

Modulhandbuch zur Prüfungsordnung des Fachbereichs Wirtschaft – THM Business School der Technischen Hochschule Mittelhessen für den Masterstudiengang „Betriebswirtschaft“ (Abschluss „Master of Business Administration (MBA)“) vom 17. Dezember 2014

Vorwort

Das Modulhandbuch wird regelmäßig aktuellen Anforderungen angepasst und einmal jährlich überarbeitet. Änderungen bedürfen der Beschlussfassung des Fachbereichs Wirtschaft – THM Business School und der rechtzeitigen Veröffentlichung.

Bei folgenden Änderungen eines Moduls sind die §§ 44 Abs. 1 Nr. 1, 36 Abs. 2 Nr. 5, 37 Abs. 5 sowie 31 Abs. 4 des HHG zu beachten:

- *grundsätzliche Änderungen der Inhalte und Qualifikationsziele*
- *Voraussetzungen für die Vergabe von Creditpoints*
- *Umfang der Creditpoints, Arbeitsaufwand und Dauer.*

*In einem „beschleunigten Verfahren“ können bisher noch nicht angebotene Wahlpflichtmodule, die aktuelle Themen aufgreifen und für die Studierenden von Interesse sind, vom Fachbereich Wirtschaft – THM Business School angeboten werden, ohne dass hierzu vorab eine Prüfungsordnungsänderung erfolgt. Die Einführung des Moduls erfolgt in der Regel zu Beginn der Vorlesungszeit eines Semesters. Folgende **Verfahrensvoraussetzungen** sind hierbei in Absprache mit dem Prüfungsamt zu beachten:*

- 1) *Für das Wahlpflichtmodul ist von der oder dem Modulverantwortlichen eine vollständige Modulbeschreibung zu erstellen.*
- 2) *Die Einführung dieses Wahlpflichtmoduls muss vom Fachbereich Wirtschaft – THM Business School beschlossen sein und bedarf der Zustimmung des Prüfungsamts.*
- 3) *Die Ergänzung des Modulhandbuchs durch das aktuelle Wahlpflichtmodul wird erst zusammen mit der nächsten Prüfungsordnungsänderung dem Senat zum Beschluss (vgl. § 36 Abs. 2 Nr. 5 HHG) und dem Präsidium zur Genehmigung (vgl. § 37 Abs. 5 HHG) mit vorgelegt.*
- 4) *Bis zur Rechtswirksamkeit des Wahlpflichtmoduls durch die interne Veröffentlichung im Amtlichen Mitteilungsblatt ist das Wahlpflichtmodul den Studierenden rechtzeitig in geeigneter Art und Weise bekannt zu machen. Das Wahlpflichtmodul ist den HISPOS-Koordinatoren der Abteilung ITS zeitnah zur Einpflege in die Prüfungsverwaltung anzuzeigen.*

Für die Einstellung von Wahlpflichtmodulen gilt das geschilderte Verfahren entsprechend.

Setzt sich eine Prüfungsleistung aus mehreren Teilleistungen zusammen, müssen das Zustandekommen der Modulbewertung und die Art und Gewichtung der Teilleistungen den Studierenden vor der Leistungserbringung rechtzeitig und in geeigneter Weise bekannt gegeben werden. § 11 der Allgemeinen Bestimmungen (Teil I der Prüfungsordnung) findet Anwendung.

Sind in den Modulbeschreibungen Prüfungsvorleistungen gefordert, werden die Studierenden rechtzeitig und in geeigneter Weise über Anzahl und Art der zu erbringenden Vorleistung informiert. Auch wird die Klausurdauer den Studierenden rechtzeitig und in geeigneter Weise bekannt gegeben (vgl. § 8 Abs. 2 der Allgemeinen Bestimmungen (Teil I der Prüfungsordnung))

*1 Creditpoint (CrP) entspricht grundsätzlich 25 Arbeitsstunden.
Das bedeutet: 3 CrP = 75 Arbeitsstunden, davon 25 Präsenzstunden,
und 6 CrP = 150 Arbeitsstunden, davon 50 Präsenzstunden. Die jeweiligen Differenzstunden
werden durch Eigenstudium erbracht.*

Die Einstufung der vermittelten Kompetenzen erfolgte nach folgendem Raster:

**** = steht im Zentrum;
** = hat gehobene Bedeutung;
* = findet Beachtung oder
gar kein Stern = ohne Bedeutung*

Anlage 2a – Modulbeschreibungen in englischer Sprache

1300 Internship / Professional Working Experience

<i>study programme</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>module title</i>	<i>Internship / Professional Experience</i>
<i>lecturer</i>	<i>N.N.</i>
<i>module supervisor</i>	<i>Prof. Dr. Jan Freidank</i>
<i>module outcome</i>	<p><i>The Executive MBA programme is designed to attract part-time students already disposing of a certain professional management experience. This modul is meant to assure this required management experience prior to the student's programme start.</i></p> <p><u><i>Competences focused:</i></u> <i>Knowledge, facts *</i> <i>Methodology / Application skills ***</i> <i>Soft skills (communication, interaction etc) ***</i> <i>Self discipline (organisation, motivation etc)***</i></p>
<i>module content</i>	<i>Prior to programme start, participants have to provide proper documentation on a minimum of 6 month qualified management experience gathered prior to their programme commencement. This working experience may have been gained in the course of the 18 month of professional experience required for programme admission. If confirmed by the programme's admission commission, it may be credited as academic internship with a total of 30 CrP</i>
<i>module type</i>	<i>Compulsory</i>
<i>module duration</i>	<i>One semester</i>
<i>language of instruction</i>	<i>English / German</i>
<i>teaching method</i>	<i>internship</i>
<i>literature</i>	
<i>creditpoints / workload</i>	<i>30 CrP</i>
<i>precond. for attendance</i>	<i>None</i>
<i>required for</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>precondition for crediting (ECTS)</i>	<i>Proper documentation of qualified working experience</i>
<i>module frequency</i>	

1301 Foundations of Business Administration

<i>study programme</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>module title</i>	<i>Foundations of Business Administration</i>
<i>lecturer</i>	<i>N.N.</i>
<i>module supervisor</i>	<i>Prof. Dr. Hayo Reimers</i>
<i>module outcome</i>	<p><i>The participants shall be sensitized for the different areas of business management by competing against each other in a complex company simulation game. They understand the importance of the respective management concepts and instruments for rational decision making and get prepared to learn more about these topics in the following course modules. Being the first module of the MBA programme, this game also serves to help all participants to get acquainted to each other in a relaxed and game oriented environment.</i></p> <p><u><i>Competences focused:</i></u> <i>Knowledge, facts *</i> <i>Methodology / Application skills **</i> <i>Soft skills (communication, interaction etc) ***</i> <i>Self discipline (organisation, motivation etc)*</i></p>
<i>module content</i>	<i>Participants shall learn to plan and execute business activities in a competitive business environment. The course uses the business game "Global Factory" by BTI. It covers the fields of procurement, production planning, investment planning, market and product research and development, marketing, finance and financial and managerial accounting. Game sessions and lecture sessions are used in an alternating mode to create the incentive to learn more about each management domain.</i>
<i>module type</i>	<i>Compulsory</i>
<i>module duration</i>	<i>6 days (bloc seminar)</i>
<i>language of instruction</i>	<i>English / German</i>
<i>teaching method</i>	<i>Company simulation game, short introductory lectures</i>
<i>literature</i>	<i>BTI Manual</i>
<i>creditpoints / workload</i>	<i>6 CrP</i>
<i>precond. for attendance</i>	<i>None</i>
<i>required for</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>precondition for crediting (ECTS)</i>	<i>Participation (50%), Essay test (30%), presentation (20%)</i>
<i>module frequency</i>	<i>Annually</i>

