

Modulhandbuch International Business Management (Master)

Bei der Gestaltung eines Studiengangs wird zusätzlich zu Studien- und Prüfungsordnungen ein Modulhandbuch erstellt, das eine inhaltliche Beschreibung der Module und die zu erwerbenden Kompetenzen enthält. Module können verpflichtend oder Teil des Wahlbereiches sein. Jedes Modul wird mit einer Modulabschlussprüfung abgeschlossen und mit einer bestimmten Anzahl an Kreditpunkten versehen. Studiengänge und damit auch Module sind konsequent von den zu erreichenden Qualifikationszielen (Learning Outcomes) her konzipiert.

In den Feldern

- Wissen und Verstehen,
- Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen,
- Wissenschaftliches Selbstverständnis/Professionalität und
- Kommunikation und Kooperation

werden Kompetenzen im Verlauf des Studiums im jeweiligen fachspezifischen Kontext erworben. Dabei werden nicht alle Kompetenzen oder deren Ausprägungen in jedem Modul erworben; relevant ist, dass am Ende des Studiums die Studierenden alle Kompetenzen erworben haben.

Basis hierfür ist der Qualifikationsrahmen für Deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) und die Musterrechtsverordnung gemäß Artikel 4 Absätze 1 – 4 des Studienakkreditierungsstaatsvertrag der Kultusministerkonferenz.



Master-Ebene

Studiengangsziele

Der berufsbegleitende Masterstudiengang "International Business Management" ist ein betriebswirtschaftliches Programm für Absolventinnen und Absolventen (nicht)-betriebswirtschaftlicher Hochschulabschlüsse mit Berufserfahrung (Abschluss: Master of Business Administration, MBA).

Inhalte: Ausbildung und Vertiefung von "International Business Management" (General Management mit Schwerpunkt Internationalisierung).

Mit dieser Ausrichtung wird der Nachfrage nach berufsbegleitender Weiterbildung auf Master-Level Rechnung getragen.

Die Anzahl Wettbewerber in der Region mit vergleichbarem Qualifikationsziel ist niedrig.

Inhalt Module

Masterstudium

Rechnungslegung und Compliance
Geschäftsprozessmanagement
Controlling und Finance
Wissenschaftliches Arbeiten und empirische Sozialforschung
Internationale Wirtschaftsstrukturen
Digitalisierung
Managementkonzepte und -systeme
Führung und Personalmanagement
Business Development
Strategisches Management
Supply Chain Management
International Business Project
B2B Marketing Excellence
Operations Management
Masterthesis

Modul: Rechnungslegung und Compliance

Studiengang:	International Business Management (Master)
Abschlussgrad:	Master of Business Administration (MBA)
Modulnummer:	01
Modultitel:	Rechnungslegung und Compliance
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Alexander Dühnfort
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<p>Das Modul vermittelt grundlegende Kenntnisse über die Themenbereiche Rechnungswesen und Compliance, wie sie für die Managementpraxis in Kapitalgesellschaften relevant sind. Einleitend wird das Compliance-Management, insbesondere Aufbau und Wirken eines internen Kontrollsystems (IKS) erläutert und die Rechnungslegung als für das Management bedeutsamer Teil von Compliance eingeführt. Um die Studierenden entsprechend zu qualifizieren wird zunächst das Verständnis von Funktionen, Bestandteilen, Inhalten und Aussagekraft eines handelsrechtlichen Einzelabschlusses nach HGB gestärkt sowie ein Kurzüberblick über die Besteuerung einer Kapitalgesellschaft nach deutschem Recht gegeben. Hierauf aufbauend wird, der Tendenz zur Internationalisierung der Praxis folgend, das Problemfeld der Rechnungslegung von verbundenen, international dislozierten Unternehmen erläutert, wobei zunächst Informations- und Kommunikationsprobleme sowie die hiermit verbundenen Managementprobleme auch unter Berücksichtigung interkultureller Aspekte im Vordergrund stehen. Die sich hieraus ergebenden Notwendigkeiten für eine vereinheitlichte, aussagekräftige Finanzberichterstattung führen dann zum Themenbereich des Konzernabschlusses. Hier lernen die Studierenden die wesentlichen Voraussetzung für eine erfolgreiche konsolidierte Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage eines Konzerns sowie das technische Vorgehen hierzu kennen. Hierzu ist ein Termin für die Bearbeitung einer Kurzfallstudie vorgesehen, die in der Regel auf Englisch bearbeitet und diskutiert wird. Praxiserfahrungen zu den typischen Problemen bei internationalen Verbänden runden das Modul ab.</p>
Veranstaltungen:	10019 Rechnungslegung und Compliance
Lehr- und Lernformen:	VP
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Hochschulabschluss
Verwendbarkeit des Moduls:	International Business Management (Master)
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Mündliche Prüfung oder Klausur
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Nur Wintersemester

Literatur:	<p>-Streck/Mack/Schwedhelm: Tax Compliance, Otto-Schmidt-Verlag.</p> <p>-Fissenewert: Praxishandbuch internationale Compliance-Management-Systeme, Erich Schmidt-Verlag, Berlin.</p> <p>-Möller/Hüfner/Ketteniß: Buchführung und Finanzberichte, Springer.</p> <p>-Schmidt (Hrsg.): Buchführung und Bilanzierung, Springer.</p> <p>-Nickenig/Wesselmann: Angewandtes Rechnungswesen, Springer.</p> <p>-Meyer: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht: unter Einschluss der Konzernrechnungslegung und der internationalen Rechnungslegung. Darstellung, Kontrollfragen, Aufgaben, Lösungen, NWB-Verlag, Herne [QP 825 M612 B5(22)].</p> <p>-Quick/Wolz: Bilanzierung in Fällen – Grundlagen, Aufgaben und Lösungen nach HGB und IFRS, Schäffer-Poeschel, Stuttgart [QP 820 Q6 B5(4)].</p> <p>-Harms/Marx, Bilanzrecht in Fällen - Handelsbilanz nach BilMoG, Steuerbilanz, IFRS-Abschluss, NWB-Verlag, Herne/Berlin.</p> <p>-Blödtner et.al.: Lehrbuch Buchführung und Bilanzsteuerrecht, NWB-Verlag, Herne</p> <p>-Budde et. al. (Hrsg.): Beck'scher Bilanz-Kommentar: Handels- und Steuerrecht. §§238 bis 339, 342 bis 342e HGB mit EGHGB und IAS/IFRS-Abweichungen, Verlag C.H. Beck, München.</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Ziele, Aufgaben und wesentliche Inhalte eines Compliance-Managementsystems in Unternehmen zu beschreiben und erkennen das Rechnungswesen als wesentliches Element von Compliance.

