

Modulhandbuch International Management (M.A.)

Stand: August 2017

Inhalt

Principles of International Management.....	3
International Management: Seminar & Cases	5
Applied Global Economics & Country Analysis.....	7
International Law & Compliance	9
International Human Resource Management.....	12
International Finance & Risk Management	14
International Accounting.....	17
International Marketing	20
International Distribution & Supply Chain Management	23
Quantitative Research Methods	25
Qualitative Research Methods	27
Applied Company / Organization Project	29
International Business Simulation Game	31
Master Thesis	33
Colloquium	35

Modul-Nr./ Code	1
Modulbezeichnung	Principles of International Management
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Globalisierung <ul style="list-style-type: none"> ○ Außenhandel ○ Theorie der Direktinvestition • Umfeld des Internationalen Unternehmens <ul style="list-style-type: none"> ○ Ökonomisches Umfeld ○ Politisches Umfeld ○ Kulturelles Umfeld ○ Welthandelsordnung • Funktionen des internationalen Managements <ul style="list-style-type: none"> ○ Planung und Organisation ○ Beschaffung und Produktion ○ Marketing ○ Finanzmanagement • Ethische Dimensionen des internationalen Managements
Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Der Kurs richtet sich ausschließlich an die Studierenden, die über einen Bachelor <u>ohne</u> expliziten internationalen Schwerpunkt verfügen (Belegung erfolgt nach Beratung durch die Studiengangleitung). Diese Zielgruppe wird in die Lage versetzt, die grundlegenden Inhalte des internationalen Managements zu überblicken und zu verstehen. • Die Studierenden beherrschen die Aussagen der Theorie komparativer Kostenvorteile inkl. der Einflüsse von Faktorkosten und Wechselkursen. • Bei Fallstudien können die Teilnehmer aus der Theorie der internationalen Unternehmung entscheidungsrelevante Aspekte ableiten, analysieren und bewerten. • Kompetenz, die relevanten Rahmenbedingen der internationalen Unternehmung zu erkennen, zu recherchieren und zu analysieren. • Vertieftes Wissen zu internationalen Besonderheiten ausgewählter betrieblicher Funktionen. Gleichzeitig wird die eigenständige Anwendungskompetenz durch Fallstudien geschult. • Fähigkeit, potentielle ethische Konflikte bei der internationalen Unternehmensführung zu erkennen und eine eigene Position zu entwickeln und zu vertreten.
Studiensemester (ggf. Trimester)	1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich

Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Gesamtworkload	4 SWS (geblockt zum Semesterbeginn) / 120 Stunden Gesamtworkload 125 Stunden, davon 60 Stunden Präsenzzeit sowie 65 Stunden Eigenstudiumszeit
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Zusammenhang mit anderen Modulen innerhalb desselben Studiengangs: Grundlagenmodul für gesamten Studiengang für Studierende mit einem Bachelor-Abschluss, bei dem internationale Inhalte weniger als 30 CP ausmachen (vgl. §3 PO) Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: keine spezifischen Studiengänge
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine besonderen Voraussetzungen; Belegung nach Beratung durch Studiengangleitung
Modulverantwortlicher/Modulverant wortliche	Prof. Dr. Bleuel
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Bleuel
Lehrsprache	Englisch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	90-minütige Klausur
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5,56%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristische Vorlesungen und darauf abgestimmte Praxisfälle, selbstständige Bearbeitung von Case Studies, ggf. ergänzt durch Gastvorträge in Zusammenarbeit mit Unternehmen.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	s.o.

<p>Literatur</p> <p>(Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<p>Slides und Handouts werden zur Verfügung gestellt.</p> <p>Basisliteratur:</p> <ul style="list-style-type: none">• Bleuel, H.: Internationales Management - Grundlagen, Umfeld und Entscheidungen, Stuttgart, erscheint 2017• Hill, C.: International Business: Competing in the Global Marketplace - Global Edition (10. Aufl.), Maidenhead, 2014.• Kutschker, M., & Schmid, S.: Internationales Management (7. Aufl.). München, 2011 <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturhinweise sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>
--	---

Modul-Nr./ Code	2
Modulbezeichnung	International Management: Seminar & Cases
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Theorie der internationalen Unternehmung • Politisches Umfeld der internationalen Unternehmung • Internationale Strategie • Internationales operatives Management • Regional Studies
Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden präsentieren ein ausgewähltes Thema, ordnen dies in die Theorie der internationalen Unternehmensführung ein und vertiefen so exemplarisch ihre Fachkompetenzen. • Insbesondere soll die praktische Verwendbarkeit anhand selbst gewählter Kurzfallstudien aufgezeigt werden • Schulung der Methodenkompetenzen und der Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens • Ausbau der Kommunikationskompetenz durch Präsentation einer wissenschaftlichen Thematik und Diskussion des der Inhalte • Schulung der Selbstkompetenz mittels überwiegend selbständiger Erarbeitung des Themas
Studiensemester (ggf. Trimester)	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Gesamtworkload	4 SWS / 125 Stunden Gesamtworkload, davon 60 Stunden Präsenzzeit sowie 65 Stunden Eigenstudiumszeit
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	<p>Zusammenhang mit anderen Modulen innerhalb desselben Studiengangs: forschungsorientiertes Modul innerhalb des Studiengangs; ermöglicht Orientierung für die Master-Thesis.</p> <p>Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: keine spezifischen Studiengänge</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine besonderen Voraussetzungen
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Bleuel

Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Bleuel
Lehrsprache	Deutsch/Englisch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Seminararbeit (15 Seiten Text exkl. Anhang)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5,56%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminar mit Vorträgen der Teilnehmer und Diskussion im Kurs
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	s.o.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Literatur mit Forschungsbezug:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dunning, J.H. & Sauvant, K.P.: The United Nations Library on Transnational Corporations, UMCTAD, Genf, 2004, 20 Bände • Key, J.: The Economics of Business Strategy, International Library of Critical Writings in Economics, Nr. 163, Cheltenham 2003 • Rugman, A.M. & Brewer, T.L.: The Oxford Handbook of International Business ,2. Aufl., Oxford ,2009. <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturhinweise sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>

