

Modul-Name		Unternehmensführung in Marktwirtschaften			
Modul-Koordination Prof. Dr. Bernd Richter		Start <input checked="" type="checkbox"/> WS <input checked="" type="checkbox"/> SoSe	Modul-Kürzel/Nr. GM_UFM	ECTS-Punkte 8	Workload 240
Fakultät		Dauer <input type="checkbox"/> 1 Sem. <input checked="" type="checkbox"/> 2 Sem.	SWS 8	Kontaktzeit 120	Selbststudium 120
Einsatz im Studiengang		Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	SPO-Version/Jahr
General Management		MBA	PM	1	2012
Human Capital Management		MBA	PM	1	2012
Prüfungsleistungen		Benotete Prüfung	Unbenotete Prüfung	Unben. Leistungsnachweis	Zusammensetzung der Endnote
Modulprüfung (MP)					
Modulteilprüfung (MTP)		M15/M15/K60/K60	-	-	(MTP1+2+3+4) / 4
Lern-/Qualifikationsziele		<p> Kennen lernen der Funktions- und Überlebensbedingungen privatwirtschaftlicher Unternehmen unter marktwirtschaftlichen Bedingungen / Verstehen grundlegender realer und finanzwirtschaftlicher Zusammenhänge im Kontext von Globalisierungsprozessen / Verstehen der fundamentalen Bedeutung des Unternehmenssektors in einer Ökonomie / Erkennen der Wechselwirkungen zwischen aktiver Gestaltung der Globalisierung durch Unternehmer und deren Rückwirkungen auf Entscheidungsprozesse im Unternehmen / Beurteilen aktueller Diskussionen und weltwirtschaftlicher Trends im Hinblick auf mögliche Auswirkungen auf das eigene Unternehmen Die Studierenden sind in der Lage, aktuelle Diskussionen weltwirtschaftlicher Entwicklungen nachzuvollziehen und deren Relevanz für das eigene Unternehmen zu beurteilen. Sie können ihr Wissen einsetzen, um das wirtschaftliche Umfeld, in dem sie handeln besser einschätzen zu können sowie um mögliche Auswirkungen ökonomischer Veränderungen auf unternehmerische Entscheidungsprozesse vorwegzunehmen. Die Studierenden sind in der Lage, den theoretischen Bezugsrahmen der Unternehmensplanung zu überblicken, eine kritische Auswahl unter den relevanten Planungs- und Kontrollkonzepten durchzuführen, die Methoden und Verfahren problemadäquat einzusetzen und die Schnittstellen zu anderen betrieblichen Funktionsbereichen zu erkennen. Sie bekommen Einsicht in die Wirkungsweise eines integrierten Planungs- und Kontrollsystems, erkennen den Gesamtzusammenhang eines unternehmerischen Planungssystems, kennen die Differenzierung zwischen operativen und strategischen Planungen und kennen strategische Unternehmensführung als zentrales Handlungskonzept im internationalen Wettbewerb. Sie können Techniken und Instrumente vergleichen sowie Verbesserungen in die Unternehmenspraxis umsetzen. Die Studierenden sind in der Lage, den Aufgabenbereich des Controllings zu erfassen, Methoden & Verfahren problemadäquat einzusetzen, die Schnittstellen zu anderen betrieblichen Funktionsbereichen (auch zum eigenen Bereich) zu erkennen. Sie können das Wissen und die Fertigkeiten einsetzen bei der betriebswirtschaftlichen Beurteilung von Entscheidungssituationen, im Umgang mit der Controllingabteilung sowie bei Planungsaufgaben. </p>			
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)		Lehr- und Lernmethoden		Teilnahmevoraussetzung	
Fachkompetenz	2	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung	<input checked="" type="checkbox"/> Übung	Sinnvoll zu kombinieren mit	
Methodenkompetenz	1	<input type="checkbox"/> Labor	<input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium		
Sozial-/Selbstkompetenz	3	<input type="checkbox"/> Hausarbeit	<input checked="" type="checkbox"/> Workshop, Seminar	Als Vorkenntnis erforderlich für	
		<input type="checkbox"/> Projektarbeit	<input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges: Literaturstudium		

Teilmodul/Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt
Grundlagen der Unternehmensführung Prof. Dr. Bernd Richter		2	2	Historische Genese liberalistischer Wirtschaftsordnungen / Interessen im Wirtschaftsprozess: Rechtliche Rahmenbedingungen / Unternehmensführung als Systemsteuerung / Managementtheorie und -praxis
Volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen Dr. Christian Fahrholz		2	2	Grundlagen der ökonomischen Analyse / Internationalisierung des Handels und Protektionismus aus der Unternehmensperspektive / Internationalisierung der Arbeits- und Kapitalmärkte und ihre Rückwirkungen auf unternehmerische Produktionskosten/-strukturen / Vertikale bzw. horizontale Integration und Outsourcingstrategien in der internationalisierten Produktion / Die Rolle der Finanzmärkte für die Finanzierung unternehmerischer Investitionspläne / Diskussion aktueller Trends und Themen
Strategisches Management Prof. Dr. Werner Fees		2	2	System, Prozesse, Modelle der operativen Planung und Kontrolle / Konzepte, Prozesse, Aufgaben des strategischen Managements / Strategische Unternehmensziele / Instrumente der strategischen Planung und Kontrolle / Implementierung von Strategien / Strategie

				und Wettbewerbsfähigkeit
Controlling Prof. Dr. Olaf Hoffmann		2	2	Das Aufgabenspektrum des Controllings / Planung, Kontrolle, Berichtswesen / der Controller in der Organisation
Literatur/Medien	<p> Drucker, P.F.: Die Kunst des Managements, München 2000 Kets de Vries, M.: Das Geheimnis erfolgreicher Manager, München 2002 Malik, F.: Systemisches Management, Evolution, Selbstorganisation, 2., überarb. Aufl., Bern 2000 Steinmann, H.; Schreyögg, G.: Management, 6., vollst. überarb. Aufl., Wiesbaden 2005 Mankiw, N. G.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre (3. Auflage) Stuttgart 2003 Schäfer Poeschel Steinmann, H. / Schreyögg, G.: Management, 6.Auflage, Gabler Verlag Wiesbaden 2005 Peters, G. / Pfaff, D.: Controlling, Versus Verlag Zürich 2005 Johnson, G. / Scholes, K. / Whittington, R.: Exploring Corporate Strategy, Text & Cases, 7th edition, Pearson / Prentice Hall 2005 Lombriser, R. / Abplanalp, P.A.: Strategisches Management, Versus Verlag Zürich 2004 Müller-Stewens, G. / Lechner, C.: Strategisches Management, 3. Auflage, Schäfer Poeschel, Stuttgart 2005 Malik, F.: Führen, Leisten, Leben, DVA Verlag 2004 Weber, Jürgen : Einführung in das Controlling, 9. Auflage, Stuttgart 2002 </p>			
Letzte Aktualisierung	28.01.2015			