Sie sind in der Lage, Nutzen, Inhalt und wesentliche Aussagen sowie die Grenzen der Aussagefähigkeit von Einzel- und Konzernabschlüssen internationaler Unternehmen zu beschreiben und können grundsätzliche Einflüsse der Besteuerung in international tätigen Konzernen sowie deren Wirkung kurz beschreiben.

Schwerpunkt:

Verbreiterung des Vorwissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, für die Unternehmensfunktionen, insbesondere in internationalen Unternehmensverbänden, typische interne Kontrollaktivitäten festzulegen. Sie sind in der Lage, aus gegebenen Einzelabschlüssen verbundener Unternehmen einen Konzernabschluss nach HGB oder IFRS aufzustellen. Absolventinnen und Absolventen skizzieren Ansatzpunkte für die Untersuchung der Effektivität bestehender IKS-Systeme sowie für das Design von High-Level-Controls in Unternehmen. Sie erläutern den aktuellen Stand zur Theorie der Konzernrechnungslegung und reflektieren deren Entstehungsgeschichte kritisch.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Die Studierenden verwenden bei der Bearbeitung von Aufgaben im Bereich Rechnungswesen und Compliance die zutreffende Fachsprache.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen können die Wechselwirkung zwischen Compliance und fachlichen Managementaufgaben in den verschiedenen Unternehmensbereichen darstellen und kritisch einschätzen. Sie können den Nutzen der (Konzern)rechnungslegung für die Unternehmensüberwachung einerseits sowie für die Berichterstattung andererseits beschreiben und die diesbezüglichen Erscheinungsformen in der internationalen Unternehmenspraxis einordnen.

Modul: Geschäftsprozessmanagement

Studiengang:	International Business Management (Master)
Abschlussgrad:	Master of Business Administration (MBA)
Modulnummer:	02
Modultitel:	Geschäftsprozessmanagement
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Nils Hagen
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<p>a. Geschäftsprozessmanagements als strategisches Gestaltungsfeld im Rahmen des unternehmerischen Handel</p> <p>b. Definitorische Grundlagen als Managementsystem</p> <p>c. Prozessvisualisierungsformen u.A. ARIS (EPK, FZD, eEPK, WKD, etc) und BPMN</p> <p>d. Vertikale und horizontale Prozessstrukturierung als Mittel der Organisationsgestaltung</p> <p>e. Methoden zur Prozessidentifikation sowie Validierung der erhobenen Ergebnisse sowie Verwendung von Referenzprozessmodellen zur Entwicklung und Gestaltung prozessbasierter Organisationsstrukturen</p> <p>g. Prozesscontrolling sowie prozessbasierte Potenzialableitung.</p> <p>h. Wertschöpfungs- und Qualitätsmanagement sowie Lean Management</p>
Veranstaltungen:	10021 Geschäftsprozessmanagement
Lehr- und Lernformen:	VP
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Hochschulabschluss
Verwendbarkeit des Moduls:	International Business Management (Master)
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolioprüfung = Übungen zur Umsetzung des Prozessvisualisierung (50%) und eine Abschlusspräsentation (50%)
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Nur Wintersemester
Literatur:	<p>- Becker, Jörg; Günther, O.; Karl, W.; Lienhart, R.; Mathas, Christoph; Winkelmann, Axel; Zeppenfeld, K. (Hg.) (2009): Geschäftsprozessmanagement. Informatik im Fokus : SpringerLink : Bücher. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.</p> <p>- Becker, Torsten (Hg.) (2018): Prozesse in Produktion und Supply Chain optimieren. SpringerLink : Bücher. 3. Aufl. 2018. Berlin, Heidelberg: Springer Vieweg.</p> <p>- Gadatsch, Andreas (2020): Grundkurs Geschäftsprozess-Management : Analyse, Modellierung, Optimierung und Controlling von Prozessen. Springer eBook Collection. 9., aktualisierte und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer Vieweg.</p> <p>- Kern, Eva-Maria, (Hg.) (2012): Prozessmanagement individuell umgesetzt : Erfolgsbeispiele aus 15 privatwirtschaftlichen und öffentlichen Organisationen. SpringerLink. Berlin, Heidelberg: Springer (Bücher).</p> <p>- Koch, Susanne (Hg.) (2015): Einführung in das Management von Geschäftsprozessen : Six Sigma, Kaizen und TQM. SpringerLink. 2. Aufl. 2015. Berlin, Heidelberg: Springer Vieweg (Bücher).</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können Prozesse modellieren, textuell beschreiben und mit dem Softwarewerkzeug ARIS Express zeichnen. Absolventinnen und Absolventen können die wesentlichen Merkmale des Prozessmanagements benennen und die Vorgehensweise bei der Prozessanalyse beschreiben. Sie sind in der Lage, aus Managementsicht Potenziale für Prozessverbesserungen zu identifizieren.

Schwerpunkt:

Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können die Bedeutung des Geschäftsprozessmanagements wiedergeben, Prozesse eigenständig aufnehmen und visualisieren und Ansatzpunkte für eine Optimierung der Abläufe herausfinden. Sie erkennen Herausforderungen und Probleme bei internationalen Lieferketten und können Ansatzpunkte für eine Digitalisierung der Prozesse diskutieren.

Schwerpunkt:

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können, ohne Prozessinhaber zu sein, Abläufe verstehen, darüber diskutieren, Schwachstellen erkennen und sich gegenseitig Hilfestellung bieten.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Prozesse auch anhand ihrer betriebswirtschaftlichen Bedeutung sowie deren Auswirkung auf die Digitalisierung für das Unternehmen zu bewerten. Sie können Prozesse selbstständig entwerfen, ohne den Fokus auf die Wesentlichkeit des Prozessmanagements zu verlieren.