1302 Strategic and Operative Management

<i>study programme</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>module title</i>	<i>Strategic and Operative Management</i>
<i>lecturer</i>	<i>N.N.</i>
<i>Module supervisor</i>	<i>Prof. Dr. Jan Freidank</i>
<i>module outcome</i>	<p><i>The module shall provide the skills needed to analyse and interpret dynamic environments; to formulate company strategies and establish organizational capabilities in line with market requirements. Particular attention will be paid to the development of relevant skills in change management, project management and operative management required to implement strategies.</i></p> <p><u><i>Competences focused:</i></u> <i>Knowledge, facts ***</i> <i>Methodology / Application skills ***</i> <i>Soft skills (communication, interaction etc) **</i> <i>Self discipline (organisation, motivation etc)*</i></p>
<i>module content</i>	<p><i>Environmental analysis (political, economic, consumer/demand, competitors, stakeholders);</i> <i>Analysis of organizational strategies and capabilities;</i> <i>Formulating and implementing of strategies and capabilities;</i> <i>Change management;</i> <i>Project and operative management.</i></p>
<i>module type</i>	<i>Compulsory</i>
<i>module duration</i>	<i>1 Semester (4 x1.5 days)</i>
<i>language of instruction</i>	<i>English / German</i>
<i>teaching method</i>	<i>Lecturing</i>
<i>literature</i>	<p><i>Ansoff, Igor / Mc Donnell, E. J.: Implanting Strategic Management</i> <i>Graham, R./Englund, R.: Creating an Environment for Successful Projects</i></p>
<i>creditpoints / workload</i>	<i>7 CrP</i>
<i>precond. for attendance</i>	<i>None</i>
<i>required for</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>precondition for crediting (ECTS)</i>	<i>Essay exam (100%)</i>
<i>module frequency</i>	<i>Annually</i>

1303 Leadership Competence

<i>study programme</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>module title</i>	<i>Leadership Competence</i>
<i>lecturer</i>	<i>N.N.</i>
<i>module supervisor</i>	<i>Prof. Dr. Waldemar Pelz</i>
<i>module outcome</i>	<p><i>This module focuses on the development of leadership skills required to assume senior managerial responsibilities. Staff involved in international operations will need specific social and intercultural competence in counselling, communicating and negotiating. The unit will therefore focus on both, cognitive and applied points of view as well as aspects of intercultural training and communication.</i></p> <p><u><i>Competences focused:</i></u> <i>Knowledge, facts *</i> <i>Methodology/Application skills **</i> <i>Soft skills (communication, interaction etc) ***</i> <i>Self discipline (organisation, motivation etc)**</i></p>
<i>module content</i>	<p><i>Fundamentals of leadership competence; Principles/essentials and rules of intercultural communication; Aspects of negotiation processes in specific cultural settings; Cultural sensitivity; Managing intercultural relations.</i></p>
<i>module type</i>	<i>Compulsory</i>
<i>module duration</i>	<i>1 Semester (4 x 1.5 days)</i>
<i>language of instruction</i>	<i>English / German</i>
<i>teaching method</i>	<i>Seminar, exercises</i>
<i>literature</i>	<p><i>English, L. M.: Business Across Cultures</i> <i>Hendon, D. W.: Cross-cultural Business Negotiations</i></p>
<i>creditpoints / workload</i>	<i>7 Crp</i>
<i>precond. for attendance</i>	<i>None</i>
<i>required for</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>precondition for crediting (ECTS)</i>	<i>Paper with presentation (100%)</i>
<i>module frequency</i>	<i>Annually</i>

2301 Financial Accounting

<i>study programme</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>module title</i>	<i>Financial Accounting</i>
<i>lecturer</i>	<i>N.N.</i>
<i>module supervisor</i>	<i>Prof. Dr. Udo Mandler</i>
<i>module outcome</i>	<i>This module develops the student's ability to understand and to analyse corporate financial statements. This is achieved by employing examples, exercises and case studies</i>
<i>module content</i>	<p><i>Annual Financial Statements acc. to German and International Accounting Standards, income statements, cash flow analysis, equity capital considerations, introduction to translation exposures and multinational companies' consolidated financial statements, introduction to financial statement analysis.</i></p> <p><u><i>Competences focused:</i></u> <i>Knowledge, facts ***</i> <i>Methodology / Application skills ***</i> <i>Soft skills (communication, interaction etc) *</i> <i>Self discipline (organisation, motivation etc)**</i></p>
<i>module type</i>	<i>Compulsory</i>
<i>module duration</i>	<i>1 Semester (4 x 1.5 days)</i>
<i>language of instruction</i>	<i>English / German</i>
<i>teaching method</i>	<i>Seminar, exercises</i>
<i>literature</i>	<i>Harrison/Horngreen: Financial Accounting</i>
<i>creditpoints / workload</i>	<i>6 CrP</i>
<i>precond. for attendance</i>	<i>None</i>
<i>required for</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>precondition for crediting (ECTS)</i>	<i>Essay exam (100%)</i>
<i>module frequency</i>	<i>Annually</i>

2302 Managerial Economics

<i>study programme</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>module title</i>	<i>Managerial Economics</i>
<i>lecturer</i>	<i>N.N.</i>
<i>module supervisor</i>	<i>Prof. Dr. Hayo Reimers</i>
<i>module outcome</i>	<p><i>Participants shall learn to use economic data analysis in the context of business related decision making processes such as return on investment analysis. They will develop the skills to analyse macroeconomic trends and policy options and to assess a country's economic policy performance.</i></p> <p><u><i>Competences focused:</i></u> <i>Knowledge, facts ***</i> <i>Methodology / Application skills ***</i> <i>Soft skills (communication, interaction etc) *</i> <i>Self discipline (organisation, motivation etc)**</i></p>
<i>module content</i>	<p><i>Economics in capital asset pricing;</i> <i>Measuring economic activity and performance;</i> <i>Aggregate demand and supply, business cycles and short-term macroeconomic policy options;</i> <i>Structural market inefficiencies, supply side economics and long-term macroeconomic policy options;</i> <i>Money and capital markets, central banking, monetary policy strategies;</i> <i>International economics: balance of payments, exchange rates and the international monetary system;</i> <i>Sources and impact of the recent world economic crisis.</i></p>
<i>module type</i>	<i>Compulsory</i>
<i>module duration</i>	<i>1 Semester (4 x 1.5 days)</i>
<i>language of instruction</i>	<i>English / German</i>
<i>teaching method</i>	<i>Seminar, case studies</i>
<i>literature</i>	<i>Samuelson / Nordhaus: Economics,</i> <i>ECB: The Monetary Policy of the ECB</i>
<i>creditpoints / workload</i>	<i>7 CrP</i>
<i>precond. for attendance</i>	<i>None</i>
<i>required for</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>precondition for crediting (ECTS)</i>	<i>Essay exam (100%)</i>
<i>module frequency</i>	<i>Annually</i>