Modul-Name		Wertorientiertes Management			
Modul-Koordination		Start <input checked="" type="checkbox"/> WS <input checked="" type="checkbox"/> SoSe	Modul-Kürzel/Nr. GM_WOM	ECTS-Punkte 8	Workload 240
Fakultät WS		Dauer <input type="checkbox"/> 1 Sem. <input checked="" type="checkbox"/> 2 Sem.	SWS 8	Kontaktzeit 120	Selbststudium 120
Einsatz im Studiengang		Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	SPO-Version/Jahr
General Management		MBA	PM	1	2012
Human Capital Management		MBA	PM	1	2012
Prüfungsleistungen		Benotete Prüfung	Unbenotete Prüfung	Unben. Leistungsnachweis	Zusammensetzung der Endnote
Modulprüfung (MP)					
Modulteilprüfung (MTP)		Jeweils K90	-	-	(MTP1 + MTP2)/2
Lern-/Qualifikationsziele		<p>Die Studierenden sollen den Grund und das Ziel des (internen und externen) Rechnungswesens erkennen und verstehen. Sie lernen die Strukturelemente, die Aufgaben, die Prinzipien und Methoden der beiden Teile des Rechnungswesens kennen. Insbesondere kennen sie im Rahmen des externen Rechnungswesens die Buchungstechnik, Fragen der Bewertung, die Erstellung des Jahresabschlusses, die Inhalte von Anhang und Lagebericht, die Wirkungen von Verhaltensoptionen bei der Bilanzierung und einfache Ansätze der Bilanzanalyse.</p> <p>Die Studierenden kennen die wichtigen Einsatzbereiche, die zentralen Fragestellungen, die Datenbasis und die spezifische Begriffswelt des internen Rechnungswesens. Sie sind in der Lage, den Aufgabenbereich und die Ziele der Kostenrechnung zu erfassen, die kritischen Annahmen der Kostenrechnung zu identifizieren, die Methoden und Verfahren problemadäquat einzusetzen sowie die Schnittstellen zu anderen betrieblichen Funktionsbereichen zu erkennen. Die Studierenden können das Wissen und die Fertigkeiten einsetzen bei der wirtschaftlichen Beurteilung von Prozessen und Ergebnissen, bei der Ermittlung von Angebotspreisen für Kunden, bei Fragen nach Preisober-/untergrenzen sowie bei Planungsaufgaben. Die Studierenden lernen die Investitionsrechnung als Entscheidungsmodell kennen, erhalten die statischen und dynamischen Investitionsverfahren vermittelt und setzen sich mit den Grenzen ihrer Umsetzung in der Praxis auseinander. Sie sollen Fragen der Vorteilhaftigkeit und Vorzuehenswürdigkeit von Investitionsentscheidungen lösen können, die ökonomische Bedeutung von Investitionsketten beurteilen können sowie sich auch mit Modellerweiterungen wie der Einbeziehung von Steuern und der Inflation in das Investitionskalkül befassen können. Die Studierenden können mit Hilfe von Investitionsrechenverfahren betriebswirtschaftliche Entscheidungen quantitativ belegen, werden befähigt, den Kapitalwert und den internen Zinsfuß im Rahmen einfacher Investitionskalküle zu berechnen, kennen den grundlegenden Einfluss der Besteuerung auf Investitionsentscheidungen, können Entscheidungen über den optimalen Ersatzzeitpunkt treffen und sind befähigt, einen Ertrags- und Substanzwert eines Unternehmens zu berechnen.</p> <p>Die Studierenden kennen die unterschiedlichen, teilweise interdependenten finanzwirtschaftlichen Unternehmensziele, sind in der Lage, die Verbindung zu anderen, insbesondere erfolgswirtschaftlichen Zielgrößen herzustellen, sind über die vielfältigen Finanzierungsformen und ihre Einsatzmöglichkeiten in Abhängigkeit von unterschiedlichen Umfeldbedingungen informiert und können den Einfluss der Kapitalstruktur auf die Unternehmenspolitik beurteilen. Das Know-how über die vielfältigen Finanzierungsformen ermöglicht konkrete Finanzierungsentscheidungen in der Unternehmenspraxis.</p>			
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)		Lehr- und Lernmethoden		Teilnahmevoraussetzung	
Fachkompetenz	2	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung	<input checked="" type="checkbox"/> Übung	Sinnvoll zu kombinieren mit	
Methodenkomp.	1	<input type="checkbox"/> Labor	<input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium		
Sozial-/Selbstkomp.	3	<input type="checkbox"/> Hausarbeit	<input checked="" type="checkbox"/> Workshop, Seminar	Als Vorkenntnis erforderlich für	
		<input type="checkbox"/> Projektarbeit	<input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges: Literaturstudium		

Teilmodul/Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt
Rechnungswesen 1: Buchführung / Bilanz und Kosten- / Leistungsrechnung Prof. Dr. Arthur Kröner	V, Ü	4	4	Grundlagen der Finanzbuchhaltung und des Jahresabschlusses - Gewinn-/Verlustrechnung, Anhang und Lagebericht - Ziele und Instrumente der Bilanzpolitik - Bilanzanalyse Methoden der Kostenrechnung: Kalkulation und Ergebnisrechnung - Voll- und Teilkostenrechnung - Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung - Plankostenrechnung und Kostenanalyse
Rechnungswesen 2: Investition Prof. Dr. Werner Volz Finanzierung Prof. Dr. Andreas Bertsch	V, Ü	4	4	Investitionsbegriff und -arten - Grundprobleme der Investitionsrechnung - Vollständiger Finanzplan - Dynamische Investitionsrechenverfahren - Statische Investitionsrechenverfahren - Modellerweiterungen - Optimale Nutzungsdauer, optimaler Ersatzzeitpunkt - Verfahren zur Unternehmenswertermittlung Begriffliche und finanzmathematische Grundlagen - Finanzierungs-

