

MODULHANDBUCH

Postgradualer Masterstudiengang
General Management

Abschluss
Master of Business Administration (MBA)



Institute for Industrial and
Financial Management

Inhalt

Modul MBA 01 Accounting and Controlling	3
Modul MBA 02 Marketing	6
Modul MBA 03 Corporate Finance and Risk Management	8
Modul MBA 04 Production and Logistics	11
Modul MBA 05 Management Information Systems and IT-Management	14
Modul MBA 06 Managerial Economics	18
Modul MBA 07 International Taxation and Law	22
Lehrveranstaltung: International Taxation	22
Lehrveranstaltung: Law	24
Modul MBA 08 Organisational Leadership	26
Lehrveranstaltung: Strategic Management and Human Resources	26
Lehrveranstaltung: Ethical Behaviour	29
Modul MBA 09 Interpersonal Competence	31
Lehrveranstaltung: Communication Skills	31
Lehrveranstaltung: Intercultural Competence	33
Modul MBA 10 Research Projects Lehrveranstaltung: Research Methods	35

Modul MBA 04 einschließlich Zusatz „Production and Logistics - Inhalte Stefan Voss“

Modul MBA 01

Accounting and Controlling

Modul-Nr./ Code	MBA 01
Modulbezeichnung	Accounting and Controlling
Semester oder Trimester	1. Semester
Dauer des Moduls	48 Stunden in 2 Blöcken
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	- Accounting - Controlling (Cost and Management Accounting)
Häufigkeit des Angebots des Moduls	je Kohorte einmal
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	entfällt
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. U. Müller
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. U. Müller Dr. Harald Wedell Ing. Marek Kouřil Ingo. Ivo Krejčí Gastdozenten: Dipl. Kfm. Y. Salamon
Lehrsprache	Deutsch bzw. Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload und Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden mit - Kontaktzeit: 48 Stunden (6 Tage, 2 Blöcke) - Selbststudium (Vor-/Nachbereitung): 102 Stunden
SWS	2 x 24 Stunden/ 2 Blöcke
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Online Hausarbeiten, schriftliche Fachprüfungen, Essay

Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6 / 75
Qualifikationsziele des Moduls	Verständnis gewinnen für den Informationsnutzen von Daten zur Vermögens-, Finanz- und Erfolgslage von Unternehmen – ermittelt auf unterschiedlichen Rechtsgrundlagen zur Rechnungslegung; Kenntnis erlangen von Problemen und Lösungsmöglichkeiten bei Planung, Realisation und Kontrolle in den verschiedenen Entscheidungsfeldern von Managern (verhaltenssteuerndes Rechnungswesen)
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Bilanz und Erfolgsrechnung als Informationsquellen für die Unternehmensinteressenten (Stakeholder); internationale Bilanzierungsregeln • Erfolgsanalyse (Unternehmensergebnis, Bereichs- und Betriebsergebnis EBIT, Wertschöpfung); • Erfolgskennzahlen (Rentabilität, ROI, Produktivität, Economic Value Added – EVA, Cashflow) • Entscheidungsorientiertes (internes) Rechnungswesen: Steuerung von Profit Centern, Service und Cost Centern, Sortimentsanalysen, Break-even-Analyse, Zielkostenmanagement, Make-or-buy-Entscheidungen, BalancedScorecard, Budgetierung, Abweichungsanalyse
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Kursvorbereitung durch umfangreiches deutsch/englisches paper mit Fallgestaltungen und wesentlichen fachlichen Grundlagen; Vortrag und Diskussion der Fallgestaltungen und zusätzlicher Cases im Präsenzstudium (48 U-Stunden); Konzeption und Bearbeitung eigenständig konstruierter Fälle.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Workshops mit Gastvorträgen: Beispiel: Praxisworkshop mittels Unternehmenssimulation und interkulturelle Vergleiche des Controllings z.B. China – Europa.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	(deutsch): COENENBERG, A. G.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, München. COENENBERG, A. G.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Landsberg am Lech.