Modul-Nr./ Code	3
Modulbezeichnung	Applied Global Economics & Country Analysis
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die globale Mikro- und Makroökonomik • Zentrale ökonomische Länderindikatoren / Doing Business Indikatoren der Weltbank • Referenzansätze zur ökonomischen Länderanalyse (Washington Konsens, (neue) Institutionenökonomik, Konstitutionenökonomik etc.) • Zentrale Rolle und ökonomische Analyse von Governance und interkulturellen Aspekten sowie hiervon beeinflusste unternehmerische Entscheidungen im internationalen Umfeld • Bewertungsmaßstäbe der Regierungsarbeit aus unternehmerischer Sicht kennen und beurteilen
Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls beherrschen die Studierenden die relevanten Aspekte und Besonderheiten der angewandten internationalen Volkswirtschaftslehre auf dem Masterniveau. • Die Studierenden erlernen die internationale VWL aus einer unternehmenszentrierten Sichtweise, während im Gegensatz dazu traditionell die staatliche Perspektive dominiert. • Die Veranstaltung ist genau auf die Belange künftiger Unternehmer/innen und Manager/innen abgestimmt, da externe Umwelteinflüsse auf ein Unternehmen auch von entscheidender Bedeutung sind. • Die Teilnehmer/innen kennen die relevanten Aspekte der volkswirtschaftlichen Länderanalyse aus einer Unternehmensperspektive, können Länderanalysen aus anderen Quellen kompetent einschätzen und können eigenständig auch qualifizierte Länderanalysen auf angemessener theoretischer Grundlage erstellen.
Studiensemester (ggf. Trimester)	1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Gesamtworkload	4 SWS / 125 Stunden Gesamtworkload, davon 60 Stunden Präsenzzeit sowie 65 Stunden Eigenstudiumszeit
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul

Verwendbarkeit des Moduls	Zusammenhang mit anderen Modulen innerhalb desselben Studiengangs: Grundlagenmodul innerhalb des Studiengangs, in welchem die gesamtwirtschaftliche Basis für allgemeine und Spezialisierungsmodule gelegt wird. Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: keine spezifischen Studiengänge
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine besonderen Voraussetzungen
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Lothar Funk
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Lothar Funk
Lehrsprache	Englisch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	90-minütige Klausur
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5,56%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung mit Diskussion und Seminararbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	

<p>Literatur</p> <p>(Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<ul style="list-style-type: none">• Currie, D.M. (2011). Country Analysis: Understanding Economic and Political Performance, Farnham & Burlington: Gower.• Erlei, M./Leschke, M. & Sauerland, D. (2007). Neue Institutionenökonomik, 2. Auflage, Stuttgart: Schäffer/Pöschel.• Kasper, W./Streit, M.E. & Boettke, P.J. (2012). Institutional Economics: Property, Competition, Policies, Cheltenham/Northampton: Edward Elgar.• Marthinsen, J.E. (2015). Managing in a Global Economy. Demystifying International Macroeconomics, 2. Auflage, New York et al.: Cengage Learning.• Miles, D./Scott, A./Breedon, F. (2012): Macroeconomics: Understanding the Global Economy, Chichester: Wiley.• OECD (various years): Selected publications that are published regularly including Country Reports, Going for Growth etc.• Pinto, B. (2014): How does my Country Grow? Economic Advice Through Story-Telling, Oxford: Oxford University Press.• Yamarone, R. (2012): The Trader's Guide to Key Economic Indicators, 3. Auflage, Hobokon: Wiley. <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>
--	---

Modul-Nr./ Code	4
Modulbezeichnung	International Law & Compliance
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung nationalen, supranationalen und internationalen Rechts für grenzüberschreitendes wirtschaftliches Handeln • Überblick über das deutsche private und öffentliche Wirtschaftsrecht, Hinweise zum Wirtschaftsstrafrecht • Einfluss des Europarechts • Gegenüberstellung Civil Law vs. Case Law, Auswirkungen der Unterschiede auf die Vertragspraxis • Bestimmung des anwendbaren Rechts nach den Regelungen des „Internationalen Privatrechts“ (EU-Recht/Rom-Verordnungen, EGBGB, völkerrechtliche Verträge), dazu gehören u.a. Rück- und Weiterverweisung, Ordre Public; Rechtswahlmöglichkeiten und lex rei sitae; inhaltliche Schwerpunkte: Vertrags-, Arbeits- und Verbraucherschutzrecht • UN-Kaufrecht (CISG) • Internationales Gesellschaftsrecht: Sitz- und Gründungstheorie, grenzüberschreitende Umwandlungen, supranationale Rechtsformen (Societas Europaea, ggf. Europäische Privatgesellschaft) • Rechtsvergleichung: deutsches Kapitalgesellschaftsrecht vs. Corporate Law der Common Law-Jurisdiktionen, insb. monistisches vs. dualistisches System und vor- und nachgelagertes System des Gläubigerschutzes • Deutscher Corporate Governance Kodex (DCGK) • grenzüberschreitende Unternehmenstransaktionen (M&A): Letter of Intent, Due Diligence und Vendor Due Diligence (incl. Compliance DD), Share Purchase Agreement, Signing und Closing, Legal Opinion • Alternative Dispute Resolution (ADR): Mediation und internationale Schiedsgerichtsbarkeit; Hinweise zum internationalen Zivilverfahrensrecht und Forum Shopping • Compliance: Ausgangspunkt Organhaftung; Definition im DCGK, Compliance Management Systeme (CMS), Rolle des Compliance Officers, Beispiel eines CMS; Rechtsvergleichung USA und UK • Hinweise zur Rechtspraxis in internationalen Angelegenheiten: Auswahl und Vergütung von Law Firms, Conflict Checks, lateinisches Notariat vs. Notary Public; Auslandsbeurkundungen und Apostille

Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Erlangung eines vertieften Verständnisses für die Bedeutung des Rechts für jedes nachhaltige wirtschaftliche Handeln im In- und Ausland • Fähigkeit rechtliche Risiken insbesondere bei grenzüberschreitenden Aktivitäten rechtzeitig zu identifizieren • Fähigkeit mit Rechtsexperten in einem internationalen Kontext zu kommunizieren • Verstehen der Erforderlichkeit und Funktionsweise eines Compliance Management Systems • Fähigkeit passende Rechtsberater auszuwählen und zu kontrollieren
Studiensemester (ggf. Trimester)	1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Gesamtworkload	4 SWS / 125 Stunden Gesamtworkload, davon 60 Stunden Präsenzzeit sowie 65 Stunden Eigenstudiumszeit
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	<p>Zusammenhang mit anderen Modulen innerhalb desselben Studiengangs: Grundlagenmodul innerhalb des Studiengangs, in welchem die rechtliche Basis für allgemeine und Spezialisierungsmodule gelegt wird.</p> <p>Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: keine spezifischen Studiengänge</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine besonderen Voraussetzungen
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Studiengangleitung
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. jur. Peter C. Fischer, M.C.J. (NYU)
Lehrsprache	Englisch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	90-minütige Klausur
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5,56%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristische Vorlesungen und darauf abgestimmte juristische Fallübungen (letztere mit einem erheblichen Anteil an Eigenarbeit), außerdem eine Case Study aus dem Bereich M&A.

Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Es werden umfangreiche Slides und zahlreiche Handouts zur Verfügung gestellt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Robbers, Gerhard, An Introduction to German Law • Schulz/Wasmeier, The Law of Business Organizations: A Concise Overview of German Corporate Law • Moosmayer, Klaus, Compliance: Praxisleitfaden für Unternehmen (Compliance für die Praxis) • Hauschka, Christoph E., Corporate Compliance: Handbuch der Haftungsvermeidung im Unternehmen • Teichmann, Christoph; Compliance: Rechtliche Grundlagen für Studium und Unternehmenspraxis (Studium und Praxis) • Fischer, Peter C., Wirtschaftsprivatrecht (voraussichtlich 2016) <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturhinweise sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>

Modul-Nr./ Code	5
Modulbezeichnung	International Human Resource Management
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Unterschiede zwischen nationalem und internationalem Personalmanagement • Bedeutung von Strategie und Organisation für das Internationale Personalmanagement • Aktuelle Entwicklungen im internationalen Personalmanagement • Internationale Stellenbesetzung, Rekrutierung und Auswahl • Internationale Personalentwicklung • Internationale Entgeltfindung
Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden haben vertiefte Kenntnisse der theoretischen Hintergründe und Anwendungskonzepte des International Human Resources Management als strategischer Ansatz des Personalmanagements und der Personalführung. • Sie verfügen über differenziertes Wissen im Bereich der internationalen Personalführung sowie des systematischen Aufbaus, der Entwicklung und Erhaltung von Humanressourcen, insb. unter Berücksichtigung soziokultureller Unterschiede. • Sie erwerben Kompetenzen im Bereich der Identifikation relevanter Problemstellungen und Herausforderungen des International Human Resources Management, der Beurteilung potenzieller Lösungsansätze sowie im Transfer von erworbenem Wissen auf konkrete, praxisrelevante Fragestellungen. Durch die aktive Teilnahme, die Vorstellung und Diskussion von selbst erarbeiteten Lösungsansätzen wird zudem ihre Argumentations- und Präsentationsfähigkeit sowie die kritische Reflektion eigener und von anderen vorgestellter Denkansätze gesteigert. • Sie sind in der Lage, Problemstellungen umfassend und systematisch zu erfassen, geeignete Konzepte zur Problemlösung zu identifizieren und diese situationsadäquat anzuwenden.
Studiensemester (ggf. Trimester)	1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Gesamtworkload	4 SWS / 125 Stunden Gesamtworkload, davon 60 Stunden Präsenzzeit sowie 65 Stunden Eigenstudiumszeit

Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Zusammenhang mit anderen Modulen innerhalb desselben Studiengangs: greift Kenntnisse aus dem Bereich der strategischen und forschungsorientierten Kompetenzen auf und wendet diese funktionsbezogen an; ermöglicht Orientierung für die Master-Thesis. Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: keine spezifischen Studiengänge
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine besonderen Voraussetzungen
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Stephan Weinert
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Stephan Weinert
Lehrsprache	Englisch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	90-minütige Klausur
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5,56%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristische Vorlesungen und darauf abgestimmte Fallübungen, selbstständige Bearbeitung von Case Studies, ggf. ergänzt durch Gastvorträge und Exkursionen in Zusammenarbeit mit Unternehmen.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	s.o.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Es werden umfangreiche Slides und zahlreiche Handouts zur Verfügung gestellt. <ul style="list-style-type: none"> • Harzing, A.-W. & Pinnington, A. (2014). International Human Resource Management. Los Angeles u.a. • Thomas, D.C. & Peterson, M.F. (2014). Cross-Cultural Management: Essential Concepts. 3. überarbeitete Auflage, Thousand Oaks, Calif. & London: Sage. • Festing, M., Dowling, P. J. u.a.: Internationales Personalmanagement. 3. aktualisierte und überarbeitete Auflage, Wiesbaden, 2010. • Hoyer, K.: Internationales Personalmanagement. Wiesbaden, 2005. • Weber, W. (2001). Internationales Personalmanagement. 2., aktualisierte und überarbeitete Auflage, Wiesbaden, 2001. <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturhinweise sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>

Modul-Nr./ Code	6
Modulbezeichnung	International Finance & Risk Management
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • International Finance • Risk Management
Inhalte des Moduls	<p>International Finance</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gegenstand Corporate Finance • Zusammenhang von Bilanz/GuV/Cash Flow • Nationale vs internationale Kapitalmärkte • Kapitalwertkonzept • Determinanten des WACC (operating vs financial leverage; CAPM) • Kapitalstrukturmanagement • International Capital Budgeting • M&A vs Divestitures <p>Risk Management</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufgaben und Inhalte des Risikomanagements ▪ Risiken von (international tätigen) Unternehmen ▪ Organisation von Risikomanagementsystemen ▪ Risikoidentifikation ▪ Ansätze zur Bewertung von Risiken ▪ Entwicklung von Strategien zur Risikoabsicherung ▪ Integration von Risikomanagement und Ertragsmanagement ▪ Ausgewählte Aspekte des Risikomanagements
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden kennen die Relevanz der Finanzierungstruktur für den Erfolg der Unternehmung und können die Zusammenhänge von jahresabschluss- vs zahlungsorientierten Positionen theoretisch ableiten und praktisch anwenden.</p> <p>Sie kennen die Bedeutung finanzwirtschaftlicher und nicht-finanzwirtschaftlicher Faktoren für die Bestimmung der Kapitalkosten und deren Anwendung in der Unternehmensbewertung sowie dem Kapitalstrukturmanagement und können diese kritisch würdigen.</p> <p>Die Studierenden kennen die Funktionsweise von internationalen Kapitalmärkten und können Investitionsentscheidungen unter besonderer Berücksichtigung internationaler Aspekte analysieren.</p> <p>Die Studierenden kennen die Risiken, mit denen Unternehmen typischerweise konfrontiert sind und können die spezifische Risikosituation eines Unternehmens analysieren und dokumentieren.</p>