				politik - Formen der Unternehmensfinanzierung - Kapitalstruktur und optimaler Verschuldungsgrad
Literatur/Medien	<p> Blohm, Hans/Lüder, Klaus/Schaefer, Christina; Investition: Schwachstellenanalyse des Investitionsbereichs und Investitionsrechnung, Vahlen Verlag, 10. Aufl., München 2012. Coenberg, Adolf; Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Schäffer-Poeschel Verlag, 23. Aufl., Stuttgart 2014. Coenberg, Adolf; Kostenrechnung und Kostenanalyse; Schäffer-Poeschel Verlag, 8. Aufl., Stuttgart 2012. Döring, Ulrich/Buchholz, Rainer; Buchhaltung und Jahresabschluss, Erich Schmidt Verlag, 13. Aufl., Berlin 2013. Eisele, Wolfgang/Knobloch, Alois; Technik des betrieblichen Rechnungswesens: Buchführung und Bilanzierung, Kosten- und Leistungsrechnung, Sonderbilanzen, Vahlen Verlag, 8. Aufl., München 2011. Friedl, Gunther/Hofmann, Christian/Pedell, Burkhard; Kostenrechnung: Eine entscheidungsorientierte Einführung; Vahlen Verlag, 2. Aufl., München 2013. Gräfer, Horst/Schiller, Bettina/Rösner, Sabrina; Finanzierung, Erich Schmidt Verlag, 8. Aufl., Berlin 2014. Haberstock, L. (bearb. von V. Breithecker); Kostenrechnung I - Einführung mit Fragen, Aufgaben, einer Fallstudie und Lösungen; 13., neu bearb. Aufl. Berlin 2008 Haberstock, L. (bearb. von V. Breithecker); Kostenrechnung II - (Grenz-)Plankostenrechnung mit Fragen, Aufgaben und Lösungen; 10. Aufl.; Berlin 2008 Heinhold, M.: Kosten- und Erfolgsrechnung in Fallbeispielen; 5. überarb. Aufl., Stuttgart 2010 Kruschwitz, Lutz; Investitionsrechnung, Oldenbourg Verlag, 13. Aufl., München 2011. Peemöller, Volker; Praxishandbuch der Unternehmensbewertung: Grundlagen und Methoden, Bewertungsverfahren, Besonderheiten bei der Bewertung, NWB Verlag, 6. Aufl., Herne 2014. Perridon, Louis/Steiner, Manfred/Rathgeber, Andreas; Finanzwirtschaft der Unternehmung, Vahlen Verlag, 16. Aufl., München 2012. Schildbach, Thomas/Stobbe, Thomas/Brösel, Gerrit; Der handelsrechtliche Jahresabschluss, Verlag Wissenschaft & Praxis, 10. Aufl., Sternenfels 2013. Sigloch, Jochen; Investition mit Grundzügen der Unternehmensbewertung, FACT Alumni Universität Bayreuth, 2. Aufl., Bayreuth 2013. Sigloch, Jochen; Rechnungslegung: Jahresabschluss nach Handels- und Steuerrecht und internationalen Standards, Unternehmensrechnung und Steuern Uni Bayreuth, 8. Aufl., Bayreuth 2011. Weber, J.; Weißenberger, B. E.: Einführung in das Rechnungswesen; 8. Aufl.; Stuttgart 2010 Walz, Hartmut/Gramlich, Dieter; Investitions- und Finanzplanung: Eine Einführung in finanzwirtschaftliche Entscheidungen unter Sicherheit, Verlag Recht und Wirtschaft, 8. Aufl., Frankfurt 2011. Wöhe, Günter/Kußmaul, Heinz; Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik, Vahlen Verlag, 8. Aufl., München 2012. Wöhe, Günter u. a.; Grundzüge der Unternehmensfinanzierung, Vahlen Verlag, 11. Aufl., München 2013. Zantow, Roger/Dinauer, Josef; Finanzwirtschaft des Unternehmens: Die Grundlagen des modernen Finanzmanagements, Verlag Pearson Studium, München u.a. 2011. </p>			
Letzte Aktualisierung	28.01.2015			

Modul-Name		Marktorientiertes Management			
Modul-Koordination Prof. Dr. Bernd Richter		Start <input checked="" type="checkbox"/> WS <input checked="" type="checkbox"/> SoSe	Modul-Kürzel/Nr. GM_MOM	ECTS-Punkte 6	Workload 180
Fakultät		Dauer <input checked="" type="checkbox"/> 1 Sem. <input type="checkbox"/> 2 Sem.	SWS 6	Kontaktzeit 90	Selbststudium 90
Einsatz im Studiengang General Management		Angestrebter Abschluss MBA	Modul-Typ (PM/WPM) PM	Beginn im Studiensem. 1	SPO-Version/Jahr 2012
Prüfungsleistungen		Benotete Prüfung	Unbenotete Prüfung	Unben. Leistungsnachweis	Zusammensetzung der Endnote
Modulprüfung (MP)		K90	-	-	Note MP
Moduleilprüfung (MTP)					
Lern-/Qualifikationsziele		Die Studierenden sind in der Lage, den Aufgabenbereich des Marketings zu erfassen, die Konzepte des Marketings und ihre Umsetzung im Unternehmen einzuschätzen sowie die Methoden und Verfahren des Marketings problemadäquat einzusetzen. Sie können das Wissen und die Fertigkeiten einsetzen bei der Strukturierung und Einschätzung von Markterfordernissen für Unternehmen, bei der Konzeption und Durchführung von Strategie- und Marketingaufgaben, bei der Mitarbeit in Strategie- und Marketingprojektgruppen sowie bei der Zusammenarbeit mit Dienstleistern wie Werbeagenturen, PR-Agenturen, Marktforschungsinstituten und Unternehmensberatungen. Sie kennen die Prinzipien und Regeln von Absatzmärkten als Ausgangspunkt des Marketings, die Bedeutung von Informationen sowie der Marktforschung für Marketingentscheidungen und verstehen Aufgaben und Inhalte des Marketingkonzeptes. Sie kennen strategisches und operatives Marketing in der Theorie sowie deren Umsetzung in die Praxis und können die Möglichkeiten des Marketingcontrollings beurteilen. Die Studierenden sind in der Lage, den Aufgabenbereich der Kommunikationspolitik zu erfassen, die Kommunikationsinstrumente und ihre Umsetzung im Unternehmen einzuschätzen sowie Kommunikationsinstrumente in der Praxis einzusetzen. Sie können das Wissen und die Fertigkeiten einsetzen bei der Marketingkommunikation in Unternehmen sowie bei der Konzeption und Durchführung von Kommunikationsplänen. Sie kennen die Prinzipien und Regeln von Kommunikation als Ausgangspunkt der Marketingkommunikation und Kommunikationspolitik als eines der Marketinginstrumente und wichtiger Bestandteil des Marketing-Mix.			
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)		Lehr- und Lernmethoden		Teilnahmevoraussetzung	
Fachkompetenz	2	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input type="checkbox"/> Labor	<input checked="" type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium	Sinnvoll zu kombinieren mit	
Methodencomp.	1	<input type="checkbox"/> Hausarbeit <input type="checkbox"/> Projektarbeit	<input checked="" type="checkbox"/> Workshop, Seminar <input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges: Literaturstudium		Als Vorkenntnis erforderlich für
Sozial-/Selbstkomp.	3				
Teilmodul/ Lehrende		Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt
Marketing & Marktforschung Dr. Kilian Urban Wissmeier			3	3	Modernes Marketing und Marketingkonzept - Analysen für Marketingentscheidungen - Strategische Marketingziele und Marketingstrategien - Operative Marketingziele, Marketinginstrumente und Marketing-Mix - Marketingcontrolling - Ansätze und Methoden der Marktforschung
Marketing Mix Dr. Kilian Urban Wissmeier			3	3	Kommunikationspolitik im Rahmen des modernen Marketing und der Marketingkonzept - Der Marketing-Kommunikationsprozess - Kommunikationsziele und -zielgruppen - Kommunikationsinstrumente und Kommunikations-Mix - Kommunikationsplanung und -controlling
Literatur/Medien		Kotler, P./Bliemel, F.: Marketing-Management; 10. Auflage; Stuttgart: Schaeffer-Poeschel, 2001 Backhaus, K.: Industriegütermarketing; 7. Auflage München, Vahlen, 2003 Fischer, P./Kowalski, S./Wissmeier, U. K.: Die besten Tools für Marketing und Vertrieb – Professionelle Excel-Lösungen für kleine und mittelständische Unternehmen, Freiburg, Berlin, München, Zürich: Haufe, 2005			
Letzte Aktualisierung		28.01.2015			