	<p>(english): HORNGREN, CH. T.: Introduction to Financial Accounting, London. DRURY, C.: Management & Cost Accounting, London. GARRISON, R. H.: Managerial Accounting, Homewood.</p> <p>Wang, Xuyi/Chu, Hui: Controlling unter chinesischer Kultur, in: ZfCM/Controlling & Management, 53. Jg., 2009, H. 2 Wang, Xuyi/Ren Mi: Der Einfluss traditioneller Philosophien auf das Controlling im modernen China, in: pwc: chinacompass – Nachrichten für Experten, Hrsg.: PriceWaterhouseCoopers, Frühj. 2010</p>
--	--

Modul MBA 02

Marketing

Modul-Nr./ Code	MBA 02
Modulbezeichnung	Marketing
Semester oder Trimester	1. Semester
Dauer des Moduls	48 Stunden in 2 Blöcken
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Marketing I. + II.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Je Kohorte einmal
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	entfällt
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Reinhard Hünerberg
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Reinhard Hünerberg
Lehrsprache	Deutsch bzw. Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload und Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden mit - Kontaktzeit: 48 Stunden (6 Tage, 2 Blöcke) - Selbststudium (Vor-/Nachbereitung): 102 Stunden
SWS	2 x 24 Stunden/2 Blöcke
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Fachprüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6 / 75
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden sollen das Konzept des Marketings verstehen, Determinanten des Marketing-Handelns identifizieren sowie Strategien und Instrumente des Marketings kennenlernen. Auf dieser Basis soll eine

	eigenständige Analyse von Entscheidungssituationen ermöglicht werden. Durch Beispiele und Reflektion eigener Erfahrungen wird problemgerechtes eigenständiges Handeln und Anwendung gelernter Prinzipien für Marketingzwecke geübt.
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marketingkonzept 2. Marketingumfeld 3. Marketing-Zielsetzungen 4. Marktstrategien <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Marktselektion 4.2 Markteintritt / Marktverteidigung 4.3 Wettbewerbsverhalten 5. Marketinginstrumente <ol style="list-style-type: none"> 5.1 Produkt- und Servicepolitik 5.2 Preis- und Vertragspolitik 5.3 Distributionspolitik 5.4 Kommunikationspolitik 6. Planung und Organisation als Formen der Marketingimplementierung
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Unterrichtsgespräch mit Übungen / Fallstudien
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Sporadisch Gastvorträge von Unternehmensexperten
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p><u>Pflichtlektüre:</u> Homburg, Christian / Krohmer, Harley: Marketingmanagement, 3. Auflage, Gabler, Wiesbaden 2009 Kotler, Philip / Armstrong, Gary / Saunders, John / Wong, Veronica: Grundlagen des Marketing, 4. Auflage, Pearson Studium; München 2007 Kotler, Philip / Keller, K.L.: Marketing Management, 13th ed., New Jersey 2009</p> <p><u>Zusatzliteratur:</u> aktuelle Artikel und Buchkapitel gemäß Fallstudien, Hausarbeiten, Schwerpunktthemen</p>

Modul MBA 03

Corporate Finance and Risk Management

Modul-Nr./ Code	MBA 03
Modulbezeichnung	Corporate Finance and Risk Management
Semester oder Trimester	2. Semester
Dauer des Moduls	48 Stunden in 2 Blöcken
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Corporate Finance Risk Management
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal je Kohorte
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Entfällt
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Udo Müller
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. U. Müller Prof. Dr. Rainer Stöttner Prof. Dr. Christian Möbius Gastdozenten: Mag. (Finanzen) B. Haid; B. Blibeche.
Lehrsprache	Deutsch bzw. Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload und Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden mit - Kontaktzeit: 48 Stunden (6 Tage, 2 Blöcke) - Selbststudium (Vor-/Nachbereitung): 102 Stunden
SWS	2 x 24 Stunden/2 Blöcke
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Fachprüfung, Essay
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6 / 75