2303 Managerial Accounting

<i>study programme</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>module title</i>	<i>Managerial Accounting</i>
<i>lecturer</i>	<i>N.N.</i>
<i>module supervisor</i>	<i>Prof. Dr. Ulrich Nissen</i>
<i>module outcome</i>	<p><i>The Participants shall develop a general understanding of accounting issues, tasks, and targets; they will be enabled to apply accounting tools in order to increase the cost efficiency of a company.</i></p> <p><u><i>Competences focused:</i></u> <i>Knowledge, facts ***</i> <i>Methodology / Application skills ***</i> <i>Soft skills (communication, interaction etc) *</i> <i>Self discipline (organisation, motivation etc) **</i></p>
<i>module content</i>	<p><i>Cost structure analysis;</i> <i>Budgeting;</i> <i>Cost behaviour and Cost-Volume-Profit-Analysis, applied sales controlling;</i> <i>Costing an entity, pricing decisions;</i> <i>Capital investment;</i> <i>Energy costing, energy cost management;</i> <i>Reporting;</i> <i>Cost centre accounting;</i> <i>Activity based costing.</i></p>
<i>module type</i>	<i>Compulsory</i>
<i>module duration</i>	<i>1 Semester (4 x 1.5 days)</i>
<i>language of instruction</i>	<i>English / German</i>
<i>teaching method</i>	<i>Seminar, Case studies, team projects</i>
<i>literature</i>	<i>Harrison / Horngreen: Managerial Accounting</i>
<i>creditpoints / workload</i>	<i>7 CrP</i>
<i>precond. for attendance</i>	<i>None</i>
<i>required for</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>precondition for crediting (ECTS)</i>	<i>Essay exam (100%)</i>
<i>module frequency</i>	<i>Annually</i>

3301 International Marketing

<i>study programme</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>module title</i>	<i>International Marketing</i>
<i>lecturer</i>	<i>N.N.</i>
<i>module supervisor</i>	<i>Prof. Dr. Jan Freidank</i>
<i>module outcome</i>	<p><i>Participants shall be made familiar with the essentials of international marketing and the international marketing mix</i></p> <p><u><i>Competences focused:</i></u> <i>Knowledge, facts ***</i> <i>Methodology / Application skills ***</i> <i>Soft skills (communication, interaction etc) **</i> <i>Self discipline (organisation, motivation etc)*</i></p>
<i>module content</i>	<p><i>Basic skills in the field of international marketing, in particular the international marketing mix,;</i> <i>The global environment and strategies for internationalization;</i> <i>Market Segmentation;</i> <i>Strategic and operative market research;</i> <i>Culture-related buying behaviour;</i> <i>Managing the marketing mix.</i></p>
<i>module type</i>	<i>Compulsory</i>
<i>module duration</i>	<i>1 Semester (4 x 1.5 days)</i>
<i>language of instruction</i>	<i>English / German</i>
<i>teaching method</i>	<i>Seminar</i>
<i>literature</i>	<p><i>Keegan, W.J. / Green, M.: Global Marketing</i> <i>Kotler / Armstrong / Saunders / Wong: Principles of Marketing</i></p>
<i>creditpoints / workload</i>	<i>7 CrP</i>
<i>precond. for attendance</i>	<i>None</i>
<i>required for</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>precondition for crediting (ECTS)</i>	<i>Presentation of a case study (50%), essay exam (50%)</i>
<i>module frequency</i>	<i>Annually</i>

3302 International Sales Management

<i>study programme</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>module title</i>	<i>International Sales Management</i>
<i>lecturer</i>	<i>N.N.</i>
<i>module supervisor</i>	<i>Prof. Dr. Juliane Staubach</i>
<i>module outcome</i>	<p><i>Development of the ability to analyse key success factors used by international firms and to apply such skills across cultural boundaries. Particular attention is paid to the Business to Business sector.</i></p> <p><u><i>Competences focused:</i></u> <i>Knowledge, facts **</i> <i>Methodology / Application skills ***</i> <i>Soft skills (communication, interaction etc) **</i> <i>Self discipline (organisation, motivation etc)*</i></p>
<i>module content</i>	<p><i>Success factors of international sales activities in B2B;</i> <i>Methods to organize international sales structures and processes;</i> <i>Systematic market development;</i> <i>Instruments for directing and controlling international sales;</i> <i>Setting up sales information systems;</i> <i>Establishing customer relationships;</i> <i>Sales staff leadership and motivational practices in an intercultural context.</i></p>
<i>module typ</i>	<i>Elective Module</i>
<i>module duration</i>	<i>1 Semester (4 x 1.5 days)</i>
<i>language of instruction</i>	<i>English / German</i>
<i>teaching method</i>	<i>Seminar</i>
<i>literature</i>	<p><i>Keegan / Green: Global Marketing</i> <i>Kotler / Armstrong / Saunders / Wong: Principles of Marketing</i> <i>Brierty / Eckles / Reedere: Business Marketing</i> <i>Hutt/Speh: Business Marketing Management</i></p>
<i>creditpoints / workload</i>	<i>6 CrP</i>
<i>precond. for attendance</i>	<i>3301</i>
<i>required for</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>precondition for crediting (ECTS)</i>	<i>Essay exam (100%)</i>
<i>module frequency</i>	<i>annually</i>

3303 Selected Topics in Financial Theory and Practice

<i>study programme</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>module title</i>	<i>Selected Topics in Financial Theory and Practice</i>
<i>lecturer</i>	<i>N.N.</i>
<i>module supervisor</i>	<i>Prof. Dr. Martin Schmidt</i>
<i>module outcome</i>	<p><i>Participants of the course shall understand to apply the toolkit of investment and finance analysis in the field of their particular professional environment. One of the courses offered in this context (other options will be made available according to the professional background of the participants) will allow them to</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <i>- understand the various segments of the financial markets and their interrelations,</i> <i>- know important concepts of risk measurement and management and are able to use these concepts in terms of calculation and interpretation,</i> <i>- know the concepts of capital market theory and securities analysis,</i> <i>- know important forms of financial instruments and are able to calculate their value.</i> <p><u><i>Competences focused:</i></u> <i>Knowledge, facts: ***</i> <i>Management skills, decision-making based on theoretical knowledge: ***</i> <i>Soft skills (communication, interaction etc.): *</i> <i>Self-competence (organisation, motivation etc.): *</i></p>
<i>module content</i>	<i>Capital market theory, measures of risks like volatility and value at risk valuation of fixed income and floating securities as well as stocks valuation and application of listed and OTC-derivatives like interest rate swaps, forward rate agreements, futures, options.</i>
<i>module type</i>	<i>Elective Module</i>
<i>module duration</i>	<i>1 Semester (4 SWS)</i>
<i>language of instruction</i>	<i>English / German</i>
<i>teaching method</i>	<i>Seminar , Exercises , Case Studies</i>
<i>literature</i>	<i>Hull, John C.: Optionen, Futures und andere Derivate, Sharpe / Alexander / Bailey: Investments, Schmidt, Martin: Derivative Finanzinstrumente, Steiner / Bruns: Wertpapiermanagement.</i>
<i>creditpoints / workload</i>	<i>6 Crp</i>
<i>precond. for attendance</i>	<i>Basic knowledge in finance, statistics and spreadsheet calculation</i>
<i>required for</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>precondition for crediting (ECTS)</i>	<i>Essay exam (100%)</i>
<i>module frequency</i>	<i>Annually</i>

