, Otfried (2013): Ethik – Eine Einführung, C.H. Beck, München.

van Aaken, Dominik und Schreck, Philipp (Hrsg.) (2015): Theorien der Wirtschafts- und Unternehmensethik, 6. Auflage, Suhrkamp, Berlin.

Zusätzlich: aktuelle Artikel aus akademischen Fachzeitschriften mit Peer-Review Verfahren (z.B. Journal of Management etc.) nach Auswahl Dozent:in.

5.0 Abschlussarbeit

(Betriebswirtschaft - berufsbegleitend, MBA, 13.03.2023)

Modulverantwortlich				Betreuerin bzw. Betreuer nach Auswahl			
Dozierende				Betreuerin bzw. Betreuer nach Auswahl			
Kurztitel des Moduls							
Lehr- und Prüfungssprache				Verwendbarkeit in Studienrichtungen / weiteren Studiengängen			
deutsch				Masterprogramme BW			
Modultyp		Studiensemester		Angebotsturnus		Dauer	
Pflichtmodul		5. Fachsemester		WiSe und SoSe		1	
ARBEITS- UND PRÜFUNGSLEISTUNG							
Zugangsvoraussetzungen		Siehe Studien- und Prüfungsordnung					
Gefährdungsgrad in Schwangerschaft und Stillzeit		grün unbedenklich					
ECTS, Notengewicht		20 ECTS, Gewicht in der Abschlussnote: Faktor 3					
Arbeitsleistung		500 Zeitstunden, davon 0 Stunden Präsenzzeit 0 SWS und 500 Stunden Eigenstudium					
Art der Lehrveranstaltung				Art und Umfang der Prüfungsleistung			
				Masterarbeit, 60 - 80 Seiten			
INHALT, METHODEN, ZIELE UND ERGEBNISSE							
Inhalt des Moduls							
<p>Die Abschlussarbeit stellt den abschließenden und zugleich zentralen Bestandteil des Studiengangs dar. Sie bietet den Studierenden die Gelegenheit, das im Verlauf des Studiums erworbene Wissen und die entwickelten methodischen Fähigkeiten in einem eigenständigen wissenschaftlichen Projekt anzuwenden und zu vertiefen. Im Rahmen der Abschlussarbeit sollen die Studierenden zeigen, dass sie in der Lage sind, ein spezifisches Thema innerhalb ihres Fachgebiets eigenverantwortlich zu bearbeiten und die Ergebnisse klar, präzise und wissenschaftlich fundiert darzustellen. Studierenden leisten damit einen Beitrag zu einem aktuellen akademischen Diskurs in einem Fachgebiet.</p>							
Lehr- und Lernmethoden							

Lernergebnisse

Fach- und Methodenkompetenzen:

- Studierende analysieren komplexe fachliche Fragestellungen ihres Studienbereichs und entwickeln und bewerten kritisch wissenschaftlich fundierte Lösungsansätze.
- Sie beherrschen fortgeschrittene wissenschaftliche Methoden und sind in der Lage, diese gezielt zur Lösung einer Forschungsfrage einzusetzen, die erhobenen Daten auszuwerten und die Ergebnisse methodisch korrekt zu interpretieren.

Kommunikations- und Kooperationskompetenzen:

- Studierende zeigen die Fähigkeit zur Zusammenarbeit in wissenschaftlichen Netzwerken, indem sie ihre Arbeitsergebnisse in geeigneter Weise präsentieren und konstruktives Feedback von Peers und Betreuern in den Forschungsprozess integrieren.

Selbstkompetenzen:

- Studierende entwickeln ein hohes Maß an Selbstorganisation und Reflexionsfähigkeit, indem sie eigenverantwortlich den Forschungsprozess strukturieren, Zeitmanagement effektiv umsetzen und ihre Arbeitsweise regelmäßig kritisch hinterfragen.

Literatur

Themenspezifische Auswahl



Hochschule für angewandte Wissenschaften Coburg
Friedrich-Streib-Str. 2
96450 Coburg
www.hs-coburg.de