<p>Qualifikationsziele des Moduls</p>	<p>Der Studierende lernt die kapitalmarktseitigen Rahmenbedingungen unternehmerischer Investitions- und Finanzierungsentscheidungen kennen und zielgerichtet nutzen. Er lernt außerdem, wie mit Unternehmensrisiken, insbesondere Markt(preis)Risiken, umzugehen ist und welche Hedginginstrumente, vor allem derivative Produkte, im Risikomanagement eingesetzt werden können.</p>
<p>Inhalte des Moduls</p>	<p>Das Modul vermittelt grundlegende Einsichten in die Funktionsweise von Finanzmärkten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Funktionen und Strukturen von Kapitalmärkten • Zinssätze und Zinsstrukturkurven • Risiko-Ertrags-Profile • Finanzinstrumente • Globalisierung von Finanzmärkten • Effizienz und Ineffizienz von Finanzmärkten • Instabilität von Finanzmärkten • Motive von Finanzmarktaktivitäten • Bausteine der Portfoliotheorie (Risiko und Ertrag als Schlüsselgrößen, Kovarianz von Vermögenserträgen, Nutzen der Diversifikation, dreistufiger Portfolioentscheidungs- und optimierungsprozess) • Bausteine der Kapitalmarktgleichgewichtstheorie (Capital Asset Pricing Model, CAPM), Erklärungsgehalt der CAP-Modelle, wesentliche Bestandteile des Standard-CAPM) • Konzeption und Einsatzmöglichkeiten des Risikomanagements • Corporate Governance und Risikomanagement • Risikobegriff und -typen • Identifizierung, Messung/Schätzung und Management von Unternehmensrisiken • Hedging von systematischen Risiken mit Hilfe derivativer Instrumente • Ausgewählte derivative Hedginginstrumente (Optionen, Termingeschäfte, Futures, Swaps) • Hedging-, Arbitrage- und Spekulationsgeschäfte

<p>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</p>	<p>Kombination aus Lektüre, Seminar, Input durch Lehrenden, Selbststudium</p>
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	<p>Börsenplanspiel, Gastvorträge</p>
<p>Literatur (Pflichtlektüre (fett)/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Peter ALBRECHT, Raimond MAURER: Investment- und Risikomanagement – Modelle, Methoden, Anwendungen, 3. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart 2008 • Christoph BRUNS, Frieder MEYER-BULLERDIEK: Professionelles Portfoliomanagement, Aufbau, Umsetzung und Erfolgskontrolle strukturierter Anlagestrategien, 4. Auflage, Schäffer/Poeschel, Stuttgart 2008 • EALES, Brian: Financial Engineering, London 2000 (MacMillan Press) • S. ECKL, J.N. ROBINSON, D.C. THOMAS: Financial Engineering, Oxford 1990. • HULL, John C.: Options, Futures, and other Derivatives, Prentice Hall International Edition, 7th edition 2008, auch in deutsche Übersetzung. • HULL, John C.: Risk Management and Financial Institutions, Prentice Hall International, 2nd revised international edition 2009 • JORION, Philippe, GARP (Global Association of Risk Professionals): Financial Risk Manager Handbook, John Wiley & Sons, 5th edition (2009) • NEFTCI, Salih N.: Principles of Financial Engineering, Second Edition, Elsevier Academic Press Advanced Finance, 2009.

Modul MBA 04

Production and Logistics

Modul-Nr./ Code	MBA 04
Modulbezeichnung	Production and Logistics
Semester oder Trimester	2. Semester
Dauer des Moduls	48 Stunden in 2 Blöcken
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Production and Logistics I. + II.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	je Kohorte einmal
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	entfällt
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Ingo Gestring
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Ingo Gestring Prof. Dr. Alexander Neumann Prof. Dr. Stefan Voß
Lehrsprache	Deutsch bzw. Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload und Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden mit - Kontaktzeit: 48 Stunden (6 Tage, 2 Blöcke) - Selbststudium (Vor-/Nachbereitung): 102 Stunden
SWS	2 x 24 Stunden/2 Blöcke
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Fachprüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6 / 75