3305 Research skills, case studies and projects

<i>study programme</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>module title</i>	<i>Research skills, case studies and projects</i>
<i>lecturer</i>	<i>N.N.</i>
<i>module supervisor</i>	<i>Prof. Dr. Jan Freidank</i>
<i>module outcome</i>	<p><i>This module shall enable students to structure the skills acquired so far and to apply them in particular cases. Special emphasis is placed on transferring theoretical knowledge into practice. Students are expected to explore new concepts and apply creative solutions to business processes and problems. In addition, basic research skills required to conduct scientific (market based) research will be developed. This course may be used to develop the basic structure for the master thesis.</i></p> <p><u><i>Competences focused:</i></u> <i>Knowledge, facts *</i> <i>Methodology / Application skills ***</i> <i>Soft skills (communication, interaction etc) **</i> <i>Self discipline (organisation, motivation etc)***</i></p>
<i>module content</i>	<p><i>Techniques to gain information (literature resources, electronic media, etc.);</i> <i>Acquisition of basic research skills: research design, quantitative and qualitative analysis;</i> <i>Market research: primary and secondary research, questionnaire design, data collection and evaluation;</i> <i>Application of the case study method to work-place problems.</i></p>
<i>module type</i>	<i>Compulsory</i>
<i>module duration</i>	<i>1 Semester (4 x 1.5 days)</i>
<i>language of instruction</i>	<i>English / German</i>
<i>teaching method</i>	<i>Seminar</i>
<i>literature</i>	<i>Lecture script, exercises, case studies</i>
<i>creditpoints / workload</i>	<i>7 CrP</i>
<i>precond. for attendance</i>	<i>None</i>
<i>required for</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>precondition for crediting (ECTS)</i>	<i>Paper, presentation (100%)</i>
<i>module frequency</i>	<i>Annually</i>

4301 Advanced Seminar in Business Development

<i>study programme</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>module title</i>	Advanced Seminar in Business Development
<i>lecturer</i>	N.N.
<i>module supervisor</i>	<i>Prof. Dr. Jan Freidank</i>
<i>module outcome</i>	<p><i>Participants will be exposed to various marketing and strategy tools within a sectoral, regional, international and/or intercultural setting. This module may take place at a foreign partner university (currently Pfeiffer University, Charlotte, USA). Participants are expected to deepen their knowledge in the field of international marketing and strategy and its relevance to corporate activities.</i></p> <p><u>Competences focused:</u> <i>Knowledge, facts *</i> <i>Methodology / Application skills ***</i> <i>Soft skills (communication, interaction etc) ***</i> <i>Self discipline (organisation, motivation etc)**</i></p>
<i>module content</i>	<p><i>Application of formerly acquired marketing and strategy skills in a sectoral, regional, international and/or intercultural context for successful business development;</i> <i>Marketing and distribution as elements of a corporate, interdepartmental management system;</i> <i>Planning direction and control of international marketing and strategy activities;</i> <i>Optimal country specific distribution systems solving intercultural problems (trouble shooting) resulting from various conflicts of interest.</i></p>
<i>module type</i>	<i>Compulsory</i>
<i>module duration</i>	<i>1 Semester (1 week)</i>
<i>language of instruction</i>	<i>English / German</i>
<i>teaching method</i>	<i>Seminar</i>
<i>literature</i>	<p><i>Kautz, G. W.: Developing international markets</i> <i>Keegan, W.J.: Global Marketing</i> <i>Bennett, R.: International Marketing</i> <i>Various articles and case studies</i></p>
<i>creditpoints / workload</i>	<i>6 CrP</i>
<i>precond. for attendance</i>	<i>Module 1402</i>
<i>required for</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>precondition for crediting (ECTS)</i>	<p><i>Essay exam or oral exam/presentation (100%)</i> <i>(At the beginning of the module, the students will be informed on the kind of exam to be passed in this particular semester)</i></p>
<i>module frequency</i>	<i>Annually</i>

4302 Master Thesis (Masterarbeit)

<i>study programme</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>module title</i>	<i>Master Thesis</i>
<i>lecturer</i>	<i>N.N.</i>
<i>module supervisor</i>	<i>Prof. Dr. Jan Freidank et al.</i>
<i>module outcome</i>	<p><i>The student shall learn to apply the methodological knowledge acquired in this MBA course on a practical business case</i></p> <p><u><i>Competences focused:</i></u> <i>Knowledge, facts **</i> <i>Methodology / Application skills ***</i> <i>Soft skills (communication, interaction etc) *</i> <i>Self discipline (organisation, motivation etc)***</i></p>
<i>module content</i>	<p><i>Within the context of the master's thesis, students are expected to use their theoretical understanding to deal with an issue taken from the practical business world in a methodologically correct manner. The time allotted to this assignment is limited to sixteen weeks.</i></p>
<i>module type</i>	<i>Compulsory</i>
<i>module duration</i>	<i>1 Semester</i>
<i>language of instruction</i>	<i>English / German</i>
<i>teaching method</i>	<i>Supervised independent research work</i>
<i>literature</i>	<i>Depending on the topic</i>
<i>creditpoints / workload</i>	<i>20 CrP</i>
<i>precond. for attendance</i>	<i>Modules worth 60 CrP</i>
<i>required for</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>precondition for crediting (ECTS)</i>	<i>Thesis (100%)</i>
<i>module frequency</i>	<i>Each Semester</i>

4303 International case study

<i>study programme</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>module title</i>	<i>International case study</i>
<i>lecturer</i>	<i>N.N.</i>
<i>module supervisor</i>	<i>Prof. Dr. Jan Freidank</i>
<i>module outcome</i>	<p><i>This module shall enable students to elaborate a case study together with international students (of a foreign partner university) in an international working environment (Bergamo, Italy)</i></p> <p><u><i>Competences focused:</i></u> <i>Knowledge, facts **</i> <i>Methodology / Application skills **</i> <i>Soft skills (communication, interaction etc) ***</i> <i>Self discipline (organisation, motivation etc)***</i></p>
<i>module content</i>	<i>Application of the case study method to work-place problems in an international context (e.g. Bergamo, Italy with fellow foreign students).</i>
<i>module type</i>	<i>Compulsory</i>
<i>module duration</i>	<i>3 days</i>
<i>language of instruction</i>	<i>English</i>
<i>teaching method</i>	<i>Seminar</i>
<i>literature</i>	<i>Lecture script, exercises, case studies</i>
<i>creditpoints / workload</i>	<i>4 CrP</i>
<i>precond. for attendance</i>	<i>None</i>
<i>required for</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>precondition for crediting (ECTS)</i>	<i>Presentation (100%)</i>
<i>module frequency</i>	<i>Annually</i>

Anhang 2 b – Modulbeschreibungen in deutscher Sprache
1300 Berufspraktisches Semester

Studiengang	Master of Business Administration
Modultitel	Berufspraktikum
Dozentin oder Dozent	N.N.
Modulverantwortliche oder Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Jan Freidank
Qualifikations- und Lernziele	<p>Das Executive MBA – Programm ist darauf ausgelegt, den Teilnehmenden, aufbauend auf einer qualifizierten Berufspraxis, weiterführende Managementkenntnisse zu vermitteln. Ziel des vorliegenden Modules ist es, ein Mindestmaß an berufspraktischer Vorbildung auf Managementebene sicherzustellen.</p> <p><u>Vermittelte Kompetenzen:</u> Fachkompetenz: * Methodenkompetenz: *** Sozialkompetenz: *** Selbstkompetenz: ***</p>
Inhalt	<p>Die Bewerberinnen und Bewerber für diesen Studiengang haben den Nachweis einer mind. sechsmonatigen, qualifizierten Berufspraxis auf Managementebene zu erbringen. Dieser Nachweis kann auch aus der in den Zulassungsvoraussetzungen des Studiengangs eingeforderten 18-monatigen Berufserfahrung heraus erbracht werden. Sie wird dann im Umfang von einem Semester (30 CrP) als berufspraktisches Semester auf das MBA-Studium angerechnet.</p>
Modultyp	Pflichtmodul
Moduldauer	ein Semester
Sprache	
Lehrformen	Berufspraktikum
Literatur	
Creditpoints / Arbeitsaufwand	30 CrP
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit	Master of Business Administration
Voraussetzung für die Vergabe von Creditpoints / zu erbringende Leistungen	Dokumentation einschlägiger beruflicher Praxiserfahrung
Häufigkeit des Angebots	