	<p>Die Studierenden sind in der Lage, das Risikomanagementsystem eines (international tätigen) Unternehmens zu analysieren und hinsichtlich seiner Leistungsfähigkeit einzuschätzen.</p> <p>Außerdem kennen sie die gebräuchlichen Methoden, um Risiken zu bewerten, können die gebräuchlichen Risikokennzahlen interpretieren, kennen die Risiken, die mit diesen Verfahren verbunden sind und können Informationen aus dem Risikomanagement mit Informationen aus dem Ertragscontrolling eines Unternehmens strategisch und operativ verbinden, interpretieren und Handlungsempfehlungen hieraus ableiten.</p> <p>Die Studierenden kennen die gebräuchlichen Sicherungsinstrumente und können mit deren Hilfe eine Sicherungsstrategie für ein Unternehmen entwickeln.</p>
Studiensemester (ggf. Trimester)	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Gesamtworkload	4 SWS / 125 Stunden Gesamtworkload, davon 60 Stunden Präsenzzeit sowie 65 Stunden Eigenstudiumszeit
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlmodul
Verwendbarkeit des Moduls	<p>Zusammenhang mit anderen Modulen innerhalb desselben Studiengangs: greift Kenntnisse aus dem Bereich der strategischen und forschungsorientierten Kompetenzen auf und wendet diese funktionsbezogen an; ermöglicht Orientierung für die Master-Thesis.</p> <p>Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: keine spezifischen Studiengänge</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine spezifischen Voraussetzungen
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	<p>Prof. Dr. Marcus Albrecht</p> <p>Prof. Dr. Christian Kölle</p>
Lehrsprache	Englisch/Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	90-minütige Klausur

Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5,56 %
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Seminaristischer Unterricht mit integrierten Übungen • Präsentationen
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Bearbeitung von Fallstudien und Fragestellungen mit aktuellem Bezug
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Berk/DeMarzo (2013): Corporate Finance • Brealey/Myers/Allen (2014): Principles of Corporate Finance • Copeland/Weston/Shastri (2004): Financial Theory and Corporate Policy • Eiteman/Stonehill/Moffet (2013): Multinational Business Finance • Kruschwitz/Husmann (2012): Finanzierung und Investition • Perridon/Steiner/Rathgeber (2012): Finanzwirtschaft der Unternehmung • Ross/Wersterfield/Jaffe: Corporate Finance • Rudolph (2006): Unternehmensfinanzierung und Kapitalmarkt • Gleißner, W.: Grundlagen des Risikomanagements im Unternehmen, 2. Auflage, München 2011 • Hull, J. C.: Risikomanagement, 4. Auflage, München 2016 • Oehler, A. u. Unser, M.: Finanzwirtschaftliches Risikomanagement, Berlin u.a. 2001 • Schierenbeck, H. u. Lister, M.: Ertragsorientiertes Bankmanagement, Bank 1, 9. Auflage, Wiesbaden 2014 und Bank 2, 9. Auflage, Wiesbaden 2008 • Hannemann, R. u.a. (Hrsg.): Mindestanforderungen an das Risikomanagement, 4. Auflage, Stuttgart 2013 • Romeike, F. und Hager, P.: Erfolgsfaktor Risiko-Management 3.0 - Methoden, Beispiele, Checklisten, Praxishandbuch für Industrie und Handel, Wiesbaden 2013 <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturhinweise sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>

Modul-Nr./ Code	7
Modulbezeichnung	International Accounting
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Value Management • Financial Accounting
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Begründung wertorientierter Unternehmensführung und Konzeption eines wertorientierten Controllings • Einschlägige wertorientierte Kennzahlensysteme (Shareholder Value/DCF, EVA/MVA, CVA/CFROI) • Inhalte wertorientierter Zielplanung, wertorientierter Strategieformulierung und Strategieimplementierung • Unterstützende wertorientierte Controlling-Instrumente auf Geschäftsfeld- und Gesamtunternehmensebene • Regelungen der internationalen Rechnungslegung (IFRS) für wesentliche Bilanzposten • Fallstudienorientierte Nutzung bilanzieller Gestaltungsspielräume • Kritische Würdigung aktueller Neuerungen der internationalen Rechnungslegung und Herausforderungen und deren praktischer Implementierung mit Blick auf bestehende Kennzahlen.
Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden verstehen die Beweggründe für wertorientierte Unternehmensführung/wertorientiertes Controlling, sie können wertorientierte Kennzahlen konzeptionell darlegen, rechnerisch anwenden und ihre Tauglichkeit für verschiedene Fragen der Unternehmenssteuerung differenziert würdigen. Sie kennen unterschiedliche Ausgestaltungsmöglichkeiten wertorientierter Geschäftsfeldziele und Unternehmensziele sowie entsprechender Strategien. Sie können wertorientierte Analyse- und Bewertungs-instrumente einsetzen und interpretieren. Zusätzlich sind den Studierenden controlling-relevante Instrumente zur Operationalisierung, Absicherung und Erfolgskontrolle wertorientierter Strategien vertraut. • Die Studierenden kennen wesentliche Regelungen der internationalen Rechnungslegung, können diese eigenständig auf praktische Problemstellungen anwenden und bei Wahlrechten oder Ermessensspielräumen durch Abwägung verschiedener Lösungsalternativen die bilanzielle Abbildung im zulässigen Rahmen gestalten. Sie kennen ausgewählte Neuerungen der internationalen Rechnungslegung und können die Vor- und Nachteile dieser Regeländerungen differenziert beurteilen sowie deren praktische Implementierung strukturieren und planen. Sie schätzen daneben mögliche Auswirkungen der IFRS-Änderungen auf bestehende (wertorientierte) Kennzahlensysteme ab und entwickeln geeignete Anpassungsmaßnahmen.

Studiensemester (ggf. Trimester)	1.Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Gesamtworkload	4 SWS / 125 Stunden Gesamtworkload, davon 60 Stunden Präsenzzeit sowie 65 Stunden Eigenstudiumszeit
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Zusammenhang mit anderen Modulen innerhalb desselben Studiengangs: greift Kenntnisse aus dem Bereich der strategischen und forschungsorientierten Kompetenzen auf und wendet diese funktionsbezogen an; ermöglicht Orientierung für die Master-These. Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: keine spezifischen Studiengänge
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine spezifischen Voraussetzungen
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Astrid Lachmann Prof. Dr. Dirk Jödicke
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Astrid Lachmann (Value Management) Prof. Dr. Dirk Jödicke (Financial Accounting)
Lehrsprache	Englisch/Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	90-minütige Klausur
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5,56%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht, integrierte Übungen und Praxisbeispiele/Praxisfälle
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Fachlich einschlägige Gastvorträge