Modul: Controlling und Finance

Studiengang:	International Business Management (Master)
Abschlussgrad:	Master of Business Administration (MBA)
Modulnummer:	03
Modultitel:	Controlling und Finance
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Peter Philippi-Beck
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<p>Teil 1 Controlling:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kostenermittlung (u.a. traditionelle Kostenrechnung, Prozesskostenrechnung) - Entscheidung über Produkte / Programme sowie Preispolitik (u.a. Deckungsbeitragsrechnung, Target Costing) - Erfolgsplanung und -kontrolle (u.a. Plankostenrechnung, Budgets, Abweichungsanalyse) - Erfolgsmessung und -beurteilung (u.a. Kennzahlen, Working Capital Management) - Spezielle Gebiete im Controlling <p>Teil 2 Finanzierung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Finanzierung und Risiko - Corporate Finance - Zusammenhänge zwischen operativen Entscheidungen und Finanzierung - Zusammenhänge zwischen Controlling und Finanzierung <p>In beiden Modulteilen wird auf die praktische Umsetzung in international agierenden Unternehmen eingegangen.</p>
Veranstaltungen:	10022 Controlling und Finance
Lehr- und Lernformen:	VP
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	International Business Management
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K 60
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Nur Wintersemester
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> - Brühl, Rolf, Controlling: Grundlagen einer erfolgsorientierten Unternehmenssteuerung, aktuelle Auflage, Verlag Franz Vahlen München, ISBN: 978-3800651948 - Deimel, Klaus, et al., Kostenrechnung. Das Lehrbuch für Bachelor, Master und Praktiker, aktuelle Auflage, Pearson, München, ISBN: 978-3868943016, insbes. Kapitel 1 – 5 - Zantow, Rofer et al. Finanzwirtschaft der Unternehmung 4. Auflage 2016 - Wöhe, Günter et al. Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 27. Auflage 2020
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können die wesentlichen Informationen zu Controlling und Finance wiedergeben. Sie können ihr Wissen aus den Bereichen Finanzierung und Controlling mit dem Wissen zur Steuerung von Unternehmen kombinieren.

Schwerpunkt:

Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können qualitative und quantitative Urteile für unternehmerische Entscheidungen anhand von Analysen gegebener finanzwirtschaftlicher Sachverhalte fällen. Dabei gilt es, Informationen zu hinterfragen, Alternativen zu vergleichen und zu bewerten. Diese Informationen sind selbständig und strukturiert zu ermitteln.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, ihr Wissen in Diskussionen in heterogenen Teams zu strukturieren und zu ordnen sowie anzuwenden. Ziel ist es, eine abgestimmte Entscheidung zu erarbeiten.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Wissen aus angrenzenden Bereichen der Betriebswirtschaft zu integrieren. Dadurch sind sie befähigt, mögliche Zielkonflikte der Entscheidungen zu bewerten bzw. aufzulösen und erfolgsorientiert zu entscheiden.

Modul: Wissenschaftliches Arbeiten und empirische Sozialforschung

Studiengang:	International Business Management (Master)
Abschlussgrad:	Master of Business Administration (MBA)
Modulnummer:	04
Modultitel:	Wissenschaftliches Arbeiten und empirische Sozialforschung
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. oec. publ. habil. Gerhard Krönes
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<p>Wissenschaftliches Arbeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen - Zeitmanagement - Themenfindung und -abgrenzung - Recherche und Materialauswahl - Gliederungserstellung - Wissenschaftliches Schreiben - Wissenschaftliches Präsentieren <p>Empirische Sozialforschung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die empirische Sozialforschung <ul style="list-style-type: none"> ° qualitative und quantitative Forschung ° Triangulation ° Qualitätskriterien qualitativer Forschung - Alles ist Theorie (Beispiel verschiedener theoretischer Zugänge mit Übung) - Forschungsdesign und Forschungsprozess: methodologische Fragen <ul style="list-style-type: none"> ° Formulierung einer Forschungsfrage ° Forschungsprozess und Methodik (qualitative Inhaltsanalyse) ° Datenerhebung ° Datenanalyse
Veranstaltungen:	10023 Wissenschaftliches Arbeiten und empirische Sozialforschung
Lehr- und Lernformen:	VP und Seminar
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Hochschulabschluss
Verwendbarkeit des Moduls:	International Business Management
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	<p>Portfolioprüfung =</p> <p>Referat mit thematisch zugehöriger schriftlicher Ausarbeitung und Durchführung,</p> <p>Dokumentation und Auswertung einer kleinen empirischen Erhebung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung eines Interviews 12,5 % - Durchführung, kritische Selbstreflexion und Dokumentation 22,5 % - Auswertung einer kleinen empirischen Erhebung 15,0 % - Literaturarbeit und Inhalt eines Referats 20,0 % - Vortrag in Präsenz oder als vertonte Power-Point-Präsentation und ggf. Diskussion 10,0 % - Kurz-Hausarbeit (6000 Zeichen) 20,0 %
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Nur Wintersemester

Literatur:	<p>Voss, Rödiger (2020), <i>Wissenschaftliches Arbeiten leicht verständlich</i>, UVK Verlag München, 7. Auflage</p> <p>Spiggle, S. (1994), "Analysis and Interpretation of Qualitative Data in Consumer Research," <i>JOURNAL OF CONSUMER RESEARCH</i>, 21 (December), 491–503.</p> <p>Kuckartz, U. (2014), <i>Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung</i>. Juventa Paperback. Weinheim, Bergstr: Beltz Juventa.</p> <p>Yin, R. K. (2009), <i>Case study research. Design and methods</i>. Applied social research methods series, Vol. 5. Los Angeles, Calif.: Sage Publications.</p> <p>Woodside, A. G. and E. J. Wilson (2003), "Case study research methods for theory building," <i>Journal of Business & Industrial Marketing</i>, 18 (6/7), 493–508.</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen verfügen über Kenntnisse der empirische Sozialforschung mit Schwerpunkt bei den qualitativen Methoden in Theorie und Anwendung.

Studierende können methodische Elemente wissenschaftlichen Arbeitens darstellen.

Schwerpunkt:

Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, eine Forschungsfrage zu entwickeln, eine Methode zur Datenerhebung auszuwählen und haben ein Verständnis für Datenanalyse entwickelt. Diese Grundfähigkeiten erproben die Studierenden exemplarisch an der Vorbereitung, Durchführung und Interpretation eines Leitfadeninterviews. Studierende sind in der Lage, sich mittels Recherche einen Überblick über ein Themengebiet zu verschaffen. Sie können in dem vorgefundenen Material für das Thema Wesentliches auswählen und verwerten. Sie sind arbeitsorganisatorisch befähigt, korrekte Quellenangaben vorzubereiten. Sie können mittels Verwendung des ausgewählten Materials ein eigenes Themenverständnis entwickeln und zielführende Bearbeitungsideen generieren.

Schwerpunkt:

Wissenschaftliche Innovation

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen verfügen über analytische Kompetenz und können sich kritisch und systematisch mit unterschiedlichen empirischen Forschungsmethoden auseinandersetzen, deren Probleme ihnen geläufig sind. Sie sind in der Lage, die Untersuchungsmethode wie die erzielten Ergebnisse in adäquater Weise darzustellen.