Modul-Name		Wertschöpfungsmanagement			
Modul-Koordination Prof. Dr. Michael Hadamitzky		Start <input checked="" type="checkbox"/> WS <input checked="" type="checkbox"/> SoSe	Modul-Kürzel/Nr. GM_MOM	ECTS-Punkte 8	Workload 240
Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften		Dauer <input type="checkbox"/> 1Sem. <input checked="" type="checkbox"/> 2 Sem.	SWS 8	Kontaktzeit 120	Selbststudium 120
Einsatz im Studiengang General Management		Angestrebter Abschluss MBA	Modul-Typ (PM/WPM) PM	Beginn im Studiensem. 1	SPO-Version/Jahr 2012
Prüfungsleistungen		Benotete Prüfung	Unbenotete Prüfung	Unben. Leistungsnachweis	Zusammensetzung der Endnote
Modulprüfung (MP)		-	-	-	-
Modulteilprüfung (MTP)		K90 / SP	-	-	(MTP1+MTP2)/2
Lern-/Qualifikationsziele		<p>Die Studierenden erhalten eine Einführung in das Wertschöpfungsmanagement als funktionsübergreifende Wissenschafts- und Managementdisziplin. Sie wissen welchen Beitrag Einkauf, Produktion und Logistik zur Gestaltung von Wertschöpfungsstrategien leisten und können anhand des Value Map-Konzepts Werttreiber systematisch erarbeiten. Sie kennen die wichtigsten Konzepte und Maßnahmen zur nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswerts durch Neuausrichtung von Einkauf, Produktion und Logistik.</p> <p>Die Studierenden wissen, wie sich die Wertsteigerungspotenziale in Einkauf und Supply Management realisieren lassen und ihre Hebelwirkung auf den Unternehmenserfolg entfalten. Sie haben einen fundierten Überblick, warum und wie Einkauf und Supply Management die Eckpfeiler von strategischem Wertschöpfungsmanagement bilden. Sie erkennen, wie Unternehmen die Wertschöpfung und Innovationskraft von Lieferanten erfolgreich integrieren. Sie kennen die Konzepte, Stellhebel und Maßnahmen zur Steigerung der Performance in Einkauf und Supply Management sowie die zentralen Gestaltungshebel für eine strategische (Neu-) Ausrichtung von Einkauf und Supply Management.</p> <p>Die Studierenden wissen, wie sich nachhaltige Wertsteigerungspotenziale in der Produktion realisieren lassen und ihre Hebelwirkung auf den Unternehmenserfolg entfalten. Sie erkennen, wie Unternehmen die eigene Wertschöpfung als nachhaltig wirksamen Bestandteil der Wettbewerbsstrategie nutzen und ausbauen können. Sie wissen was erfolgreiche Produktionskonzepte heute und in Zukunft auszeichnet.</p> <p>Die Studierenden kennen den Wertschöpfungsbeitrag der Logistik und die logistische Leistungsfähigkeit von Unternehmen und die wichtigsten Teilprozesse der Logistik wie Lagerhaltung, Auftragsabwicklung und Transport. Sie kennen Fragestellungen zur Optimierung der strategischen Leistungstiefe in Beschaffungs-, Produktions- und Distributionslogistik und logistische Probleme aus Sicht des Wertschöpfungsmanagement. Sie erarbeiten die wesentlichen Gestaltungshebel und Werttreiber in der Logistik erarbeitet und lernen, wie logistische Geschäftsprozesse so gemanagt werden, dass sie effizient arbeiten und zur Steigerung des Unternehmenswertes beitragen.</p>			
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)		Lehr- und Lernmethoden		Teilnahmevoraussetzung	
Fachkompetenz	2	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung	<input checked="" type="checkbox"/> Übung	Sinnvoll zu kombinieren mit	
Methodencomp.	1	<input type="checkbox"/> Labor	<input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium		
Sozial-/Selbstkomp.	3	<input type="checkbox"/> Hausarbeit	<input checked="" type="checkbox"/> Workshop, Seminar	Als Vorkenntnis erforderlich für	
		<input checked="" type="checkbox"/> Projektarbeit	<input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges: Literaturstudium		

Teilmodul/ Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt
Wertschöpfungsmanagement 1: Strategisches Wertschöpfungsmanagement & Value Sourcing Prof. Dr. Michael Hadamitzky		3	3	Ziele und strategische Dimensionen der betrieblichen Wertschöpfung - Beschreibung, Erklärung und Gestaltung von Wertschöpfungsprozessen - Theorien, Methoden und Managementtechniken für die Analyse, Planung, Organisation und Steuerung von Wertschöpfungsprozessen - Value Mapping: Wie strategische Vorteile durch die systematische Analyse und Neuausrichtung der Wertschöpfung gewonnen werden können - Strategien zur Neuausrichtung von betrieblichen und Wertschöpfungsprozessen unternehmensübergreifenden Wertschöpfungsnetzwerken Value Sourcing - Wertschöpfung im Einkauf - Entwicklungslinien im Einkaufsmanagement und in der Beschaffung - Gestaltungsprinzipien des wertorientierten Einkaufs - Die sieben Value Sourcing-Stellhebel zur nachhaltigen Wertsteigerung - Erfolgsfaktoren des wertorientierten Einkaufs - Case Study
Wertschöpfungsmanagement 2: Operations Excellence & Logistik & Supply Chain Management		3	3	Operations Excellence - Management der eigenen Wertschöpfung - Produktion und Produktionsmanagement als Kernkompetenz - Strategische Gestaltungsprinzipien des Produktionsmanagements - Methoden zur Erzielung operativer Exzellenz: One Piece Flow: Der Weg

Prof. Dr. Michael Hadamitzky				zur schlanken Montage, Kanban: Das Pull-prinzip in der Produktion, Optimale Losgröße: Wirtschaftlichkeit vs. Durchlaufzeit, OEE: Konstante Verbesserung der Maschineneffektivität, Rüsten: Rüstzeiten als Voraussetzung für Flexibilität - Case Study Einführung in das Konzept "Lean Logistik" - Strategische Dimensionen logistischer Leistungen - Make versus Buy - Bestimmungsgrößen der logistischen Leistungstiefe - Innerbetriebliche Transport- und Lagerhaltungsstrategien - Materialflußgestaltung in Supply Chain Netzwerken - Logistik Informations-Systeme - Logistisches Geschäftsprozessmanagement in Versorgungsnetzwerken
Literatur/Medien	Baldwin, C. Y., Clark, Kim B., Magretta, J. : Harvard Business Review on Managing the Value Chain, Harvard Business School Press 2000 Kaplan, R. S./ Norton, D. P. : Strategy Maps. Converting Intangible Assets Into Tangible Outcomes, Harvard Business School 2004 Porter, M. E. : Competitive Strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors, Free Press 2004 Weber, J., Bramseman, U., Heineke, C.: Wertorientierte Unternehmenssteuerung. Konzepte - Implementierung - Praxisstatements, Gabler Wiesbaden 2004 Nelson, D. R./Moody, P. E./ Stegner, J. : The Purchasing Machine: How the Top Ten Companies Use Best Practices to Manage Their Supply Chains, The Free Press, New York 2001 Wildemann, H. : Einkaufspotenzialanalyse, Programme zur partnerschaftlichen Erschließung von Rationalisierungspotentialen, TCW, München 2000 Liker, J. K. : Becoming Lean: Inside Stories of U.S. Manufacturers, Productivity Press 1997 Liker, J. K. :The Toyota Way, McGraw-Hill Education 2003 Liker, J. K./ Meier, D. : The Toyota Way Fieldbook, McGraw-Hill 2005 Ohno, T. : Toyota Production System, Productivity Press 1998 Thonemann, U.: Operations Management. Konzepte, Methoden und Anwendungen, Pearson 2005 Wildemann, H.: Fertigungsstrategien: Reorganisationskonzepte für eine schlanke Produktion und Zulieferung, 3. Auflage, TCW 1997 Womack, J. P./ Jones, D. T. : Lean Thinking, Free Press; 2. Auflage 2003 Womack, J. P./ Jones, D. T. : Lean Solutions: How Companies and Customers Can Create Value and Wealth Together, Free Press 2005 Baudin, M.: Lean Logistics: The Nuts & Bolts of Delivering Materials & Goods Productivity 2005 Christopher, M.: Logistics and Supply Chain Management. Creating Value-Adding Networks, Financial Times/Prentice Hall, 3. Auflage 2005 Wildemann, H.: Logistik Prozessmanagement, 3. Auflage, TCW 2005			
Letzte Aktualisierung	28.01.2015			