<p>Literatur</p> <p>(Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Coenenberg/Salfeld/Schultze (2015): Wertorientierte Unternehmensführung, Vom Strategieentwurf zur Implementierung, 3. Aufl. • Weber/Bramseman/Heinecke/Hirsch (2004): Wertorientierte Unternehmenssteuerung, Konzepte – Implementierung – Praxisstatements. • Ahlemeyer/Burger (2015): Wertorientiertes Controlling – Konzepte und Fallstudien. • Rappaport (1998): Creating Shareholder Value, A Guide for Managers and Investors, 2. Aufl. • Stewart (1991): The Quest for Value, the EVA management guide. • Pellens/Fülbier/Gassen/Sellhorn (2014), Internationale Rechnungslegung, 9. Aufl.
	<ul style="list-style-type: none"> • Coenenberg/Haller/Schulze (2016), Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 24. Aufl. • Weißenberger (2011): IFRS für Controller, 2. Aufl. • PKF International (2016), Wiley IFRS 2016 – Interpretation and Application of International Financial Reporting Standards. • Wiley-VCH (2016), International Financial Reporting Standards 2016 – English and German edition of the official standards approved by the EU. <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturhinweise sind den Veranstaltungunterlagen zu entnehmen.</p>

Modul-Nr./ Code	8
Modulbezeichnung	International Marketing
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Besonderheiten des internationalen Marketings • Rahmenfaktoren des internationalen Marketing • Motive und Ziele des internationalen Marketing • Spezifika der internationalen Marktforschung • Grundorientierungen und strategische Optionen des internationalen Marketing • Internationale Marktwahl- und Marktsegmentierungsstrategien • Internationale Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien • Internationale Standardisierung vs. Differenzierung • Internationaler Einsatz der Marketing-Instrumente (Produktpolitik, Preispolitik, Distributionspolitik sowie vertiefend Kommunikationspolitik und Markenpolitik) • Internationale Marketing-Organisation und -Implementierung • Neuere Entwicklungen und Trends
Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Mit dem Abschluss der Lehrveranstaltung verfügen die Studierenden über ein detailliertes Verständnis der konzeptionellen und methodischen Grundlagen sowie die Praxisanwendung des internationalen Marketing. Sie verstehen die Bedeutung und Ziele einer internationalisierten Geschäftstätigkeit sowie die besonderen Rahmenbedingungen des Marketing im internationalen Kontext. Sie können die spezifischen Informationsnotwendigkeiten im internationalen Marktumfeld einschätzen und verstehen es, die unterschiedlichen Entscheidungsfelder und -alternativen des strategischen sowie operativen internationalen Marketing zu strukturieren. Sie sind in der Lage, die Hintergründe und Einflussfaktoren von Marketing-, Strategie- und Maßnahmen-Entscheidungen im Rahmen eines internationalen Markteintritts (Going International) und der dauerhaften internationalen Marktbearbeitung (Being International) nachzuvollziehen und kritisch zu beurteilen. • Die Studierenden erlernen Modelle und Methoden des internationalen Marketing und können sie gezielt und anwendungsorientiert zur Entscheidungsunterstützung einsetzen, um eigenständig und situationsgerecht zielführende Problemlösungen zu erarbeiten. Sie sollen in die Lage versetzt werden, auch komplexere und unsicherheitsbehaftete internationale Entscheidungsprobleme im konkreten Praxisfall einordnen sowie alternative Lösungsansätze unter Heranziehung geeigneter Methoden in Bezug auf

	<p>strategische und operative Implikationen qualifiziert bewerten zu können.</p> <ul style="list-style-type: none"> Durch die Einbindung von Praxisbeispielen, Fallstudien, Präsentationen und Teamarbeit werden die Studierenden in die Lage versetzt, Anwendungsfälle der internationalen Marketing-Praxis unter Anwendung der Fachterminologie kompetent- mündlich wie schriftlich - im Team zu diskutieren und selbstgesteuert zu lösen sowie Lösungsergebnisse und Begründungszusammenhänge klar und eindeutig kommunikativ zu vermitteln.
Studiensemester (ggf. Trimester)	1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Gesamtworkload	4 SWS / 125 Stunden Gesamtworkload, davon 60 Stunden Präsenzzeit sowie 65 Stunden Eigenstudiumszeit
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	<p>Zusammenhang mit anderen Modulen innerhalb desselben Studiengangs: greift Kenntnisse aus dem Bereich der strategischen und forschungsorientierten Kompetenzen auf und wendet diese funktionsbezogen an; ermöglicht Orientierung für die Master-Thesis. Teile des Moduls werden sowohl im Master Kommunikations-, Multimedia- und Marktmanagement als auch im Master of Business Analytics eingesetzt.</p> <p>Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: Teile des Moduls werden sowohl im Master Kommunikations-, Multimedia- und Marktmanagement als auch im Master of Business Analytics eingesetzt.keine spezifischen Studiengänge .</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Kemper
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Kemper
Lehrsprache	Englisch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	90-minütige Klausur

Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5,56%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Teilnehmeraktivierender, seminaristischer Unterricht mit integrierten Fallbeispielen/-studien, Übungen, Einzel-/Gruppenrecherchen und Präsentationen
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Die Lehrveranstaltungen werden durch Gastvorträge und Business Cases begleitet
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Journal of Marketing (Fachzeitschrift) • Journal of Marketing Research (Fachzeitschrift) • Journal of International Business Studies (Fachzeitschrift) • Albaum/Duerr (2011), International Marketing and Export Management, 7. Aufl. • Backhaus/Voeth (2010): Internationales Marketing, 6. Aufl. • Berndt/Fantapie-Altobelli/Sander (2016): Internationales Marketing-Management, 5. Aufl. • Cateora/Gilly/Graham (2015): International Marketing, 17. Aufl. • Czinkota/Ronkainen/Zvobgo (2011): International Marketing • Doole/Lowe/Kenyon (2015): International Marketing Strategy. Analysis, Development and Implementation, 7. Aufl. • Keegan/Green (2014): Global Marketing, 8. Aufl. • Kotabe/Helsen (2015): Global Marketing Management, 6. Aufl. • Meffert/Burmann/Becker (2010): Internationales Marketing-Management. Ein markenorientierter Ansatz, 4. Aufl. • Müller/Gelbrich (2014): Interkulturelle Kommunikation • Müller/Gelbrich (2014): Interkulturelles Marketing, 3. Aufl. • Zentes/Swoboda/Schramm-Klein (2013): Internationales Marketing, 3. Aufl. <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>