Die Studierenden sind in der Lage, ihre erarbeiteten Erkenntnisse zu strukturieren und in einem Vortrag, in Diskussionen und in einer schriftlicher Ausarbeitung unter zeitlicher und/oder räumlicher Begrenzung zu präsentieren.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen verfügen über analytische Kompetenz und können sich kritisch und systematisch mit unterschiedlichen empirischen Forschungsmethoden auseinandersetzen, deren Probleme ihnen geläufig sind.

Absolventinnen und Absolventen haben die Fähigkeit, sich ein Themengebiet zu erschließen, ein konkretes Thema zu generieren, es mit wissenschaftlichen Methoden zielführend zu bearbeiten und ihre Ergebnisse in adäquater Weise schriftlich und mündlich zu präsentieren.

Modul: Internationale Wirtschaftsstrukturen

Studiengang:	International Business Management (Master)
Abschlussgrad:	Master of Business Administration (MBA)
Modulnummer:	05
Modultitel:	Internationale Wirtschaftsstrukturen
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Peter Philippi-Beck
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> - Volkswirtschaftliche Modelle zum Verständnis der Internationalisierung - Systematisierung der Problembereiche des Internationalen Managements - Untersuchung der Attraktivität von Ländern als Beschaffungs- und Absatzmärkte - Analyse von Internationalisierungsrisiken - Strategien zur Internationalisierung
Veranstaltungen:	10024 Internationale Wirtschaftsstrukturen
Lehr- und Lernformen:	VP
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Hochschulabschluss
Verwendbarkeit des Moduls:	International Business Management
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolioprüfung = schriftliche Ausarbeitung/Referat und Diskussion die Klausur wird zu 1/3 gewichtet, das Kolloquium zu 2/3.
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Nur Sommersemester
Literatur:	Cavusgil et al, International Business, Pearson 2017 Krugman et al, Internationale Wirtschaft. Pearson 2015 Welge / Holtbrügge, Internationales Management, Schaeffer Poeschel 2015
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können die Basisstrukturen internationaler Wirtschaft beschreiben. Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die Grundlagen der Internationalen Wirtschaftsstrukturen darzustellen. Absolventinnen und Absolventen können ihr erlerntes Wissen zum Management eines Unternehmens mit den Problemstellungen der Internationalisierung kombinieren.

Schwerpunkt:

Wissensverständnis

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können qualitative und quantitative Urteile für unternehmerische Entscheidungen anhand von Analysen gegebener marktlicher Sachverhalte fällen. Dabei gilt es, Informationen zu hinterfragen, Alternativen zu vergleichen und zu bewerten. Diese Informationen sind selbständig und strukturiert zu ermitteln.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Wissen aus angrenzenden Bereichen der Volks- und Betriebswirtschaft zu integrieren und mit der Komplexität der Internationalisierung umzugehen. Dadurch sind sie befähigt, mögliche Zielkonflikte der Entscheidungen zu bewerten bzw. aufzulösen und erfolgsorientiert zu entscheiden.

Modul: Digitalisierung

Studiengang:	International Business Management (Master)
Abschlussgrad:	Master of Business Administration (MBA)
Modulnummer:	06
Modultitel:	Digitalisierung
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. nat. Frank Ermark
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> - Übersicht über mögliche digitale Konzepte und damit verbunden notwendige digitale Transformationen, auch hinsichtlich internationaler Trendentwicklungen, eingebettet in eine Geschäftsmodell Logik. - Vorstellung von Referenzfallstudien: Aktuelle (globale) Entwicklungen im Bereich Digitalisierung <ul style="list-style-type: none"> • Informationstechnik zur Unterstützung von Digitalisierung, z.B. <ul style="list-style-type: none"> o RFID o Cloud Computing o EDI • Fallstudien und Beispiele für die Objekte der Digitalisierung <ul style="list-style-type: none"> o Produkte o Dienstleistungen o Prozess o Schnittstelle zum Kunden • Digitalisierungspotenziale erkennen <ul style="list-style-type: none"> o Intern: Prozessverbesserungen in der Wertschöpfungskette durch digitale Lösungen o Extern: Kundennutzen schaffen • Bewertung von digitalen Lösungen <ul style="list-style-type: none"> o Nutzen von Digitalisierung bewerten (Wirtschaftlichkeit, qualitative Vorteile) o Gefährdungs- und Risikopotenziale o Datenqualität und -sicherheit • Nachhaltigkeit von Maßnahmen zur Digitalisierung
Veranstaltungen:	10025 Digitalisierung
Lehr- und Lernformen:	S
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Hochschulabschluss
Verwendbarkeit des Moduls:	International Business Management
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Präsentation
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Nur Sommersemester

Literatur:	<p>Brynjolfsson E., & McAfee A., (2015), The second machine age . Plassen Verlag. 5. Aufl.</p> <p>Westerman G., Bonnet D., & McAfee A. (2014). Leading Digital, HBR Press, Boston</p> <p>Kreutzer R.T., Land K.-H. (2016). Digitaler Darwinismus, Springer Gabler, 2.Aufl.</p> <p>Porter M. (12/2014). Die Vernetzte Wirtschaft – Das Internet der Dinge revolutioniert die Unternehmen. Harvard Business Manager. Ausgabe 12/2014, Hamburg: manager magazin Verlagsgesellschaft mbH</p> <p>OECD (2013), Exploring Data-Driven Innovation as a New Source of Growth: Mapping the Policy Issues Raised by „Big Data“, OECD Digital Economy Papers, No. 222, OECD Publishing</p> <p>Yang Lu, Papagiannidis S., & Alamanos E., (2018). Internet of Things: A systematic review of the business literature from the user and organisational perspectives, Technological Forecasting and Social Change, https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.01.022.</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können die Grundlagen zur Digitalisierung wiedergeben. Sie können die Bedeutung von Digitalisierung wiedergeben und aktuelle Entwicklungen und Trends, aber auch Risiken im Bereich der Digitalisierung benennen und in den Gesamtkontext der Wertschöpfungskette einordnen.

Schwerpunkt:

Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Schwerpunkt:

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die Ergebnisse zu präsentieren und ihre entwickelten Konzepte zu verteidigen.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen können Potenziale von digitalen Lösungen erkennen und diese im Hinblick auf den Nutzen und Risiken bewerten. Sie können in Teams Konzepte für Unterstützung durch Digitalisierung entwickeln und interpretieren.