Modul-Name		Organisation und Personalmanagement		
Modul-Koordination Prof. Dr. Bernd Richter	Start <input checked="" type="checkbox"/> WS <input checked="" type="checkbox"/> SoSe	Modul-Kürzel/Nr. GM_OPM	ECTS-Punkte 6	Workload 180
Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	Dauer <input checked="" type="checkbox"/> 1Sem. <input type="checkbox"/> 2 Sem.	SWS 6	Kontaktzeit 90	Selbststudium 90
Einsatz im Studiengang General Management	Angestrebter Abschluss MBA	Modul-Typ (PM/WPM) PM	Beginn im Studiensem. 3	SPO-Version/Jahr 2012
Prüfungsleistungen	Benotete Prüfung	Unbenotete Prüfung	Unben. Leistungsnachweis	Zusammensetzung der Endnote
Modulprüfung (MP)	-	-	-	
Modulteilprüfung (MTP)	M15 / M15	-	-	(MTP1+MTP2)/2
Lern-/Qualifikationsziele	Die Studierenden kennen die relevanten Theorien, Instrumente und Methoden zum Einsatz von Menschen in Organisationen. Unter Einbezug von Fallstudien, Praxisberichten und Videos können sie Gestaltungsalternativen erarbeiten. Sie haben einen Überblick zu den relevanten Feldern und Inhalten professioneller Personalarbeit im Unternehmen und entwickeln ein kritisches Problembewusstsein und die Fähigkeit, Lösungsmöglichkeiten für praktische Fragestellungen anbieten zu können. Sie kennen die personalwirtschaftlichen Problemfelder sowie Methoden und Instrumente zur Lösung praktischer Fragestellungen im Bereich Personalmanagement und gewinnen Einsicht in die Möglichkeiten und Grenzen der Steuerung von sozialen Systemen, in die Analyse von Strukturen und Führungsbeziehungen sowie für die Entwicklung von praxistauglichen Lösungen. Sie können verschiedene praktische Ansätze des Personalmanagements auf ihre Plausibilität hin einschätzen und Gestaltungsalternativen entwickeln.			
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	Lehr- und Lernmethoden		Teilnahmevoraussetzung	
Fachkompetenz 2	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung	<input checked="" type="checkbox"/> Übung	Sinnvoll zu kombinieren mit	
Methodencomp. 1	<input type="checkbox"/> Labor	<input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium		
Sozial-/Selbstcomp. 3	<input type="checkbox"/> Hausarbeit	<input checked="" type="checkbox"/> Workshop, Seminar	Als Vorkenntnis erforderlich für	
	<input type="checkbox"/> Projektarbeit	<input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges: Literaturstudium		
Teilmodul/Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt
Organisation und Führung Prof. Dr. Bernd Richter		3	3	Das Spannungsverhältnis Mensch und Organisation - Die Bedeutung von Menschenbildern - Methodische Eigenarten der Sozialwissenschaften - Menschen und Unternehmen als nicht-triviale „Maschinen“ - Differenzierung und Integration als organisatorische Aufgabe - Unternehmenskultur als unsichtbare Einflussgröße - Führungstheorien und Führungsmodelle
Personalmanagement Prof. Dr. Bernd Richter		3	3	Quantitative und qualitative Personalplanung - Prozess der Personalbeschaffung und Personalauswahl - Entgeltfindung und Entgeltendifferenzierung - Personalentwicklung - Arbeitsrechtliche Rahmenbedingungen des Personalmanagements
Literatur/Medien	Bea, F.X.; Göbel, E.: Organisation, 2. Aufl., Stuttgart 2002 Bühner, R.: Betriebswirtschaftliche Organisationslehre, 10., bearb. Aufl., München und Wien 2004 Grint, K. (Ed.): Leadership, New York 1997 Hejl, P.M.; Stahl, H.K. (Hrsg.): Management und Wirklichkeit, Heidelberg 2000 Malik, F.: Systemisches Management, Evolution, Selbstorganisation, 3. Aufl., Bern u.a. 2003 Robbins, St.P.: Organisation der Unternehmung, 9. Aufl., München 2001 Schermerhorn, J.R.Jr.; Hunt, J.G.; Osborn, R.N.: Organizational Behavior, 7th Ed., New York 2000 Steiger, Th.; Lippmann, E. (Hrsg.): Handbuch angewandte Psychologie für Führungskräfte, Band II, Berlin und Heidelberg 1999 Steinmann, H.; Schreyögg, G.: Management, 6., vollst. überarb. Aufl., Wiesbaden 2005 Boden, M. (Hrsg.): Handbuch Personal, Landsberg am Lech 2005 Drumm, H.J.: Personalwirtschaft, 5., überarb. Und erw. Aufl., Berlin u.a. 2005 Holtbrügge, D.: Personalmanagement, Berlin u.a. 2004 Oechsler, W.A.: Personal und Arbeit, 7., überarb. und erw. Aufl., München 2000 Scholz, Chr.: Personalmanagement, 5., neubearb. und erw. Aufl., München 2000 Weber, W.: Lexikon Personalwirtschaft, 2., aktual. Und vollst. überarb. Aufl., Stuttgart 2005			
Letzte Aktualisierung	28.01.2015			