<p>Qualifikationsziele des Moduls</p>	<p>Der Teilnehmer</p> <ul style="list-style-type: none"> • kann die Begriffe Logistik, Produktion und die übergreifende Optimierung durch Supply Chain Management definieren und beschreiben • kennt die Ziele und Zielkonflikte in Logistik und Produktion, kennt die Potenzialbereiche und Optimierungsstrategien. • kann die Planungsaufgaben des Supply Chain Managements (Logistik und Produktion) nennen. • kann kompetent mitwirken, eine Supply Chain vom strategischen Ansatz her zu gestalten. • kennt die harten und weichen Erfolgsfaktoren für die Logistik und Produktion. <p>kann kompetent die Gestaltung und Planung optimierter Prozessketten und Strukturen in der Logistik und Produktion übernehmen.</p>
<p>Inhalte des Moduls</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Logistik-Grundlagen • Grundlage der Produktionswirtschaft • Grundlagen der Steuerungsverfahren • Grundlagen zum Supply Chain Management <p>Fallstudien zum Supply Chain Management (übergreifende strategische Fallstudien, Fallstudien zur Distributionslogistik, Fallstudien zur Beschaffungslogistik, Fallstudien zur internen Logistik im Unternehmen und zu Produktionsfragen)</p>
<p>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</p>	<p>Zur Verfügung stellen von Skripten zur Einarbeitung in die Materie im Selbststudium. Vorbereitung von Fallstudien durch Teilnehmer, Bearbeitung von Fallstudien in Gruppen in der Präsenzphase, Diskussion über die Ergebnisse und aktuellen Tendenzen unter Berücksichtigung des Wissens der Teilnehmer.</p>
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	<p>Praxisbesuch auch in Verbindung mit Modul MBA 05 (siehe dort)</p>
<p>Literatur (Pflichtlektüre (fett)/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kuhn, A; Hellingrath, H.: Supply Chain Management – Optimierte Zusammenarbeit in der Wertschöpfungskette, Springer Verlag, akt. Auflage.

	<ul style="list-style-type: none"> • W. Domschke, A. Scholl, S. Voß (1997) Produktionsplanung - Ablauforganisatorische Aspekte. Springer, Berlin, 2nded. • S. Voß, D.L. Woodruff (2006) Introduction to Computational Optimization Models for Production Planning in a Supply Chain. Springer, Berlin, 2nded. • Werner, H.: Supply Chain Management – Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, Gabler Verlag, akt. Auflage. • S. Chopra, P. Meindl (2010) Supply Chain Management. Prentice-Hall, Upper Saddle River, 4thed. • D. Simchi-Levi, P. Kaminsky, E. Simchi-Levi (2007) Designing and Managing the Supply Chain. Irwin McGraw-Hill, Boston, 3rded. • Stadtler, H.; Kilger, C. (2008): Supply Chain Management and Advanced Planning – Concepts, Models, Software and Case Studies, Springer, akt. Auflage. • Beckmann, H.: Supply Chain Management – Strategien und Entwicklungstendenzen in Spitzenunternehmen, Springer, akt. Auflage. • Seifert, D.: Collaborative Planning Forecast and Replenishment – How to create a Supply Chain Advantage, Galileo Press, akt. Auflage.
--	---

Modul MBA 05

Management Information Systems and IT-Management

Modul-Nr./ Code	MBA 05
Modulbezeichnung	Management Information Systems and IT Management
Semester oder Trimester	2. Semester
Dauer des Moduls	40 Stunden in 2 Blöcken
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	2 Teilmodule - Management Information Systems (MIS) - IT-Management
Häufigkeit des Angebots des Moduls	je Kohorte einmal
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	entfällt
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Dirk Reichelt
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Dirk Reichelt Prof. Dr. Georg Fischer Dr. Edward Fuller
Lehrsprache	Deutsch bzw. Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	Modul gesamt: 5 ECTS davon MIS: 3 ECTS IT-Management: 2 ECTS
Gesamtworkload und Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Modul gesamt: 125 Stunden davon - MIS: 75 Stunden - IT-Management: 50 Stunden mit insg. - Kontaktzeit: 40 Stunden (5 Tage, 2 Blöcke) - Selbststudium (Vor-/Nachbereitung): 85 Stunden
SWS	40 Stunden/2 Blöcke