Modul: Managementkonzepte und -systeme

Studiengang:	International Business Management (Master)
Abschlussgrad:	Master of Business Administration (MBA)
Modulnummer:	07
Modultitel:	Managementkonzepte und -systeme
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Eberhard Hohl
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	Die Studierenden erarbeiten sich die Grundlagen erfolgreicher und zukunftsgerichteter Unternehmensführung, lernen und diskutieren Managementkonzepte und Managementsysteme für Qualität und Umwelt sowie Management im globalen Business. Sie werden vorbereitet für das internationale Geschäft, erarbeiten sich fachliche und interkulturelle Kompetenzen für das Management in internationalen Unternehmen. Das Modul informiert über wichtige Werkzeuge und Methoden des Managements und bereitet die Studierenden auf die Übernahme von Führungsaufgaben sowie zu einer Verbesserung bzw. Stärkung der persönlichen Wirksamkeit vor.
Veranstaltungen:	10026 Managementkonzepte und -systeme
Lehr- und Lernformen:	VP
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Hochschulabschluss
Verwendbarkeit des Moduls:	International Business Management
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolioprüfung = Klausur (50%) und Referat (50%)
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Nur Sommersemester
Literatur:	
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die wichtigsten Aspekte zu innovativen Managementsystemen und -konzepten wiederzugeben.

Schwerpunkt:

Verbreiterung des Vorwissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können ManagementTools anwenden, z.B. in den Bereichen Strategisches Gestalten (Strategy Map, Unternehmenskulturanalyse), Steuerung und Kommunikation (Zielvereinbarung/ OKR, Verhandlungsmanagement) und Analyse/Synthese (Business Model Canvas). Sie sind in der Lage, die Stärken und Schwächen im Bereich der Persönlichkeitsentwicklung identifizieren und bewerten. Auf dieser Basis können sie Ansatzpunkte für Weiterentwicklung skizzieren. Absolventinnen und Absolventen können ganzheitliche Business-Coaching-Modelle anwenden und können in praktischen Führungsprojekten das Erlernte eigenständig durchführen.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Wissen in heterogenen Teams zielorientiert einzubinden, zu strukturieren und erfolgreich darzustellen. Sie können Unternehmesthemen selbstbewusst und professionell präsentieren und ihre kommunikative Wirkung reflektieren. Sie können ihre Meinung und Problemstellungen klar formulieren und mit unterschiedlichen Akteuren im Geschäftsumfeld diskutieren.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Modul: Führung und Personalmanagement

Studiengang:	International Business Management (Master)
Abschlussgrad:	Master of Business Administration (MBA)
Modulnummer:	08
Modultitel:	Führung und Personalmanagement
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Eberhard Hohl
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<p>Führung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Führung: Erfolgsbeitrag, Führungsverständnis und Legitimation - Führungsrollen und Führungskompetenzen - Führung von internationalen Teams - Landkarte der Führung (Strategie, Struktur, Unternehmenskultur) - Führungstheorien und -modelle (inklusive Self-Leadership) - Führungsinstrumente in der Praxis - New Leadership im Kontext der Digitalisierung <p>Personalmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> - funktionale, institutionale und instrumentelle Betrachtung - internationales Personalmanagement - Lebenszyklusorientiertes Personalmanagement - Personalplanung, -selektion, -einsatz, -beurteilung und Vergütung - Personalmarketing und Personalbindung - Personal- und Organisationsentwicklung - Talentmanagement und Management Development <p>Im Modulteil "Führung" wird ein Coaching "Leadership & Persönlichkeit" durchgeführt. Den Studierenden werden Anregungen und Methoden zur individuellen Entwicklung ihrer Führungspersönlichkeit vermittelt. U.a. wird ein tieferes Verständnis zu folgenden Themen gegeben:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rolle als "Führungskraft im globalen Unternehmen" - erfolgreiche Selbstführung - Resilienz - Kompetenzmanagement und emotionale Intelligenz
Veranstaltungen:	10027 Führung und Personalmanagement
Lehr- und Lernformen:	VP
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Hochschulabschluss
Verwendbarkeit des Moduls:	International Business Management
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolioprüfung = Hausarbeit (50%) und Referat (50%)
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Nur Sommersemester
Literatur:	
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können die Methoden und Konzepte des Personalmanagements und der Personalführung beschreiben und die Handlungsoptionen benennen.

Schwerpunkt:

Verbreiterung des Vorwissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können das vermittelte Wissen über Strategien, Konzepte und Tools zu Führung und Personalmanagement situationsgerecht anwenden.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können die Motive ihrer Gesprächspartner/innen erkennen und in ihrem Handeln wirksam berücksichtigen. Sie sind in der Lage, ihre Standpunkte zu erläutern und situationsgerecht in Meetings und Entscheidungssituationen souverän zu vertreten.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Wissen aus den Fachgebieten Führung und Personalmanagement zusammen zu führen, Kriterien zur Beurteilung von Handlungsoptionen aufzustellen, Alternativen zu gewichten, zu bewerten und auszuwählen.

Modul: Business Development

Studiengang:	International Business Management (Master)
Abschlussgrad:	Master of Business Administration (MBA)
Modulnummer:	09
Modultitel:	Business Development
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. nat. Frank Ermark
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<p>Business Development umfasst hierbei die Entwicklung neuer Geschäftsfelder sowie die Weiterentwicklung bestehender Geschäftsfelder:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Produkt- und Dienstleistungsstrategie, Portfoliostrategie - Prozessmodelle, Methoden und Techniken des New Business Developments - Methoden und Techniken im Produktlebenszyklus Management (Weiterentwicklung bestehender Geschäftsfelder) - Organisationsmodelle, interdisziplinäre Schnittstellen und Kompetenzen des Produktmanagements als Unternehmer im Unternehmen - Praxisbeispiele und Fallstudien <p>Die vermittelten theoretischen Grundlagen und empirischen Befunde der aktuellen Forschung werden anhand von Praxisbeispielen und Fallstudien reflektiert.</p> <p>Der aktuelle Stand der Wissenschaft und der damit verbundene praktische Nutzen wissenschaftlicher Befunde wird kritisch diskutiert.</p> <p>Inhaltlich wird auch auf das Business Development im globalen Kontext eingegangen.</p>
Veranstaltungen:	10028 Business Development
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit praktischen Übung in Kleingruppen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Hochschulabschluss
Verwendbarkeit des Moduls:	International Business Management
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolioprüfung = Klausur (40%) und Referat (60%); Alternative Corona-bedingte Prüfungsleistung: Hausarbeit oder mündl. Prüfung
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Nur Wintersemester
Literatur:	
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die Grundlagen zum Business Development wiederzugeben.