Modul-Nr./ Code	Modul 9
Modulbezeichnung	International Distribution & Supply Chain Management
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Strategische Analyse von Absatzkanalalternativen • Kooperative Formen in der Distribution und des Supply Chain Managements • Multi-Channel Distribution • Prognoseverfahren • Logistiknetzwerke • Lagermanagement • Sourcing, Produktion, Absatz • Leistungskennzahlen und -treiber • Einsatz neuester Informationstechnologien • SCM-Simulation
Lernergebnisse des Moduls	<p><u>Fachkompetenzen:</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, komplexe Zusammenhänge entlang der internationalen Wertschöpfungskette eines Produktes zu analysieren und entsprechende Entscheidungen zu treffen. Sie verstehen, die Möglichkeiten des Global Sourcings effizient zu nutzen, Produktionskapazitäten zu organisieren, Warenflüsse zu steuern und Produkte zielkundenspezifisch in den entsprechenden internationalen Distributionskanälen zu vertreiben.</p> <p><u>Methodische Kompetenzen:</u></p> <p>Die Studierenden können Modelle und Methoden anwenden, mit denen sie sich selbstständig unterschiedliche Handlungsszenarien erarbeiten, die auch basierend auf unvollständigen Informationen zu wirkungsvollen Handlungen führen.</p> <p><u>Persönliche Kompetenzen:</u></p> <p>Aufgrund des Aufbaus des Moduls, das in wesentlichen Teilen aus Fallbeispielen, Projektarbeiten in Gruppenarbeit und Gastvorträgen besteht, erweitern die Studierenden Ihre kommunikativen und kooperativen Fähigkeiten. Sie lernen, im Team Verantwortung zu übernehmen, aber auch sich im Team im Sinne des Teams zu engagieren. Durch die, in großen Teilen, Verwendung der englischen Sprache im Modul, sind die Studierenden in der Lage, sich eloquent im internationalen Umfeld zu bewegen.</p>
Studiensemester (ggf. Trimester)	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich

Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Gesamtworkload	4 SWS / 125 Stunden Gesamtworkload, davon 60 Stunden Präsenzzeit sowie 65 Stunden Eigenstudiumszeit
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Zusammenhang mit anderen Modulen innerhalb desselben Studiengangs: greift Kenntnisse aus dem Bereich der strategischen und forschungsorientierten Kompetenzen auf und wendet diese funktionsbezogen an; ermöglicht Orientierung für die Master-Thesis. Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: Teile des Moduls werden sowohl im Master of Business Analytics als auch im Master Kommunikations-, Multimedia- und Marktmanagement eingesetzt.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine spezifischen Voraussetzungen
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Scheideler
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Scheideler
Lehrsprache	Englisch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	90-minütige Klausur
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5,56%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht mit integrierten Übungen / Fallstudien / Projektarbeiten
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Die Lehrveranstaltungen werden begleitet durch Gastvorträge, Business Cases, Einsatz von Simulations-Software
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Schögel (2012): Distributionsmanagement, • Specht (2005): Distributionsmanagement, 4. Aufl. • Koether (2014): Distributionslogistik, 2. Aufl. • Fandel (2009): Supply Chain Management • Chopra (2015): Supply Chain Management, Strategy, Planning, and Operation, 6. Aufl • Kummer (2013): Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, 3. Aufl. <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p> <p><u>Simulationssoftware</u>: The Fresh Connection; https://www.thefreshconnection.biz/de/</p>

Modul-Nr./ Code	10
Modulbezeichnung	Quantitative Research Methods
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Vermittlung der Grundprinzipien des quantitativen Paradigmas in der sozialwissenschaftlichen (Wirtschafts-) Forschung • Wissenschaftstheoretische Grundlagen der quantitativen Sozialforschung (insb. Kritischer Rationalismus) • Gütekriterien der quantitativen Forschung • Quantitative Forschungsdesigns und Operationalisierung • Stichprobenziehung und Methoden der Datenerhebung und -auswertung • Computergestützte Datenauswertung (z.B. Excel, Eviews oder SPSS)
Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind den Teilnehmern/innen die relevanten Aspekte und Besonderheiten der quantitativen Forschung bekannt • Die Teilnehmer/innen sind in der Lage zu erkennen, wann ein quantitativer Zugang im Vergleich zu einer qualitativen Vorgehensweise zu bevorzugen ist, um Fragestellungen des International Managements beantworten zu können • Verschiedene Möglichkeiten der Stichprobenziehungen sowie deren jeweilige Vor- und Nachteile sind bekannt und werden sicher umgesetzt • Methoden der Datenerhebung, insbesondere standardisierte Fragebögen, können angewandt werden • Methoden der Datenauswertung – insbesondere computergestützt – werden beherrscht. Darüber hinaus sind die Teilnehmer/innen in der Lage quantitative Forschungsergebnisse zu interpretieren, kritisch zu reflektieren und darzustellen.
Studiensemester (ggf. Trimester)	1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Gesamtworkload	4 SWS / 125 Stunden Gesamtworkload, davon 60 Stunden Präsenzzeit sowie 65 Stunden Eigenstudiumszeit
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul

Verwendbarkeit des Moduls	Zusammenhang mit anderen Modulen innerhalb desselben Studiengangs: Grundlagenmodul des Studiengangs, das die Basis für die anwendungsorientierten Module legt. Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: keine spezifischen Studiengänge
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine besonderen Voraussetzungen
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Studiengangleitung
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Betreuender Hochschullehrer
Lehrsprache	Deutsch/Englisch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	90-minütige Klausur bzw. Prüfung am PC
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5,56%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristische Vorlesungen und darauf abgestimmte Projektarbeiten
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Döring, N. & Bortz, J. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. 5. vollständig überarbeitete, aktualisierte und erweiterte Auflage, Heidelberg: Springer. • Bortz, J. & Schuster, C. (2010). Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler. 7. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, Berlin u.a.: Springer. • Häder, M. (2015). Empirische Sozialforschung. 3. Auflage, Wiesbaden: Springer. • Hayes, A. F. (2013). Introduction to Mediation, Moderation and Conditional Process Analysis. New York & London: The Guilford Press. • Raithel, J. (2008). Quantitative Forschung. 2. Auflage, Wiesbaden: VS Verlag. <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>