<p>Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</p>	<p>Schriftliche Fachprüfung + Essay</p>
<p>Gewichtung der Note in der Gesamtnote</p>	<p>5 / 75</p>
<p>Qualifikationsziele der Lehrveranstaltungen</p>	<p>Die Kursteilnehmer(innen) sollten nach dem Kurs in der Lage sein</p> <p><u>MIS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • typische Fragestellungen im Zusammenhang mit dem Einsatz betrieblicher Informationssysteme zur erkennen und zu diskutieren, • unterschiedliche Ausprägungen von Anwendungslandschaften (Enterprise Architecture) zu beurteilen, • Anforderungen an Informationssysteme darstellen zu können, • Grundlagen der Bewertung von Informationssystemen (Wirtschaftlichkeit) beherrschen, • Trends bei der Entwicklung der Informationssysteme zu erkennen, um konstruktiv kritische mit CIO, CEO oder Technologie-Experten diskutieren zu können. <p><u>IT-Management</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • die Bedeutung der Informations- und Kommunikationstechnik (IuK) für Unternehmen einschätzen zu können, • den Einsatz von IuK-Technik auf die Unternehmensziele mit geeigneten Methoden ausrichten zu können, • die Umsetzung der IuK-Technik erfolgreich im Unternehmen begleiten zu können, • Methoden und Werkzeuge kennen, um die IuK-Ressourcen optimal aussteuern zu können, • die Einbindung der IT in die Organisation beurteilen zu können, um konstruktiv kritisch mit CIO, CEO oder Technologie-Experten diskutieren zu können.
<p>Inhalte der Lehrveranstaltungen</p>	<p><u>MIS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Enterprise Architecture: Welche Unternehmen brauchen welche Informationssysteme?

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Übung: Wertschöpfungsorientierte Verfahrenslandschaft ● Geschäftsmodelle und Informationssysteme <ul style="list-style-type: none"> ○ Fallstudie: zara ● ERP-Systeme: Erscheinungsformen, Märkte und Trends <ul style="list-style-type: none"> ○ Übung: Nutzenpotenziale von ERP-Systemen ● Informationssysteme zur Entscheidungsfindung <ul style="list-style-type: none"> ○ Fallstudie: Harrahs ● Geschäftsmodelle in Web 2.0 <ul style="list-style-type: none"> ○ Fallstudie: Smava.de ● Wirtschaftlichkeit von Informationssystemen <ul style="list-style-type: none"> ○ Übung: Investitionsrechnung für ein Informationssystem ● Referate (Teilnehmer(innen)) <p><u>IT-Management</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Themenblock 1: Welche Bedeutung hat die Informations- und Kommunikations-technik (IuK) für Unternehmen? ● Themenblock 2: Wie wird IuK-Technik erfolgreich im Unternehmen umgesetzt? ● Themenblock 3: Wie lässt sich der Einsatz von IuK-Technik auf die Unternehmensziele ausrichten? ● Themenblock 4: Wie werden die IuK-Ressourcen optimal angesteuert? ● Themenblock 5: Wo werden IT-Entscheidungen getroffen - die Einbindung der IT in die Organisation?
<p>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</p>	<p>Es verbindet einführende Impulsreferate zu unterschiedlichen Themen mit Fallstudien, praktischen Übungsanteilen und der Reflektion an den eigenen Erfahrungen der Teilnehmer.</p>
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	<p>Exkursion mit Besichtigung Logistik-Zentrum der Fa. Conrad (bei Durchführung am Standort der HAW in Weiden als Kooperationspartner)</p>
<p>Literatur (Pflichtlektüre (fett)/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<p><u>MIS</u> Fallstudien und Literatúrauszüge aus: Laudon et al., Wirtschaftsinformatik, Pearson Verlag</p> <p><u>IT-Management</u> Hofmann, J., Schmidt, W., Masterkurs IT-Management, Grundlagen, Umsetzung und</p>

	erfolgreiche Praxis für Studenten und Praktiker, Vieweg+Teubner 2010, ISBN: 978-3-8348-0842-4
--	--