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die Gestaltungsmerkmale des Business Developments zu erläutern. Sie können ferner die Aufgaben, Prozesse und Methoden des unternehmerisch denkenden und handelnden Produktmanagers entlang des Produktlebenszyklus erklären.

Schwerpunkt:

Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen verfügen über das methodische Fachwissen sowie die konzeptionellen Fähigkeiten, Problemstellungen des Business Developments zu beantworten, insbesondere aus der Perspektive des unternehmerisch denkenden (entrepreneurial) Produktmanagers. Sie sind in der Lage, neue unternehmerische Gelegenheiten bzgl. Produkten, Dienstleistung und/oder Geschäftsmodellen zu erkennen und zu bewerten. Die eingesetzte Vorgehensweise und Methodik genügen den Anforderungen der Praxis und sind mit wissenschaftlichen Erkenntnissen unterlegt.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Modul: Strategisches Management

Studiengang:	International Business Management (Master)
Abschlussgrad:	Master of Business Administration (MBA)
Modulnummer:	10
Modultitel:	Strategisches Management
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Heike Willax
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> - Elemente der strategischen Unternehmensführung, insbesondere mit dem Fokus auf die Internationalisierung in der Praxis - Strategieprozess: Analyse und Prognose <ul style="list-style-type: none"> ° Segmentierung ° Externe Analyse (Umweltanalyse) ° Interne Analyse (Unternehmensanalyse) - Strategieprozess: Bewertung und Auswahl <ul style="list-style-type: none"> ° Methoden zur Strategiedefinition ° Empirische Erkenntnisse zu strategischen Gesetzmäßigkeiten ° Portfolioanalyse ° Beispiele für Strategietypen / Normstrategien - Strategieprozess: Implementierung und Controlling - Moderne Konzepte der strategischen Unternehmensführung (z.B. Blue Ocean Strategien) als Fallbeispiel
Veranstaltungen:	10029 Strategisches Management
Lehr- und Lernformen:	VP
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Hochschulabschluss
Verwendbarkeit des Moduls:	International Business Management
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Präsentation (Referat 75% und Diskussion 25%)
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Nur Wintersemester
Literatur:	<p>Aaker, David A.: Strategic Market Management, latest edition, John Wiley & Sons Inc., ISBN: 978-1118582862</p> <p>Grant, Robert M.: Contemporary Strategy Analysis, latest edition, John Wiley & Sons Ltd., ISBN: 978-1119120834</p> <p>Oetinger, Balko von: Das Boston Consulting Group Strategie-Buch, latest edition, Econ, ISBN: 978-3430114899</p> <p>Porter, Michael E.: Wettbewerbsstrategie, latest edition, Campus Verlag, ISBN: 978-3593398440</p> <p>Script of Prof. Dr. Heike Willax (WS 2020/21)</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen kennen die Elemente des Strategieprozesses und können die strategischen Konzepte auf fallspezifische Fragestellungen anwenden.

Schwerpunkt:

Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können anhand von qualitativen und quantitativen Informationen strategische Sachverhalte mit Hilfe eines Werkzeugkastens an strategischen Konzepten analysieren. Dabei gilt es, die wesentlichen Informationen zu identifizieren und zu interpretieren. Sie sind in der Lage, strategische Problemstellungen aus verschiedenen Blickwinkeln eigenständig zu beurteilen. Sie fokussieren sich dabei auf die wesentlichen/entscheidungsrelevanten Sachverhalte. Ziel ist es, eine strategische Entscheidung durch logische Schlussfolgerungen aus den fragmentierten Ergebnissen der Analysephase systematisch abzuleiten.

Schwerpunkt:

Wissenschaftliche Innovation

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, ihr Wissen in Gruppenarbeit in heterogenen Teams zu strukturieren und anzuwenden. Dabei gilt es, die Ergebnisse ihrer Analyse überzeugend zu kommunizieren, zu präsentieren und in Diskussionen zu vertreten. Neben dem Vorlesungsvortrag werden meist kürzer Präsenzübungsaufgaben zur direkten Anwendung von neuen Konzepten oder Definitionen gestellt und in stiller Arbeit allein bzw. in Kleingruppen gelöst.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen begründen berufliches Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen und reflektieren es hinsichtlich alternativer Entwürfe.

Modul: Supply Chain Management

Studiengang:	International Business Management (Master)
Abschlussgrad:	Master of Business Administration (MBA)
Modulnummer:	11
Modultitel:	Supply Chain Management
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Nils Hagen
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<p>Supplier Relationship Management im globalen Kontext, insbesondere</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einordnung und Positionierung von Einkauf und Beschaffung im Unternehmensumfeld bzw. im Supply Chain Management • Ausprägung und Bewertung unterschiedlicher Strategien in Einkauf und Beschaffung • Gestaltung der operativen Prozesse der Beschaffungslogistik vor dem Hintergrund unterschiedlicher Einkaufsstrategien • Instrumente des strategischen Einkaufs, insbesondere des Lieferantenmanagements und der Lieferantenbewertung • Organisation des Einkaufs und der Beschaffungslogistik in der Unternehmensstruktur <p>Distributionssysteme und –netze im Supply Chain Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Design der Warenflussnetzwerke im Supply Chain Management • Gestaltung internationaler Supply Chains mithilfe des Supply Chain Operations Reference Models • Supply Chain Design für unterschiedliche Geschäftstypen (B2B, B2C, Produkt-, System- und Anlagengeschäft) <p>Logistik- und Supply Chain Controlling</p> <ul style="list-style-type: none"> • Logistikprozesse mit Kennzahlen bewerten und steuern • Benchmarking von Logistiksystemen und -prozessen <p>Simulation einer Supply Chain</p> <ul style="list-style-type: none"> • Durchführung einer manuellen Simulation einer Supply Chain, dieses beinhaltet • Analyse und Optimierung der Supply Chain Strukturen • Konzeptionierung der systematischen Integration von Kunden und Lieferanten • Wirkzusammenhang logistischer Maßnahmen auf den Unternehmenserfolg, z.B. in Form des Geschäftswertbeitrag, Bilanzwerten, Cash FLOW
Veranstaltungen:	10032 Supply Chain Management
Lehr- und Lernformen:	V+Ü
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolio = 50% Dokumentation der Übungen und 50% Mündliche Präsentation
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen. 4SWS Präsenz
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Nur Wintersemester