1301 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

Studiengang	Master of Business Administration
Modultitel	Grundlagen der BWL
Dozentin oder Dozent	N.N.
Modulverantwortliche oder Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Hayo Reimers
Qualifikations- und Lernziele	<p>Die Teilnehmenden sollen sensibilisiert werden für die verschiedenen Managementfunktionen im Unternehmen. Im Rahmen eines Unternehmensplanspiels treten sie zueinander in Wettbewerb und sollen so erkennen, welche Bedeutung die verschiedenen Managementkonzepte und –instrumente für den Entscheidungsprozess eines Unternehmens haben, um sich für eine tiefere Auseinandersetzung mit diesen Themen in den folgenden Lehrmodulen vorzubereiten. In diesem ersten Modul des MBA-Programms sollen die Teilnehmer auf spielerische Art miteinander bekannt und vertraut gemacht werden.</p> <p><u>Vermittelte Kompetenzen:</u> Fachkompetenz: * Methodenkompetenz: ** Sozialkompetenz: *** Selbstkompetenz: *</p>
Inhalt	<p>Die Teilnehmenden lernen, Unternehmensaktivitäten zu planen und durchzuführen. Der Kurs setzt hierzu das Unternehmensplanspiel "Global Factory" von BTI ein. Es deckt die Funktionsbereiche Beschaffung, Produktionsplanung, Investitionsplanung, Markt- und Produktforschung und –entwicklung, Marketing, Finanzierung sowie internes und externes Rechnungswesen ab. Spiel- und Vortragsphasen wechseln sich ab, um einen Ansporn zu geben, im folgenden Studium mehr über diese verschiedenen Funktionsbereiche des Betriebs zu lernen.</p>
Modultyp	Pflichtmodul
Moduldauer	6 Tage (Blockseminar)
Sprache	Englisch / Deutsch
Lehrformen	Unternehmensplanspiel, Einführungsvorlesungen
Literatur	BTI Handbuch, Harrison / Horngreen: Financial Accounting
Creditpoints / Arbeitsaufwand	6 CrP
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit	Master of Business Administration
Voraussetzung für die Vergabe von Creditpoints / zu erbringende Leistungen	Aktive Spielteilnahme (50%), Präsent. (20%), Abschlussklausur (30%)
Häufigkeit des Angebots	Jährlich

1302 Strategisches und Operatives Management

Studiengang	Master of Business Administration
Modultitel	Strategisches und Operatives Management
Dozentin oder Dozent	N.N.
Modulverantwortliche oder Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Jan Freidank
Qualifikations- und Lernziele	<p>Das Modul soll die Fähigkeit vermitteln, dynamische Unternehmensumfelder zu analysieren, Unternehmensstrategien zu formulieren, sowie die organisatorischen Kapazitäten zu entwickeln, diese Strategien entsprechend den Markterfordernissen umzusetzen. Besonderen Wert legt dieses Modul auf die Entwicklung von Knowhow in den Bereichen Change Management, Projekt Management, und operatives Management zur Umsetzung von Unternehmensstrategien.</p> <p><u>Vermittelte Kompetenzen:</u> Fachkompetenz: *** Methodenkompetenz: *** Sozialkompetenz: ** Selbstkompetenz: *</p>
Inhalt	<p>Umweltanalyse (politisches/ökonomisches Umfeld, Konsumenten/Nachfrage, Wettbewerber, Stakeholder); Analyse von Organisationsstrategien und –fähigkeiten; Formulierung und Implementierung von Strategien und Fähigkeiten; Change Management; Projekt- und Operatives Management.</p>
Modultyp	Pflichtmodul
Moduldauer	1 Semester (4 x1.5 Tage)
Sprache	Englisch / Deutsch
Lehrformen	Seminar
Literatur	<p>Ansoff, Igor / Mc Donnell, E. J.: <i>Implanting Strategic Management</i> Graham, R./Englund, R.: <i>Creating an Environment for Successful Projects</i></p>
Creditpoints / Arbeitsaufwand	7 CrP
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit	Master of Business Administration
Voraussetzung für die Vergabe von Creditpoints / zu erbringende Leistungen	Klausur (100%)
Häufigkeit des Angebots	Jährlich

1303 Führungskompetenz

Studiengang	Master of Business Administration
Modultitel	Führungskompetenzen
Dozentin oder Dozent	N.N.
Modulverantwortliche oder Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Waldemar Pelz
Qualifikations- und Lernziele	<p>Ziel dieses Moduls ist es, ausgehend von einer Diagnose ihrer bisherigen Erfahrungen Führungskompetenzen gezielt weiter zu entwickeln. Damit werden die Teilnehmenden auf die Übernahme von Führungsverantwortung im Rahmen des General Managements vorbereitet. Hierzu zählen insbesondere soziale und interkulturelle Kompetenzen wie z. B. Führungskommunikation, Delegation, Motivation, Kontrolle und Verhandlungstechniken im internationalen Kontext.</p> <p><u>Vermittelte Kompetenzen:</u> Fachkompetenz: * Methodenkompetenz: ** Sozialkompetenz: *** Selbstkompetenz: **</p>
Inhalt	<p>Grundlagen der Führungskompetenz; Grundsätze und Regeln der direkten und indirekten Führung und Kommunikation im interkulturellen Kontext; Aspekte des Verhandlungsprozesses, der Konfliktlösung sowie der Selbst- und Fremdmotivation in verschiedenen kulturellen Umfeldern; Management zwischenmenschlicher und funktionaler Beziehungen.</p>
Modultyp	Pflichtmodul
Moduldauer	1 Semester (4 x 1.5 Tage)
Sprache	Englisch / Deutsch
Lehrformen	Seminar, Übungen
Literatur	English, L. M.: Business Across Cultures Hofstede, G. et. al.: Cultures and Organizations
Creditpoints / Arbeitsaufwand	7 Crp
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit	Master of Business Administration
Voraussetzung für die Vergabe von Creditpoints / zu erbringende Leistungen	Referat und Präsentation (100%)
Häufigkeit des Angebots	Jährlich