Modul-Name		Methoden- und Sozialkompetenz			
Modul-Koordination Prof. Dr. Bernd Richter		Start <input checked="" type="checkbox"/> WS <input checked="" type="checkbox"/> SoSe	Modul-Kürzel/Nr. GM_OPM	ECTS-Punkte 5	Workload 150
Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften		Dauer <input type="checkbox"/> 1 Sem. <input checked="" type="checkbox"/> 2 Sem.	SWS 5	Kontaktzeit 75	Selbststudium 75
Einsatz im Studiengang General Management		Angestrebter Abschluss MBA	Modul-Typ (PM/WPM) PM	Beginn im Studiensem. 1	SPO-Version/Jahr 2012
Prüfungsleistungen		Benotete Prüfung	Unbenotete Prüfung	Unben. Leistungsnachweis	Zusammensetzung der Endnote
Modulprüfung (MP)		-	-	-	-
Moduleilprüfung (MTP)		-	-	X	-
Lern-/Qualifikationsziele		<p>Studierenden kennen Methoden und Instrumente zwischenmenschlicher Kommunikation und sind in der Lage, erfolgreicher zu kommunizieren und eine wachsende Autonomie im Umgang mit sich selbst und mit anderen zu entwickeln. Sie erweitern ihre sozialen und kommunikativen Kompetenz durch die Erfahrungen, die in den angebotenen Übungssituationen gemacht werden können, entwickeln mehr Sensibilität für den kommunikativen und kooperativen Umgang mit anderen und haben mehr Wissen über Kommunikationsprozesse. Sie können eigene und fremde Einstellungen und Gefühle und die sich daraus ergebenden Verhaltensmuster bewusster erleben sowie Verhaltensmuster erkennen, die zu unproduktiven Ergebnissen führen und dazu Alternativen entwickeln. Die Studierenden kennen das theoretische Modell der Transaktionsanalyse und werden anhand von konkreten Situationen in die Lage versetzt zu erkennen, welche Normen, Prinzipien, Annahmen, Vorstellungen, Phantasien und fixen Ideen eigenes und fremdes Verhalten bestimmen sowie sich nicht nur mit äußerlich wahrnehmbarem Verhalten auseinanderzusetzen, sondern auch die Wahrnehmung für die Hintergründe von eigenem und fremdem Verhalten zu schärfen.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Barrieren für kreatives Schaffen zu erkennen und erste Schritte zu deren Überwindung zu unternehmen. Sie besitzen Kenntnisse über Techniken zu unterschiedlichen Anwendungsbereichen der Kreativitätstechniken und finden mindestens 3 Techniken, die sie persönlich gern und damit erfolgreich anwenden können.</p>			
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)		Lehr- und Lernmethoden		Teilnahme-Voraussetzung	
Fachkompetenz	3	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung	<input checked="" type="checkbox"/> Übung	Sinnvoll zu kombinieren mit	
Methodenkomp.	2	<input type="checkbox"/> Labor	<input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium		
Sozial-/Selbstkomp.	1	<input type="checkbox"/> Hausarbeit	<input checked="" type="checkbox"/> Workshop, Seminar	Als Vorkenntnis erforderlich für	
		<input type="checkbox"/> Projektarbeit	<input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges: Literaturstudium		
Teilmodul/Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt	
Kommunikation 1: Wirkung auf andere Prof. Dr. Bernd Richter		2	2	Annahmen - Kontrollierter Dialog - Johari-Modell - Kommunikationsmodelle und -regeln - Selbstbild / Fremdbild - Feed-back	
Kommunikation 2: Transaktionsanalyse Prof. Dr. Bernd Richter		2	2	Einführung in das Modell der Transaktionsanalyse: Strukturelle Analyse (Ich-Zustände) - Transaktionale Analyse - Analyse der Psycho-Spiele / Analyse der Drehbücher, Rollenspiele	
Kreativitätstechniken Prof. Dr. Leo Schubert		1	1	Möglichkeiten der Förderung von Kreativität auf gesellschaftlicher, betrieblicher und persönlicher Ebene - Rahmenbedingungen für kreatives Schaffen - Laterales Denken und Intuition - Funktion des Gehirns beim kreativen Denken - Kreativtechniken: Analogien (Bionik, TRIZ etc.), Perspektivenwechsel (PO-, Zufallswort-, Napoleonmethode etc.), Chancensuchprogramme, Morphologien, Traumprogrammierung, Imaginationstechniken, Anwendung neuer Erfindungen (Lotus-Blossom etc.)	
Literatur/Medien	Neuberger, O.: Miteinander arbeiten – miteinander reden, 15. Aufl., München 1996 Schulz von Thun, F.: Miteinander reden, 3 Bde., Rowohlt Tb., Reinbek bei Hamburg, 2005 Watzlawick, P. / Beavin, J. / Jackson, D.: Menschliche Kommunikation, Huber, Bern, 2000 Berne, E.: Spiele der Erwachsenen. Reinbek 1970 Harris, Th. A.: Ich bin o.k. – Du bist o.k., Rowohlt, 1975, Higgins J.M.: 101 Creative Problem Solving Techniques, The New Management, Florida, 1994				
Letzte Aktualisierung	28.01.2015				

Modul-Name		Internationalisierung			
Modul-Koordination Prof. Peter Franklin		Start <input checked="" type="checkbox"/> WS <input checked="" type="checkbox"/> SoSe	Modul-Kürzel/Nr. GM_OPM	ECTS-Punkte 6	Workload 180
Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften		Dauer <input checked="" type="checkbox"/> 1Sem. <input type="checkbox"/> 2 Sem.	SWS 6	Kontaktzeit 90	Selbststudium 90
Einsatz im Studiengang		Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	SPO-Version/Jahr
General Management		MBA	PM	3	2012
Human Capital Management		MBA	PM	2	2012
Prüfungsleistungen		Benotete Prüfung	Unbenotete Prüfung	Unben. Leistungsnachweis	Zusammensetzung der Endnote
Modulprüfung (MP)		-	-	-	
Modulteilprüfung (MTP)		M15 / M15	-	-	(MTP1+MTP2)/2
Lern-/Qualifikationsziele		Studierende verstehen die Besonderheiten des Internationalen Management und sind in der Lage, Methoden und Konzepte anwendungsorientiert einzusetzen. Sie können mit den Herausforderungen grenzüberschreitender Wirtschaftstransaktionen zielorientiert und systematisch umgehen und die Planung von Auslandsaktivitäten, die Organisation grenzüberschreitender Prozesse, Kommunikation & Interaktion mit internationalen Geschäftspartnern sowie die Leistungsgestaltung in ausländischen Zielmärkten erfolgreich gestalten. Sie erwerben die Fähigkeit, kulturbedingte Probleme im internationalen Wirtschaftsleben zu erkennen, zu erklären, mit ihnen umzugehen bzw. sie zu lösen. Sie erwerben Kenntnisse über und die Fähigkeit zur interkulturellen Kommunikation in unterschiedlichen wirtschaftsbezogenen Situationen.			
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)		Lehr- und Lernmethoden		Teilnahmevoraussetzung	
Fachkompetenz	2	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input type="checkbox"/> Labor	<input checked="" type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium	Sinnvoll zu kombinieren mit	
Methodencomp.	1	<input type="checkbox"/> Hausarbeit <input type="checkbox"/> Projektarbeit	<input checked="" type="checkbox"/> Workshop, Seminar <input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges: Literaturstudium		Als Vorkenntnis erforderlich für
Sozial-/Selbstkomp.	3				

Teilmodul/Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt
Internationales Management Prof. Dr. Konstantin Hassemer		3	3	Komplexität und Risiko - geeignete Arbeitsstrukturen und -prozesse - Eingehen auf Besonderheiten in der internationalen Kommunikation - Auswahl von Auslandsmärkten und geeigneter Expansionsstrategien - Anpassung und Einführung von Produkten
Cross-cultural Management Communication Prof. Peter Franklin		3	3	Konzepte / Modelle von Kommunikation & Kultur - Kulturbedingte Unterschiede im Kommunikationsstil - Anwendung von Kulturstandards und Kulturdimensionen in der Praxis der interkulturellen Wirtschaftskommunikation - ‚Andersartigkeit‘ generell und im internationalen Wirtschaftsleben - Interkulturelle Kommunikations- und Handlungskompetenz - Internationale Managementkompetenzen: Wissen, Fertigkeiten, Einstellungen, Werte, Eigenschaften - Der interkulturelle Manager; das multikulturelle Team; die globale Organisation