Modul-Nr./ Code	11
Modulbezeichnung	Qualitative Research Methods
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Vermittlung der Grundprinzipien des qualitativen Paradigmas in der sozialwissenschaftlichen (Wirtschafts-) Forschung • Theoretische Fundierung und Denkschulen (z.B. Hermeneutik, Symbolischer Interaktionismus, Sozialer Konstruktivismus) • Gütekriterien der qualitativen Forschung sowie der Mixed-Methods-Forschung • Qualitative Forschungsdesigns, Besonderheiten der qualitativen Stichprobenziehung, und Methoden der Datenerhebung und -auswertung • Computergestützte qualitative Methoden
Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind den Teilnehmern/innen die relevanten Aspekte und Besonderheiten der qualitativen Forschung bekannt • Die Teilnehmer/innen sind in der Lage zu erkennen, wann ein qualitativer Zugang im Vergleich zu einer quantitativen Vorgehensweise zu bevorzugen ist, um Fragestellungen des International Managements beantworten zu können • Besonderheiten qualitativen Stichprobenziehungen sind bekannt und werden sicher umgesetzt • Methoden der Datenerhebung, insbesondere weniger standardisierte "offene" Interviews, können angewandt werden • Methoden der Datenauswertung – auch computergestützt – werden beherrscht. Darüber hinaus sind die Teilnehmer/innen in der Lage qualitative Forschungsergebnisse kritisch zu reflektieren und darzustellen.
Studiensemester (ggf. Trimester)	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Gesamtworkload	4 SWS / 125 Stunden Gesamtworkload, davon 60 Stunden Präsenzzeit sowie 65 Stunden Eigenstudiumszeit
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul

Verwendbarkeit des Moduls	Zusammenhang mit anderen Modulen innerhalb desselben Studiengangs: Grundlagenmodul des Studiengangs, das die Basis für die anwendungsorientierten Module legt. Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: keine spezifischen Studiengänge
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine besonderen Voraussetzungen
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Stephan Weinert
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Stephan Weinert
Lehrsprache	Englisch/Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	90-minütige Klausur
Gewichtung der Note in der Gesamtnot	5,56%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristische Vorlesungen und darauf abgestimmte Projektarbeiten
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Döring, N. & Bortz, J. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. 5. vollständig überarbeitete, aktualisierte und erweiterte Auflage, Heidelberg: Springer. • Wintzer, J. (2016). Qualitative Methoden in der Sozialforschung. Berlin & Heidelberg: Springer. • Mey, G. & Mruck, K. (2014). Qualitative Forschung. Wiesbaden: Springer. • Brüsemeister, T. (2008). Qualitative Forschung. 2. überarbeitete Auflage, Wiesbaden: Springer. • Kuckartz, U., Grunenberg, H. & Dresing, T. (2007). Qualitative Datenanalyse: computergestützt. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden: VS Verlag. <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>

Modul-Nr./ Code	12
Modulbezeichnung	Applied Company / Organization Project
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Einarbeitung in ein Themengebiet des internationalen Managements und Bearbeitung einer projektbezogenen, praxisrelevanten Aufgabenstellung unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Qualitätsanforderungen. • Methodik des wissenschaftlichen Arbeitens • Projektmanagement • Anwendung von Methoden der empirischen Sozialforschung • Aufbereitung und Präsentation von Projektergebnissen
Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Durch die eigenständige Bearbeitung einer Aufgabenstellung aus dem Bereich International Management werden die Studierenden zum selbstständigen Arbeiten auf wissenschaftlicher Basis befähigt. • Die Studierenden lernen, ihre Projekte in den aktuellen Stand der Forschung einzuordnen, durch wissenschaftlich-methodisch fundiertes Vorgehen, neue Erkenntnisse zu gewinnen und praktisch einsetzbare Ergebnisse zu erzielen und zu präsentieren. • Innerhalb des bearbeiteten Spezialgebietes erlangen die Studierenden vertiefte Kenntnisse. Aufgrund der Komplexität und Dauer des Projekts werden die Fähigkeiten in Bezug auf Projekt- und Zeitmanagement geschult.
Studiensemester (ggf. Trimester)	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	15
Gesamtworkload	8 SWS / 375 Stunden Gesamtworkload, davon 120 Stunden Präsenzzeit sowie 255 Stunden Eigenstudiumszeit
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul

Verwendbarkeit des Moduls	Greift Kenntnisse aus den Strategic-, Functional- und Research Competence-Modulen auf und wendet diese praxis- und branchenbezogen an. Ermöglicht Orientierung für die Master-Thesis.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine besonderen Voraussetzungen
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Stephan Weinert
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Stephan Weinert Prof. Dr. Marcus Albrecht
Lehrsprache	Englisch/Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Projektdokumentation (ca. 30 Seiten exkl. Anhang)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	16,7%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminar und Projektarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Projekte sollen i.d.R. in Zusammenarbeit mit Unternehmen oder anderen Organisationen erfolgen, die einen starken Bezug zum internationalen Management aufweisen.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Oehrich (2015): Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben. Schritt für Schritt zur Bachelor- und Master-Thesis in den Wirtschaftswissenschaften • Stöger (2011): Wirksames Projektmanagement. Mit Projekten zu Ergebnissen, 3. Aufl. • Theisen (2013): Wissenschaftliches Arbeiten. Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, 16. Aufl. • Timinger (2015): Wiley-Schnellkurs Projektmanagement • Döring & Bortz (2016): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften 5. vollständig überarbeitete, aktualisierte und erweiterte Auflage. Heidelberg: Springer. <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>

Modul-Nr./ Code	13
Modulbezeichnung	International Business Simulation Game
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in Simulationen bzw. Planspiele • Integrierte Finanzplanung • Ausgewählte Themen der internationalen Unternehmensplanung • Grundzüge des jeweiligen Planspiels • Entscheidungsrunden und -ebenen • Grundzüge eines internationalen Reportings
Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Bereits erworbenes Wissen zur internationalen Betriebswirtschaft anwenden • Selbstständig Einzelaspekte der internationalen Unternehmensplanung und -steuerung recherchieren und erlernen • Unsicherheit und unvollkommene Information als Umgebung betrieblicher Entscheidungen erfahren und Lösungsansätze entwickeln • Entscheidungen in Gruppendiskussion finden • Interdependenzen unternehmerischer Disposition im internationalen Unternehmen verstehen • Fähigkeiten entwickeln, Geschäftsentwicklungen zu analysieren und zu interpretieren • Quantitative Methoden in einer Standard-Softwareumgebung als Planungsunterstützung einsetzen lernen
Studiensemester (ggf. Trimester)	1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload	4 SWS / 250 Stunden Gesamtworkload, davon 60 Stunden Präsenzzeit sowie 190 Stunden Eigenstudiumszeit
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul

Verwendbarkeit des Moduls	Zusammenhang mit anderen Modulen innerhalb desselben Studiengangs: Grundlagenmodul des Studiengangs, das die Basis für die anwendungsorientierten Module legt. Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: keine spezifischen Studiengänge
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine besonderen Voraussetzungen
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Bleuel
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Bleuel
Lehrsprache	Englisch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Hausarbeit (15 Seiten exkl. Anhang)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	11,11%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristische Vorlesungen als Einführung; eigenständige Erarbeitung der Entscheidungslogik und unterstützender Tools; begleitende Gruppen-Meetings und Beratung durch den Lehrenden
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	s.o.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Slides und Handouts werden zur Verfügung gestellt. Dokumentation des Planspiels: <ul style="list-style-type: none"> abhängig von eingesetzter Planspiel-Plattform, voraussichtlich TOPSIM Global Management oder Going Global Theoretische Basisliteratur: <ul style="list-style-type: none"> Bleuel, H.: Internationales Management - Grundlagen, Umfeld und Entscheidungen, Stuttgart, erscheint 2017 Eiteman, D.K., Moffett, M.H. und Stonehill, A.I.: Multinational Business Finance, 14. Aufl., Amsterdam, 2015 Hill, C.: International Business: Competing in the Global Marketplace - Global Edition (10. Aufl.), Maidenhead, 2014. Kutschker, M. und Schmid, S.: Internationales Management (7. Aufl.). München, 2011 <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>

Modul-Nr./ Code	14
Modulbezeichnung	Master Thesis
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Methodik des wissenschaftlichen Arbeitens • Projektmanagement und Zeitmanagement • Einarbeitung in ein Themengebiet und Bearbeitung einer wissenschaftlichen Aufgabenstellung aus dem Bereich International Management • Aufbereitung und Präsentation von Projektergebnissen
Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Durch die eigenständige Bearbeitung einer Aufgabenstellung aus dem Bereich International Management werden die Studierenden zum selbstständigen Arbeiten auf wissenschaftlicher Basis befähigt. • Die Studierenden lernen, ihre Fragestellungen in den aktuellen Stand der Forschung einzuordnen und durch wissenschaftlich-methodisch fundiertes Vorgehen neue Erkenntnisse zu gewinnen und praktisch einsetzbare Ergebnisse zu erzielen und zu präsentieren. • Innerhalb des bearbeiteten Spezialgebietes erlangen die Studierenden vertiefte Kenntnisse. Zudem werden Fähigkeiten in Bezug auf Projekt- und Zeitmanagement geschult.
Studiensemester (ggf. Trimester)	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	25
Gesamtworkload	Gesamtworkload 625 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	<p>Zusammenhang mit anderen Modulen innerhalb desselben Studiengangs: greift Kenntnisse aus den Modulen zur strategischen, forschungsorientierten und interdisziplinären Kompetenz auf und wendet diese praxis-, branchen- und forschungsbezogen an.</p> <p>Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: keine spezifischen Studiengänge</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine besonderen Voraussetzungen; Belegung nach Beratung durch Studiengangleitung

Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Studiengangleitung
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Betreuender Hochschullehrer
Lehrsprache	Englisch/Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	schriftliche Master Thesis
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	27,8%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Selbststudium
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Oehlrich (2015): Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben. Schritt für Schritt zur Bachelor- und Master-Thesis in den Wirtschaftswissenschaften • Theisen (2013): Wissenschaftliches Arbeiten. Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, 16. Aufl. • Stöger (2011): Wirksames Projektmanagement. Mit Projekten zu Ergebnissen, 3. Aufl. • Timinger (2015): Wiley-Schnellkurs Projektmanagement • Fachliteratur entsprechend der diskutierten Themen <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>

Modul-Nr./ Code	15
Modulbezeichnung	Colloquium
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • In drei Blockveranstaltungen – zu Beginn, in der Mitte und am Ende des Semesters – wird die Möglichkeit geboten, die (Thesis-) Themen und methodische Umsetzungen zu diskutieren. • Dazu werden die Themen dann präsentiert und weiter ausgearbeitet. Die Dozenten sowie teilnehmenden Kommilitonen können dabei als Feedbackgeber und Ideenpool genutzt werden. • Weiterhin frischen die Teilnehmer/innen ihre Kenntnisse im wissenschaftlichen Arbeiten auf und vertiefen diese gezielt.
Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz: Vertiefung, Erweiterung und insbesondere Vernetzung der im Rahmen des Studiums und bei der Erstellung der Thesis erworbenen Fachkompetenz. • Methodenkompetenz: Bekannte wirtschaftswissenschaftliche Methoden können hinsichtlich ihrer Eignung zur Problemlösung im Kontext der Thesis bewertet und bei Bedarf transferiert und eingesetzt werden. Weiterhin sind Kenntnisse des wissenschaftlichen Arbeitens vorhanden und können sicher angewandt werden. • Sozialkompetenz: Verteidigung eigener Standpunkte sowie Entwicklung von Empathie für konträre Standpunkte • Persönlichkeitskompetenz: Umgang mit Entscheidungsunsicherheit vor dem Hintergrund der Komplexität der zu lösenden Problemstellungen. Förderung der Fähigkeiten des eigenverantwortlichen Handelns und der interdisziplinären Kompetenzen einschließlich eines ethischen Reflektionsvermögens.
Studiensemester (ggf. Trimester)	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Gesamtworkload	2 SWS / 125 Stunden Gesamtworkload, davon 30 Stunden Präsenzzeit sowie 95 Stunden Eigenstudiumszeit
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul

Verwendbarkeit des Moduls	Zusammenhang mit anderen Modulen innerhalb desselben Studiengangs: greift Kenntnisse aus den Modulen zur strategischen, forschungsorientierten und interdisziplinären Kompetenz auf und wendet diese praxis-, branchen- und forschungsbezogen an. Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: keine spezifischen Studiengänge
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine besonderen Voraussetzungen; Belegung nach Beratung durch Studiengangleitung
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Studiengangleitung
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Bleuel Prof. Dr. Stephan Weinert jeweiliger Betreuer
Lehrsprache	Englisch/Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	30-minütige Präsentation und Diskussion der Master-Thesis, auch in Bezug zu den anderen im Colloquium vorgestellten Themen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5,56%
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Gruppendiskussion, Gruppenarbeiten, individuelle Präsentationen
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Oehrich (2015): Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben. Schritt für Schritt zur Bachelor- und Master-Thesis in den Wirtschaftswissenschaften • Theisen (2013): Wissenschaftliches Arbeiten. Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, 16. Aufl. • Döring & Bortz (2016): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften 5. vollständig überarbeitete, aktualisierte und erweiterte Auflage. Heidelberg: Springer. • Fachliteratur entsprechend der diskutierten Themen <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>