2301 Externes Rechnungswesen

<i>Studiengang</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>Modultitel</i>	<i>Externes Rechnungswesen</i>
<i>Dozentin oder Dozent</i>	<i>N.N.</i>
<i>Modulverantwortliche oder Modulverantwortlicher</i>	<i>Prof. Dr. U. Mandler</i>
<i>Qualifikations- und Lernziele</i>	<p><i>Die Teilnehmenden sollen die Jahresabschlüsse von Kapitalgesellschaften verstehen und auswerten lernen. Zur Stärkung der Methodenkompetenz erfolgt dies vor allem anhand von Übungsbeispielen, Aufgaben und Fallstudien.</i></p> <p><u><i>Vermittelte Kompetenzen:</i></u> <i>Fachkompetenz: ***</i> <i>Methodenkompetenz: ***</i> <i>Sozialkompetenz: *</i> <i>Selbstkompetenz: **</i></p>
<i>Inhalt</i>	<i>Jahresabschluss und Jahresabschlussarten, Rechtsgrundlagen: HGB versus IFRS, Grundzüge doppelter Buchführung, Gewinn- und Verlustrechnung, Kapitalflussrechnung, Eigenkapital und Eigenkapitalspiegel, Grundlagen der Währungsumrechnung und der Konzernrechnungslegung, Abschreibungen und Rückstellungen, Einführung in die Jahresabschlussanalyse.</i>
<i>Modultyp</i>	<i>Pflichtmodul</i>
<i>Moduldauer</i>	<i>1 Semester (4 x 1.5 Tage)</i>
<i>Sprache</i>	<i>Englisch / Deutsch</i>
<i>Lehrformen</i>	<i>Seminar, Fallstudien, Gruppenprojekte</i>
<i>Literatur</i>	<i>Harrison / Horngreen: Managerial Accounting</i>
<i>Creditpoints / Arbeitsaufwand</i>	<i>6 CrP</i>
<i>Voraussetzungen</i>	<i>keine</i>
<i>Verwendbarkeit</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>Voraussetzung für die Vergabe von Creditpoints / zu erbringende Leistungen</i>	<i>Klausur (100%)</i>
<i>Häufigkeit des Angebots</i>	<i>Jährlich</i>

2302 Angewandte Makroökonomie

<i>Studiengang</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>Modultitel</i>	<i>Angewandte Makroökonomie</i>
<i>Dozentin oder Dozent</i>	<i>N.N.</i>
<i>Modulverantwortliche oder Modulverantwortlicher</i>	<i>Prof. Dr. Hayo Reimers</i>
<i>Qualifikations- und Lernziele</i>	<p><i>Die Teilnehmenden lernen, mit volkswirtschaftlichen Daten umzugehen, sie zu interpretieren und in ihre unternehmerische Entscheidungsfindung, z. B. eine dynamische Investitionsrechnung, einfließen zu lassen. Sie erlernen die Fähigkeit, makroökonomische Trends, weltwirtschaftliche Risiken und politische Optionen zu erkennen und die Wirtschaftspolitik eines Landes zu beurteilen.</i></p> <p><u><i>Vermittelte Kompetenzen:</i></u> <i>Fachkompetenz: ***</i> <i>Methodenkompetenz: ***</i> <i>Sozialkompetenz: *</i> <i>Selbstkompetenz: **</i></p>
<i>Inhalt</i>	<p><i>Die volkswirtschaftlichen Aspekte der Investitionsrechnung; Die Messung makroökonomischer Aktivitäten in der VGR; Gesamtwirtschaftliche Nachfrage – und Angebotsprozesse; Nachfrageökonomie, Konjunkturzyklen und kurzfristige wirtschaftspolitische Handlungsoptionen; Strukturelle Marktineffizienzen, Angebotsökonomie und langfristige Politikoptionen; Geld- und Kapitalmärkte, Zentralbanksysteme, geldpolitische Strategien; Außenwirtschaft: Zahlungsbilanzen, Wechselkurse und das international Währungssystem; Analyse der jüngeren weltwirtschaftlichen Krisensituationen.</i></p>
<i>Modultyp</i>	<i>Pflichtmodul</i>
<i>Moduldauer</i>	<i>1 Semester (4 x 1.5 Tage)</i>
<i>Sprache</i>	<i>Englisch / Deutsch</i>
<i>Lehrformen</i>	<i>Seminar, Fallstudien</i>
<i>Literatur</i>	<i>Samuelson / Nordhaus: Economics, ECB: The Monetary Policy of the ECB</i>
<i>Creditpoints / Arbeitsaufwand</i>	<i>7 CrP</i>
<i>Voraussetzungen</i>	<i>keine</i>
<i>Verwendbarkeit</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>Voraussetzung für die Vergabe von Creditpoints / zu erbringende Leistungen</i>	<i>Klausur (100%)</i>
<i>Häufigkeit des Angebots</i>	<i>Jährlich</i>

2303 Internes Rechnungswesen

<i>Studiengang</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>Modultitel</i>	<i>Internes Rechnungswesen</i>
<i>Dozentin oder Dozent</i>	<i>N.N.</i>
<i>Modulverantwortliche oder Modulverantwortlicher</i>	<i>Prof. Dr. U. Nissen</i>
<i>Qualifikations- und Lernziele</i>	<p><i>Die Teilnehmenden sollen ein generelles Verständnis für die Grundsätze der internen Rechnungslegung, d. h. für ihre Problemstellungen, Aufgaben und Ziele entwickeln, sie werden in die Lage versetzt, Instrumente des Rechnungswesens einzusetzen im Interesse einer Verbesserung der Kosteneffizienz ihres Unternehmens</i></p> <p><u><i>Vermittelte Kompetenzen:</i></u> <i>Fachkompetenz: ***</i> <i>Methodenkompetenz: ***</i> <i>Sozialkompetenz: *</i> <i>Selbstkompetenz: **</i></p>
<i>Inhalt</i>	<p><i>Kostenstrukturanalyse; Budgetierung, Kosten- und Umsatzplanung; Kostenverhalten, Break-Even-Analysen, angewandtes Vertriebscontrolling; Produktkalkulation, Preiskalkulation; Investitionsrechnung; Reporting, Berichterstattung; Kostenstellenrechnung; Prozesskostenrechnung.</i></p>
<i>Modultyp</i>	<i>Pflichtmodul</i>
<i>Moduldauer</i>	<i>1 Semester (4 x 1.5 Tage)</i>
<i>Sprache</i>	<i>Englisch / Deutsch</i>
<i>Lehrformen</i>	<i>Seminar, Fallstudien, Gruppenprojekte</i>
<i>Literatur</i>	<i>Harrison / Horngreen: Managerial Accounting</i>
<i>Creditpoints / Arbeitsaufwand</i>	<i>7 CrP</i>
<i>Voraussetzungen</i>	<i>keine</i>
<i>Verwendbarkeit</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>Voraussetzung für die Vergabe von Creditpoints / zu erbringende Leistungen</i>	<i>Klausur (100%)</i>
<i>Häufigkeit des Angebots</i>	<i>Jährlich</i>

3301 Internationales Marketing

<i>Studiengang</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>Modultitel</i>	<i>Internationales Marketing</i>
<i>Dozentin oder Dozent</i>	<i>N.N.</i>
<i>Modulverantwortliche oder Modulverantwortlicher</i>	<i>Prof. Dr. Jan Freidank</i>
<i>Qualifikations- und Lernziele</i>	<p><i>Die Teilnehmenden sollen die Grundlagen des internationalen Marketings und des „Marketing Mix“ beherrschen.</i></p> <p><u><i>Vermittelte Kompetenzen:</i></u> <i>Fachkompetenz: ***</i> <i>Methodenkompetenz: ***</i> <i>Sozialkompetenz: **</i> <i>Selbstkompetenz: *</i></p>
<i>Inhalt</i>	<p><i>Grundlagen des internationalen Marketings, insbesondere des internationalen „Marketing Mix“;</i> <i>Das globale Unternehmensumfeld und die Strategien der Internationalisierung eines Unternehmens;</i> <i>Marktsegmentierung;</i> <i>Strategische und operative Marktforschung;</i> <i>Kulturbezogenes Käuferverhalten;</i> <i>Das Management des “Marketing mix”.</i></p>
<i>Modultyp</i>	<i>Pflichtmodul</i>
<i>Moduldauer</i>	<i>1 Semester (4 x 1.5 Tage)</i>
<i>Sprache</i>	<i>Englisch / Deutsch</i>
<i>Lehrformen</i>	<i>Seminar</i>
<i>Literatur</i>	<p><i>Keegan, W.J. / Green, M.: Global Marketing</i> <i>Kotler / Armstrong / Saunders / Wong: Principles of Marketing</i></p>
<i>Creditpoints / Arbeitsaufwand</i>	<i>7 CrP</i>
<i>Voraussetzungen</i>	<i>keine</i>
<i>Verwendbarkeit</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>Voraussetzung für die Vergabe von Creditpoints / zu erbringende Leistungen</i>	<i>Präsentation einer Fallstudie (50%), Klausur (50%)</i>
<i>Häufigkeit des Angebots</i>	<i>Jährlich</i>