Literatur/Medien	<p>Wiesner, K., Internationales Management, Oldenbourg, München, 2005</p> <p>Berndt / Fantapie Altobelli / Sander: Internationales Marketing-Management, Springer, Berlin 2005</p> <p>Croenenbeck, W., Handbuch internationales Projektmanagement, Cornelsen, Berlin, 2004</p> <p>Blom, H., Meier, H., Interkulturelles Management, Verlag Neue Wirtschafts-Briefe, Berlin, 2004</p> <p>Gardini, M. (Hrsg.), Management internationaler Dienstleistungen, Gabler, Wiesbaden, 2004</p> <p>Kutschker, M., Schmid, S., Internationales Management, Oldenbourg, München, Wien 2004</p> <p>Ewington, N. and David Trickey (2003): <i>A World of Difference. Working Successfully Across Cultures</i>. London: Capita Learning and Development.</p> <p>Franklin / Pfaff / Reichelt: <i>Das Delta-Konzept. Ein interaktiver Workshop</i>. CD-ROM. Frankfurt: Campus.</p> <p>Guirdham, M.: <i>Communicating across cultures</i>. London: Macmillan 1999</p> <p>Hofstede, G. : <i>Culture's consequences: International differences in work-related values</i>. Beverly Hills, CA: Sage., 1984/2001</p> <p>Schneider, S. C. / Barsoux, J.-L.: <i>Managing across cultures</i>. London: Pearson Education 1997</p> <p>Alexander / Kammhuber / Schroll-Machl (Eds.): <i>Handbuch Interkulturelle Kommunikation & Kooperation. Band 2: Länder, Kulturen und Interkulturelle Berufstätigkeit</i>. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 2003</p> <p>Alexander / Kinast / Schroll-Machl (Eds.): <i>Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Band 1: Grundlagen und Praxisfelder</i>. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 2003</p> <p>Trompenaars, F. / Hampden-Turner, Ch. : <i>Riding the waves of culture: understanding diversity in global business</i>. London: Nicholas Brealey, 1997.</p>
Letzte Aktualisierung	28.01.2015

Modul-Name		Werteorientiertes Management		
Modul-Koordination Prof. Dr. habil Josef Wieland	Start <input checked="" type="checkbox"/> WS <input checked="" type="checkbox"/> SoSe	Modul-Kürzel/Nr. GM_WM	ECTS-Punkte 5	Workload 150
Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	Dauer <input checked="" type="checkbox"/> 1Sem. <input type="checkbox"/> 2 Sem.	SWS 5	Kontaktzeit 75	Selbststudium 75
Einsatz im Studiengang General Management	Angestrebter Abschluss MBA	Modul-Typ (PM/WPM) PM	Beginn im Studiensem. 3	SPO-Version/Jahr 2012
Prüfungsleistungen	Benotete Prüfung	Unbenotete Prüfung	Unben. Leistungsnachweis	Zusammensetzung der Endnote
Modulprüfung (MP)	-	-	-	
Modulteilprüfung (MTP)	M15	-	X	MTP1
Lern-/Qualifikationsziele	Die Studierenden verstehen Corporate Social Responsibility als einen strategischen und operativen Erfolgsfaktor guter Unternehmensführung. Sie erwerben das Verständnis für die Bedeutung von Werten kollektiver Akteure (Unternehmen) als Teil der Gesellschaft. Sie erwerben die Fähigkeit zur Operationalisierung und Implementierung von WerteManagementSystemen, und zur Gestaltung der Rolle von Unternehmen in der Gesellschaft. Die Studierenden erkennen die systemischen Zusammenhänge betriebswirtschaftlicher Entscheidungen, treffen unternehmerische Entscheidungen unter Unsicherheit und wenden betriebswirtschaftliche Steuerungsinstrumente an.			
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	Lehr- und Lernmethoden		Teilnahmevoraussetzung	
Fachkompetenz 2	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung	<input checked="" type="checkbox"/> Übung	Sinnvoll zu kombinieren mit	
Methodenkomp. 1	<input type="checkbox"/> Labor	<input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium		
Sozial-/Selbstkomp. 3	<input type="checkbox"/> Hausarbeit	<input checked="" type="checkbox"/> Workshop, Seminar	Als Vorkenntnis erforderlich für	
	<input type="checkbox"/> Projektarbeit	<input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges: Literaturstudium		

Teilmodul/Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt
Wirtschaftsethik Prof. Dr. habil Josef Wieland Prof. Dr. Annette Kleinfeld		3	3	Rechte und Pflichten individueller und kollektiver Akteure moderner Gesellschaften. Problemfelder: Integrity Management; Globale Wertschöpfung, Nachhaltigkeit, Märkte, Organisation, Recht, Politik. Theorien: Neue Institutionen- und Organisationsökonomik; Stakeholder Management, Gesellschaftstheorie, Philosophische Konzepte der Ethik. CSR: Konzepte – Standards – Stakeholder. Praxis: Fallstudien, Praxisberichte, Präsentation und Reflexion der erarbeiteten Lösungen, Videoanalyse
Unternehmensplanspiel Wolfgang Hobmaier		2	2	Das Unternehmen als dynamisches System - Anwendung von Modellen der Strategischen Unternehmensplanung - Anwendung von finanzwirtschaftlichen Instrumentarien - Anwendung von Modellen aus der Absatzwirtschaft

Literatur/Medien	Wieland: Die Ethik der Governance; Wieland: Handbuch WerteManagement; Wieland/Grüniger: Handbuch Compliance Management
Letzte Aktualisierung	28.01.2015

Modul-Name		Projektstudium 1			
Modul-Koordination Prof. Dr. Bernd Richter		Start <input checked="" type="checkbox"/> WS <input checked="" type="checkbox"/> SoSe	Modul-Kürzel/Nr. GM_PS1	ECTS-Punkte 5	Workload 150
Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften		Dauer <input checked="" type="checkbox"/> 1Sem. <input type="checkbox"/> 2 Sem.	SWS 2	Kontaktzeit 30	Selbststudium 120
Einsatz im Studiengang		Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	SPO-Version/Jahr
General Management		MBA	PM	2	2012
Human Capital Management		MBA	PM	1	2012
Prüfungsleistungen		Benotete Prüfung	Unbenotete Prüfung	Unben. Leistungsnachweis	Zusammensetzung der Endnote
Modulprüfung (MP)		SP	-	-	MP
Modulteilprüfung (MTP)		-	-	-	-
Lern-/Qualifikationsziele		Die Studierenden können sich schnell und kompetent in neue Problemlagen und Fragestellungen einarbeiten. Sie lernen Fragen und Probleme abstrakt-analytisch an ihren jeweiligen Kontexten zu erfassen und methodisch-systematisch nach Lösungen zu suchen. Sie können das theoretisch Erlernete auf konkrete Praxisfälle des Managements anwenden, dabei kritisch reflektierend, dass ein linearer Theorie-Praxis-Transfer nicht möglich ist. Sie entwickeln und trainieren die Fähigkeit, die im Studium erworbenen Theorien, Methoden und Instrumente auf konkrete Problemstellungen der Praxis des Managements zu beziehen und sie nutzbringend einzusetzen.			
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)		Lehr- und Lernmethoden		Teilnahme-Voraussetzung	
Fachkompetenz	2	<input type="checkbox"/> Vorlesung	<input type="checkbox"/> Übung	Sinnvoll zu kombinieren mit	
Methodenkomp.	1	<input type="checkbox"/> Labor	<input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium		
Sozial-/Selbstkomp.	3	<input type="checkbox"/> Hausarbeit	<input checked="" type="checkbox"/> Workshop, Seminar	Als Vorkenntnis erforderlich für	
		<input checked="" type="checkbox"/> Projektarbeit	<input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges: Literaturstudium		