Literatur:	<p>Christopher, M.: Logistics and Supply Chain Management, Pearson, Harlow</p> <p>Schönsleben, P.: Integrales Logistikmanagement - Planung und Steuerung der umfassenden Supply Chain, Springer, Berlin et al.</p> <p>Schulte, Ch.: Logistik – Wege zur Optimierung der Supply Chain, Vahlen, München</p> <p>Wannenwetsch, H.: Vernetztes Supply Chain Management - SCM-Integration über die gesamte Wertschöpfungskette, Springer, Berlin et al.</p> <p>Weber, J.: Logistik- und Supply Chain Controlling</p> <p>Werner, H.: Supply Chain Management, Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, Springer, Berlin et al.</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Die Teilnehmenden können Inhalte, systemische Aspekte und Strukturen im Supply Chain (SCM) Management zusammenhängend darstellen und Bezüge zu nachhaltiger Unternehmensführung herausarbeiten. Sie können selbstständig Inhalte im Kontext des SCM systemisch evaluieren und bewerten.

Schwerpunkt:

Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Die Teilnehmenden können systemische Aspekte und Strukturen im Supply Chain Management zusammenhängend bewerten mit Hilfe von geeigneten methodischen Ansätzen, insbesondere aber auch der manuellen Simulation praxisrelevante Fragestellungen strukturiert analysieren, bewerten und optimieren

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können mit anderen Fachvertreterinnen und Fachvertretern sowie Fachfremden kommunizieren und kooperieren, um eine Aufgabenstellung verantwortungsvoll zu lösen.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Modul: International Business Project

Studiengang:	International Business Management (Master)
Abschlussgrad:	Master of Business Administration (MBA)
Modulnummer:	12
Modultitel:	International Business Project
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Barbara Niersbach
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Inhalt des Moduls:	<p>Für den Praxistransfer in das eigene Wirkungsfeld nimmt das International Business Project eine herausragende Stellung ein. Es übernimmt eine wichtige Brückenfunktion zwischen Theorie- und Praxisorientierung des Studiengangs. Das International Business Project zielt auf die Anwendung der im Studium vermittelten Theoriekonzepte zur Lösung praktischer Probleme. Dies geschieht in einem internationalen Ambiente, so dass kulturelle Besonderheiten im Projekt erarbeitet werden. Das Modul besteht aus einer internationalen Studienwoche, der mit einer Vorbereitungs- und Nachbereitungsveranstaltung ein Rahmen gesetzt wird. Die Studierenden erhalten einen Einblick in das Handeln global operierender Unternehmungen sowie in die Kultur des jeweiligen Ziellandes.</p> <p>Hauptinhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung der internationalen Studienwoche und des theoretischen Rahmenkonzepts für eine Projektgruppenarbeit (Standort RWU) - Besuch der Partner-Hochschule im Zielland - Lehrveranstaltung an der Partnerhochschule im Zielland mit Übergabe des Projektauftrags an die Studierenden - Besuch von Unternehmen im Zielland sowie Austausch mit Unternehmensvertreterinnen und -vertretern (Theorie-Praxis-Transfer) - Einsicht in kulturelle Gegebenheiten und Vermittlung von interkulturellen Kompetenzen zum jeweiligen Zielland - Ergebnispräsentation der Grundstruktur der Projektaufgabe (Standort Zielland der Partnerhochschule) - Nachbesprechung der internationalen Studienwoche, finale Ergebnispräsentation sowie persönlicher Erfahrungsaustausch und „lessons learned“ (Standort RWU)
Veranstaltungen:	Vor- und Nachbesprechung an der RWU sowie Teilnahme an den Veranstaltungen im Zielland. Das Zielland wird von der Modulverantwortlichen festgelegt.
Lehr- und Lernformen:	Projektgruppenarbeit im internationalen Kontext, Präsentation
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Hochschulabschluss
Verwendbarkeit des Moduls:	International Business Management, interkulturelle Kompetenz
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolio = schriftliche Ausarbeitung (50%) und Präsentation (50%)
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	zweisemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Nur Wintersemester
Literatur:	siehe LSF
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Die Studierenden besitzen ein integriertes Wissen über praxisorientierte Projektgruppenarbeiten mit Bezug auf theoretisches Rahmenwissen. Methoden der Projektgruppenarbeit werden kennengelernt. Interkulturelle Kompetenzen werden im Hinblick auf kulturelle Unterschiede und Verhaltenscodes kennengelernt. Business Codes im Zielland können von den Studierenden benannt werden. Die Studierenden können die Projektarbeit im internationalen Kontext definieren, bearbeiten und erläutern. Die Studierenden schaffen einen Transfer von theoretischem Fachwissen in eine internationale Projektarbeit. Sie können die Grundregeln über den Aufbau und Ablauf von Projekten beschreiben und Projektstrukturpläne sowie die daraus abgeleiteten Projektpläne erstellen. Zudem lernen die Studierenden in diesem Modul die Herausforderungen auf internationalen Märkten (im Zielland) kennen.

Schwerpunkt:

Wissensverständnis

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Die Studierenden sammeln, bewerten und interpretieren die Informationen aus der internationalen Studienwoche und bekommen so ein umfassendes Fundament mit einer Mischung aus Lecture-Company-Culture, auf dessen Basis sie eigene Ideen zur Lösung der Herausforderungen im internationalen Business-Alltag entwickeln können. Die theoretischen Rahmenbedingungen, auf die die Projektarbeit der internationalen Studienwoche aufbaut, basieren auf umfangreicher wissenschaftliche Literatur.

Schwerpunkt:

Wissenschaftliche Innovation

Kommunikation und Kooperation

Die Studierenden lernen Herausforderungen kennen, die sich ihnen in internationalen Geschäftsbeziehungen stellen können. Zudem müssen sie mögliche Konflikte in der Zusammenarbeit mit anderen lösen und sich situationsübergreifend strukturieren, immer den internationalen Besonderheiten angepasst. Sie gewährleisten durch konstruktives, konzeptionelles Handeln die Durchführung von situationsadäquaten Lösungsprozessen.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Das fachkundige Wissen, das im Rahmen der internationalen Studienwoche erarbeitet wird, ermöglicht eine individuelle Weiterentwicklung in vielerlei Hinsicht: auf individueller Ebene, auf kultureller Ebene und auf Unternehmensebene, welches die Studierenden für die Ausübung ihrer beruflichen Rolle reflektieren.