3302 Internationaler Vertrieb

<i>Studiengang</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>Modultitel</i>	<i>Internationaler Vertrieb</i>
<i>Dozentin oder Dozent</i>	<i>N. N.</i>
<i>Modulverantwortliche oder Modulverantwortlicher</i>	<i>Prof. Dr. Juliane Staubach</i>
<i>Qualifikations- und Lernziele</i>	<p><i>Die Teilnehmenden sollen die Fähigkeit entwickeln, die Kernerfolgsfaktoren internationaler Unternehmen zu analysieren und diese grenzüberschreitend auf das eigene Unternehmen anzuwenden. Ein besonderer Fokus dieses Moduls liegt auf dem B2B – Sektor.</i></p> <p><u><i>Vermittelte Kompetenzen:</i></u> <i>Fachkompetenz: **</i> <i>Methodenkompetenz: ***</i> <i>Sozialkompetenz: **</i> <i>Selbstkompetenz: *</i></p>
<i>Inhalt</i>	<p><i>Erfolgsfaktoren internationaler Vertriebsaktivitäten im B2B; Methoden, internationale Vertriebsstrukturen und –prozesse zu organisieren; Systematische Marktentwicklung; Instrumente zur Leitung und Kontrolle des internationalen Vertriebs; Einführung von Vertriebsinformationssystemen; Einführung von Customer Relationship Management; Praktiken der Motivation und Führung von Vertriebspersonal im interkulturellen Kontext.</i></p>
<i>Modultyp</i>	<i>Wahlmodul</i>
<i>Moduldauer</i>	<i>1 Semester (4 x 1.5 Tage)</i>
<i>Sprache</i>	<i>Englisch / Deutsch</i>
<i>Lehrformen</i>	<i>Seminar</i>
<i>Literatur</i>	<p><i>Keegan / Green: Global Marketing</i> <i>Kotler / Armstrong / Saunders / Wong: Principles of Marketing</i> <i>Brierty / Eckles / Reedere: Business Marketing</i> <i>Hutt/Speth: Business Marketing Management</i></p>
<i>Creditpoints / Arbeitsaufwand</i>	<i>6 CrP</i>
<i>Voraussetzungen</i>	<i>Modul 3301</i>
<i>Verwendbarkeit</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>Voraussetzung für die Vergabe von Creditpoints / zu erbringende Leistungen</i>	<i>Klausur (100%)</i>
<i>Häufigkeit des Angebots</i>	<i>jährlich</i>

3303 Spezielle Probleme in finanzwirtschaftlicher Theorie und Praxis

Studiengang	Master of Business Administration
Modultitel	Spezielle Probleme in finanzwirtschaftlicher Theorie und Praxis
Dozentin oder Dozent	N.N.
Modulverantwortliche oder Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Martin Schmidt
Qualifikations- und Lernziele	<p>Die Teilnehmenden des Kurses sollen die Instrumente der Investitions- und Finanzierungsentscheidungen im Kontext ihres professionellen Arbeitsfelds kennenlernen. Einer der hierfür angebotenen Kurse (andere Optionen werden in Abhängigkeit des professionellen Hintergrunds der Teilnehmenden angeboten) zielt speziell darauf ab, dass die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - die verschiedenen Segmente der Finanzmärkte und ihrer Interaktionen verstehen; - wichtige Konzepte der Risikomessung und des Risikomanagements kennen und zur Kalkulation und Interpretation von Finanzprodukten einsetzen können; - die Konzepte der Kapitalmarkttheorie und Wertpapieranalyse kennen; - die wichtigsten Formen von Finanzinstrumenten kennen und bewerten lernen. <p><u>Vermittelte Kompetenzen:</u> Fachkompetenz: *** Methodenkompetenz: *** Sozialkompetenz: * Selbstkompetenz: *</p>
Inhalt	<p>Kapitalmarkttheorie, Risikobewertung mittels Volatilitäten und "value at risk"-Kennzahlen; Bewertung von festverzinslichen Wertpapieren, Floatern und Aktien; Bewertung und Einsatz gelisteter sowie OTC-gehandelter Derivate wie z. B. Zinsswaps, Termingeschäfte, Optionen.</p>
Modultyp	Wahlmodul
Moduldauer	1 Semester (4 SWS im Block)
Sprache	Englisch / Deutsch
Lehrformen	Seminar, Übungen, Fallstudien
Literatur	Hull, John C.: Optionen, Futures und andere Derivate, Sharpe / Alexander / Bailey: Investments, Schmidt, Martin: Derivative Finanzinstrumente, Steiner / Bruns: Wertpapiermanagement.
Creditpoints / Arbeitsaufwand	6 Crp
Voraussetzungen	Grundwissen in Finanzierung, Statistik und elektr. Spreadsheet Kalkulationen
Verwendbarkeit	Master of Business Administration
Voraussetzung für die Vergabe von Creditpoints / zu erbringende Leistungen	Klausur (100%)
Häufigkeit des Angebots	Jährlich

3305 Wissenschaftliches Arbeiten, Fallstudien und Projekte

<i>Studiengang</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>Modultitel</i>	<i>Wissenschaftliches Arbeiten, Fallstudien und Projekte</i>
<i>Dozentin oder Dozent</i>	<i>N.N.</i>
<i>Modulverantwortliche oder Modulverantwortlicher</i>	<i>Prof. Dr. Jan Freidank</i>
<i>Qualifikations- und Lernziele</i>	<p><i>Dieses Modul soll den Teilnehmenden helfen, ihre bisher erworbenen Kenntnisse zu strukturieren und auf konkrete Vorhaben anzuwenden. Besonderer Wert wird gelegt auf den Transfer theoretischer Kenntnisse in die praktische Umsetzung. Es wird von den Teilnehmenden erwartet, neue Konzepte umzusetzen und kreative Lösungen auf Unternehmensprobleme und –prozesse anzuwenden. Hinzu kommt die Vermittlung grundlegender Techniken wissenschaftlichen Arbeitens zur Umsetzung von Marktforschungsvorhaben. Damit wird der Kurs zur Grundlage der Arbeit für die spätere Masterthesis.</i></p> <p><i>Vermittelte Kompetenzen:</i> <i>Fachkompetenz: *</i> <i>Methodenkompetenz: ***</i> <i>Sozialkompetenz: **</i> <i>Selbstkompetenz: ***</i></p>
<i>Inhalt</i>	<p><i>Techniken der Informationsgewinnung (Literaturquellen, elektronische Medien, etc.);</i> <i>Erwerb grundlegender Fähigkeiten wissenschaftlichen Arbeitens: Forschungsdesign, quantitative und qualitative Analyse;</i> <i>Marktforschung: Primär- und Sekundärforschung, Fragebogendesign, Datengenerierung und –auswertung;</i> <i>Anwendung von Fallstudien auf konkrete Arbeitsplatzprobleme.</i></p>
<i>Modultyp</i>	<i>Pflichtfach</i>
<i>Moduldauer</i>	<i>1 Semester (insg. 6 Tage)</i>
<i>Sprache</i>	<i>Englisch / Deutsch</i>
<i>Lehrformen</i>	<i>Seminar</i>
<i>Literatur</i>	<i>Vorlesungsskript, Übungen, Fallstudien</i>
<i>Creditpoints / Arbeitsaufwand</i>	<i>7 CrP</i>
<i>Voraussetzungen</i>	<i>keine</i>
<i>Verwendbarkeit</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>Voraussetzung für die Vergabe von Creditpoints / zu erbringende Leistungen</i>	<i>Referat mit Präsentation (100%)</i>
<i>Häufigkeit des Angebots</i>	<i>Jährlich</i>