Teilmodul/Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt
Je nach Thema ausgewählte Betreuer aus dem Kreis der Lehrenden	PM	5	5	Es ist ein aktuelles Praxisprojekt aus dem eigenen Arbeitsumfeld im Unternehmen zu absolvieren. Dabei ist eine konkrete Fragestellung zu bearbeiten, die sich inhaltlich aus den Pflichtmodulen ergibt. Die Fragestellung kann vom Studierenden vorgeschlagen werden. Es sollte sich jedoch in jedem Fall um ein Thema handeln, das ein methodisch-analytisches Vorgehen und den kritisch reflektierten Transfer theoretischen Wissens erfordert. Das Projekt ist im Rahmen eines Workshops zu präsentieren und zu diskutieren. Es ist ein schriftlicher Projektbericht anzufertigen.

Literatur/Medien	Themenspezifische Fachliteratur nach Absprache mit dem betreuenden Lehrenden
Letzte Aktualisierung	28.01.2015

Modul-Name		Projektstudium 1			
Modul-Koordination Prof. Dr. Bernd Richter		Start <input checked="" type="checkbox"/> WS <input checked="" type="checkbox"/> SoSe	Modul-Kürzel/Nr. GM_PS2	ECTS-Punkte 5	Workload 150
Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften		Dauer <input checked="" type="checkbox"/> 1Sem. <input type="checkbox"/> 2 Sem.	SWS 2	Kontaktzeit 30	Selbststudium 120
Einsatz im Studiengang		Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	SPO-Version/Jahr
General Management		MBA	PM	3	2012
Human Capital Management		MBA	PM	3	2012
Prüfungsleistungen		Benotete Prüfung	Unbenotete Prüfung	Unben. Leistungsnachweis	Zusammensetzung der Endnote
Modulprüfung (MP)		SP	-	-	MP
Modulteilprüfung (MTP)		-	-	-	-
Lern-/Qualifikationsziele		Die Studierenden können sich schnell und kompetent in neue Problemlagen und Fragestellungen einarbeiten. Sie lernen Fragen und Probleme abstrakt-analytisch an ihren jeweiligen Kontexten zu erfassen und methodisch-systematisch nach Lösungen zu suchen. Sie können das theoretisch Erlernete auf konkrete Praxisfälle des Managements anwenden, dabei kritisch reflektierend, dass ein linearer Theorie-Praxis-Transfer nicht möglich ist. Sie entwickeln und trainieren die Fähigkeit, die im Studium erworbenen Theorien, Methoden und Instrumente auf konkrete Problemstellungen der Praxis des Managements zu beziehen und sie nutzbringend einzusetzen.			
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)		Lehr- und Lernmethoden		Teilnahmevoraussetzung	
Fachkompetenz	2	<input type="checkbox"/> Vorlesung	<input type="checkbox"/> Übung	Sinnvoll zu kombinieren mit	
Methodenkomp.	1	<input type="checkbox"/> Labor	<input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium		
Sozial-/Selbstkomp.	3	<input type="checkbox"/> Hausarbeit	<input checked="" type="checkbox"/> Workshop, Seminar	Als Vorkenntnis erforderlich für	
		<input checked="" type="checkbox"/> Projektarbeit	<input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges: Literaturstudium		

Teilmodul/Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt
Je nach Thema ausgewählte Betreuer aus dem Kreis der Lehrenden	PM	5	5	Es ist ein aktuelles Praxisprojekt aus dem eigenen Arbeitsumfeld im Unternehmen zu absolvieren. Dabei ist eine konkrete Fragestellung zu bearbeiten, die sich inhaltlich aus den Pflichtmodulen ergibt. Die Fragestellung kann vom Studierenden vorgeschlagen werden. Es sollte sich jedoch in jedem Fall um ein Thema handeln, das ein methodisch-analytisches Vorgehen und den kritisch reflektierten Transfer theoretischen Wissens erfordert. Das Projekt ist im Rahmen eines Workshops zu präsentieren und zu diskutieren. Es ist ein schriftlicher Projektbericht anzufertigen.

Literatur/Medien	Themenspezifische Fachliteratur nach Absprache mit dem betreuenden Lehrenden
Letzte Aktualisierung	28.01.2015

Modul-Name		Abschlussarbeit / Master Thesis		
Modul-Koordination Prof. Dr. Bernd Richter		Start <input checked="" type="checkbox"/> WS <input checked="" type="checkbox"/> SoSe		Modul-Kürzel/Nr. GM_MT
		ECTS-Punkte 28		Workload 840
Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften		Dauer <input checked="" type="checkbox"/> 1Sem. <input type="checkbox"/> 2 Sem.		SWS
		Kontaktzeit 40		Selbststudium 800
Einsatz im Studiengang		Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.
General Management		MBA	PM	4
Human Capital Management		MBA	PM	6
Prüfungsleistungen		Benotete Prüfung	Unbenotete Prüfung	Unben. Leistungsnachweis
Modulprüfung (MP)		SP	-	-
Modulteilprüfung (MTP)		-	-	-
Lern-/Qualifikationsziele		Die Studierenden weisen mit der Masterarbeit ihre Fähigkeit nach, ein Thema von aktueller wissenschaftlicher und/oder praktischer Relevanz auf einem qualitativ hochwertigen Niveau selbstständig, auf wissenschaftlicher Grundlage und innerhalb einer vorgegebenen Frist zu bearbeiten. Mit der Masterarbeit schärfen die Studierenden insbesondere ihre methodischen, analytischen und argumentativen Kompetenzen.		
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)		Lehr- und Lernmethoden		Teilnahme-Voraussetzung
Fachkompetenz	2	<input type="checkbox"/> Vorlesung	<input type="checkbox"/> Übung	Sinnvoll zu kombinieren mit
Methodencomp.	1	<input type="checkbox"/> Labor	<input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium	
Sozial-/Selbstkomp.	3	<input type="checkbox"/> Hausarbeit	<input type="checkbox"/> Workshop, Seminar	Als Vorkenntnis erforderlich für
		<input type="checkbox"/> Projektarbeit	<input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges: Literaturstudium	
Teilmodul/Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt
Literatur/Medien	Themenspezifische Fachliteratur nach Absprache mit dem betreuenden Lehrenden			
Letzte Aktualisierung	28.01.2015			