Modul: B2B Marketing Excellence

Studiengang:	International Business Management (Master)
Abschlussgrad:	Master of Business Administration (MBA)
Modulnummer:	13
Modultitel:	B2B Marketing Excellence
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Barbara Niersbach
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<p>Inhalt der Lehrveranstaltung sind komplexe Fragestellungen der B2B Marketing Excellence - Konzeption, Umsetzung & Bedeutung.</p> <p>Schwerpunkt der Lehrveranstaltung ist der Fachbereich Key Account Management (KAM) im Industriegütermarketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung ins KAM - Identifizierung von Key Accounts - Erfolgsfaktoren für ein erfolgreiches KAM System - Führungsstile im KAM - Aktuelle Herausforderungen im KAM <p>Abschließend werden verschiedene Aspekte der Nachhaltigkeit beleuchtet, welche in einer erfolgreichen B2B Marketing Excellence unabdingbar sind.</p>
Veranstaltungen:	10033 B2B Marketing Excellence
Lehr- und Lernformen:	VP
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Hochschulabschluss
Verwendbarkeit des Moduls:	International Business Management
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolioprüfung
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Nur Sommersemester
Literatur:	<p>Michael Kleinaltenkamp, W. Plinke, I. Wilkinson, I. Geiger(2015) Fundamentals of Business-to-Business Marketing, Mastering Business Markets, Springer Verlag</p> <p>HåkanHåkansson& Ivan Snehota(1995), DevelopingRelationshipsin Business Networks, London : Routledge, pp.1-62, 119-147, 182-204, 261-284, 319-329.</p> <p>Pardo, C., Ivens, B.S., Niersbach, B. (2020), An Identity Perspective on Key Account Managers as Paradoxical Relationship Managers, Industrial Marketing Management, 89, 355-372. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.10.008</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die Grundlagen des B2B Marketing wiederzugeben. Im speziellen wird auf die Systematik im Industriegütermarketing eingegangen. Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die Elemente von B2B Marketing zu erläutern. Sie können die Bedeutung und Vorgehensweise erklären und deren Zielsetzung erläutern.

Schwerpunkt:

Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen verfügen über das Fachwissen sowie die konzeptionellen Fähigkeiten, das Konzept 'B2B Marketing' kritisch zu hinterfragen u. und Zielsetzung erläutern sowie konkret für Problemstellungen anzuwenden.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, konkrete Konzepte für die jeweiligen Geschäftstypen des Industriegütermarketing zu designen. Diese genügen den Anforderungen der Praxis und sind mit wissenschaftlichen Methoden hergeleitet.

Modul: Operations Management

Studiengang:	International Business Management (Master)
Abschlussgrad:	Master of Business Administration (MBA)
Modulnummer:	14
Modultitel:	Operations Management
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr.-Ing. Heiner Smets
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> - Operations Strategy - Produkt- & Service Design - Prozessdesign und Wertschöpfungsstrukturen (inkl. Make or Buy) - Standortplanung - Demand Planning - Revenue Management
Veranstaltungen:	10034 Operations Management
Lehr- und Lernformen:	<p>Vorlesung, Übung, Projektarbeit und Präsentation</p> <p>In der Projektarbeit wird eine Aufgabenstellung aus dem unternehmerischen Umfeld eigenständig erarbeitet und ausgearbeitet.</p> <p>Die Portfolio-Prüfung teilt sich jeweils zu 50 %. Die Details werden am nfang des Semesters sowie im vorlesungbegleitenden E-Learning-Kurs beschrieben.</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Hochschulabschluss
Verwendbarkeit des Moduls:	International Business Management
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	<p>Portfolioprüfung = Projektarbeit (50%) und Präsentation (50%)</p> <p>Die Portfolio-Prüfung teilt sich jeweils zu 50 %. Die Details werden am nfang des Semesters sowie im vorlesungbegleitenden E-Learning-Kurs beschrieben.</p>
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Nur Sommersemester
Literatur:	
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die Grundlagen zum Operations Management wiederzugeben.

Schwerpunkt:

Verbreiterung des Vorwissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können die Zusammenhänge und Schnittstellen des Operations Managements sowie die entsprechenden Prozesse und Planungsprobleme erläutern. Sie können Unternehmensprozesse erfassen, analysieren und optimieren.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen können die hohe Komplexität von Prozessen, Abläufen und Ressourcen in modernen Unternehmen selbständig durchdringen, analysieren und optimieren. Sie können die Auswirkung ihrer Arbeit auf die Wirtschaftlichkeit der Unternehmen, die Belegschaft sowie die jeweilige Gesellschaft entsprechend reflektieren.

Absolventinnen und Absolventen verfügen über das Fachwissen und konzeptionelle Fähigkeiten Unternehmensprozesse zu hinterfragen, neu zu entwerfen und hierbei auch Ihre Arbeit zu hinterfragen.

Modul: Masterthesis

Studiengang:	International Business Management (Master)
Abschlussgrad:	Master of Business Administration (MBA)
Modulnummer:	15
Modultitel:	Masterthesis
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Barbara Niersbach
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<p>Mit der Master-Thesis dokumentieren die Studierenden, dass sie ihre erworbenen Fach- und Methodenkenntnisse auf eine konkrete wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Problemstellung anwenden können.</p> <p>Masterthesis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selbständige, wissenschaftliche Recherche und Problemanalyse • Strukturierung eines Forschungsthemas im wissenschaftlichen Umfeld • Selbständige, ergebnisorientierte Bearbeitung auf der Basis wissenschaftlicher Erkenntnisse • Beurteilung wissenschaftlicher Erkenntnisse • Finden von Problemlösungen auf der Basis der wissenschaftlichen Erkenntnisse
Veranstaltungen:	
Lehr- und Lernformen:	
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Die Master-Thesis darf erst durchgeführt werden, wenn die oder der Studierende mindestens 50 ECTS erworben hat.
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	<p>MT</p> <p>Die Arbeit ist spätestens sechs Monate nach dem Ausgabetag im Prüfungsamt der Hochschule Ravensburg-Weingarten abzugeben.</p>
ECTS-Leistungspunkte:	20
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Thema, Aufgabenstellung und Umfang der Master-Thesis sind von der Prüferin bzw. dem Prüfer so zu begrenzen, dass der Arbeitsaufwand 20 ECTS entspricht.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Schwerpunkt:

Wissensverständnis

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Schwerpunkt:

Wissenschaftliche Innovation

Kommunikation und Kooperation

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Gültig ab: WiSe21/22 (Fakultätsratsitzung 21.06.2021)

SPO: 01.07.2021

Druckdatum: 01.07.2021