4301 Seminar Geschäftsfeldentwicklung

Studiengang	Master of Business Administration
Modultitel	Seminar Geschäftsfeldentwicklung
Dozentin oder Dozent	N.N.
Modulverantwortliche oder Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Jan Freidank
Qualifikations- und Lernziele	<p>Die Teilnehmenden werden mit verschiedenen strategischen und Marketinginstrumenten in verschiedenen sektoralen, regionalen, internationalen und/oder interkulturellen Szenarien konfrontiert. Das Modul findet i. d. R. an einer Partneruniversität (derzeit Pfeiffer University in Charlotte, USA) statt. Die Teilnehmenden vertiefen ihr Wissen im internationalen Marketing und Strategie und dessen Relevanz für die Geschäftsfeldentwicklung. Zur Wissensvermittlung werden insbesondere umfangreiche Case Studies eingesetzt.</p> <p><u>Vermittelte Kompetenzen:</u> Fachkompetenz: * Methodenkompetenz: *** Sozialkompetenz: *** Selbstkompetenz: **</p>
Inhalt	<p>Anwendung bisher erworbener Marketing- und Strategiekennnisse auf Geschäftsfelder in einem sektoralen, regionalen, internationalen und/oder interkulturellen Kontext als Beitrag zur erfolgreichen Geschäftsfeldentwicklung; Marketing und Vertrieb als Elemente eines unternehmenseigenen, abteilungsübergreifenden Managementsystems; Planung der Leitung und Überwachung von internationalen Strategie- und Marketingaktivitäten; Optimierung länderspezifischer Vertriebssysteme zur Lösung interkultureller Probleme (trouble shooting), die aus verschiedenen Interessenkonflikten resultieren können.</p>
Modultyp	Pflichtmodul
Moduldauer	1 Semester (1 Woche)
Sprache	Englisch / Deutsch
Lehrformen	Seminar
Literatur	Kautz, G. W.: Developing international markets Keegan, W.J.: Global Marketing Bennett, R.: International Marketing Various articles and case studies
Creditpoints/Arbeitsaufwand	6 CrP
Voraussetzungen	Modul 3301
Verwendbarkeit	Master of Business Administration
Voraussetzung für die Vergabe von Creditpoints / zu erbringende Leistungen	Klausur <u>oder</u> mündliche Prüfung/Präsentation (100%) (Die Studierenden werden zu Beginn des Moduls informiert, welche Prüfungsform im aktuellen Semester angewendet wird.)
Häufigkeit des Angebots	Jährlich

4302 Masterarbeit (Thesis)

<i>Studiengang</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>Modultitel</i>	<i>Master Thesis</i>
<i>Dozentin oder Dozent</i>	<i>N.N.</i>
<i>Modulverantwortliche oder Modulverantwortlicher</i>	<i>Prof. Dr. Jan Freidank et al.</i>
<i>Qualifikations- und Lernziele</i>	<p><i>Die Teilnehmenden lernen, ihre im MBA-Programm erworbene Methodenkompetenz auf die Lösung eines konkreten Unternehmensproblems anzuwenden.</i></p> <p><u><i>Vermittelte Kompetenzen:</i></u> <i>Fachkompetenz: **</i> <i>Methodenkompetenz: ***</i> <i>Sozialkompetenz: *</i> <i>Selbstkompetenz: ***</i></p>
<i>Inhalt</i>	<i>Im Rahmen der Masterthesis nutzen die Teilnehmenden ihre im MBA-Programm erworbene Fach- und Methodenkompetenz zur Lösung einer konkreten Unternehmensfragestellung. Die Bearbeitungszeit der Thesis beträgt 16 Wochen,</i>
<i>Modultyp</i>	<i>Pflichtmodul</i>
<i>Moduldauer</i>	<i>1 Semester</i>
<i>Sprache</i>	<i>English/ Deutsch</i>
<i>Lehrformen</i>	<i>Betreute, aber unabhängige Forschungsarbeit</i>
<i>Literatur</i>	<i>Abhängig vom Thema</i>
<i>Creditpoints / Arbeitsaufwand</i>	<i>20 CrP</i>
<i>Voraussetzungen</i>	<i>Module im Wert von 60 CrP</i>
<i>Verwendbarkeit</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>Voraussetzung für die Vergabe von Creditpoints / zu erbringende Leistungen</i>	<i>Thesis, ggf. Kolloquium (100%)</i>
<i>Häufigkeit des Angebots</i>	<i>semesterweise</i>

4303 Internationale Fallstudie

<i>Studiengang</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>Modultitel</i>	<i>Internationale Fallstudie</i>
<i>Dozentin oder Dozent</i>	<i>N.N.</i>
<i>Modulverantwortliche oder Modulverantwortlicher</i>	<i>Prof. Dr. Jan Freidank</i>
<i>Qualifikations- und Lernziele</i>	<p><i>Dieses Modul soll den Teilnehmenden helfen, ihre bisher erworbenen Kenntnisse zu strukturieren und auf konkrete Vorhaben anzuwenden. Besonderer Wert wird gelegt auf die Internationalität von Fallstudieninhalten, Gruppenzusammensetzung (in Kooperation der Partneruniversität Bergamo) und Arbeitsumfeld (an der Partner-Universität Bergamo, Italien).</i></p> <p><u><i>Vermittelte Kompetenzen:</i></u> <i>Fachkompetenz: *</i> <i>Methodenkompetenz: ***</i> <i>Sozialkompetenz: **</i> <i>Selbstkompetenz: ***</i></p>
<i>Inhalt</i>	<i>Anwendung von Fallstudien auf konkrete Arbeitsplatzprobleme in einem internationalen Kontext (in Kooperation mit der Partner-Universität Bergamo, Italien).</i>
<i>Modultyp</i>	<i>Pflichtfach</i>
<i>Moduldauer</i>	<i>3 Tage</i>
<i>Sprache</i>	<i>Englisch</i>
<i>Lehrformen</i>	<i>Seminar</i>
<i>Literatur</i>	<i>Fallstudien</i>
<i>Creditpoints / Arbeitsaufwand</i>	<i>4 CrP</i>
<i>Voraussetzungen</i>	<i>keine</i>
<i>Verwendbarkeit</i>	<i>Master of Business Administration</i>
<i>Voraussetzung für die Vergabe von Creditpoints / zu erbringende Leistungen</i>	<i>Präsentation (100%)</i>
<i>Häufigkeit des Angebots</i>	<i>Jährlich</i>