Modul MBA 06

Managerial Economics

Modul-Nr./ Code	MBA 06
Modulbezeichnung	Managerial Economics
Semester oder Trimester	1. Semester
Dauer des Moduls	48 Stunden in 2 Blöcken
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Managerial Economics I.+ II.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Je Kohorte einmal
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	entfällt
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. h.c. Gabisch
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Dr.h.c. Günter Gabisch Doc. Ing. Lubomir Lizal, Ph.D. Prof. Hermann Wagenhäuser (Energiewirtschaft) Eckart Baum (Energiewirtschaft)
Lehrsprache	Deutsch bzw. Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload und Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden mit - Kontaktzeit: 48 Stunden (6 Tage, 2 Blöcke) - Selbststudium (Vor-/Nachbereitung): 102 Stunden
SWS	2 x 24 Stunden/ 2 Blöcke
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Fachprüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6 / 75

<p>Qualifikationsziele des Moduls</p>	<p>Der Studierende soll komplexe ökonomische Zusammenhänge im Umfeld der Unternehmung verstehen und Probleme eigenständig strukturieren lernen sowie dazu befähigt werden, die ökonomische Analyse für optimale Problemlösungen in der Unternehmenspraxis nutzen zu können.</p>
<p>Inhalte des Moduls</p>	<p>Wert gelegt wird auf die Verbindung theoretischer, institutioneller und empirischer Aspekte, indem in den einzelnen Modulabschnitten möglichst aktuelle Anwendungsfälle besprochen werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Der erste Teil des Moduls, der Kurs <i>Managerial Micro-Economics</i>, beinhaltet insbesondere die Analyse rationaler Entscheidungen unter verschiedenen Nebenbedingungen, vor allem unterschiedlicher Informationsstrukturen (vollständige – unvollständige/unvollkommene Information). Entsprechend der empirischen Relevanz stehen oligopolistische Situationen im Zentrum spieltheoretischer Analyse. Der Studierende lernt hierbei die Schritte und Konsequenzen alternativer Entscheidungsstrategien kennen, was ihm helfen soll, in komplexen interdependenten Situationen möglichst erfolgreiche Managemententscheidungen treffen zu können. Inhaltlicher Bezug zu den Lehrveranstaltungen <i>Corporate Finance and Risk Management</i> (Modul MBA-03), <i>Strategic Management</i> sowie <i>Ethical Behavior</i> (Modul MBA-08: Organizational Leadership). - Der zweite Teil des Moduls, der Kurs <i>International Economics</i>, hat außenwirtschaftlichen Bezug: Vor dem Hintergrund der von Divergenzen hinsichtlich der grundsätzlichen Ausrichtung der Wirtschaftspolitik (Stabilitätsziele, Wachstumsziel) bestimmten global unterschiedlichen Wechselkursregime soll der Studierende das Für und Wider flexibler und stabiler Wechselkurssysteme

	<p>beurteilen lernen können. Dies zum einen am Beispiel des europäischen Weges, nach dem Ende von Bretton Woods einen regionalen Wechselkursverbund (Europäisches Währungssystem/ EWS) mit nach innen stabilen und nach außen flexiblen Wechselkursen zu schaffen. In diesem Zusammenhang wird auch die konträre Sichtweise der Exportwirtschaft der tschechischen Republik, größtenteils Arbeitgeber der Studierenden, und der offiziellen Argumentation der nationalen Währungspolitik jeweils kritisch hinterfragt, aber auch Fehlentwicklungen in und zwischen den großen Währungsblöcken der Welt (asiatische Schwellenländer wie VR China vs. USA) verbunden mit erheblichem Risikopotential und Rückwirkungen auf das Risikomanagement in der Unternehmenspraxis eingehend diskutiert.</p> <p>Inhaltlicher Bezug zum Modul MBA-03: <i>Corporate Finance and Managing Risks</i></p>
<p>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</p>	<p>Betonter Einsatz von internationalem Lehrbuchmaterial kombiniert mit Diskussion herangezogener Statistiken und Berichte internationaler Organisationen (IMF, UNCTAD, WTO etc.) und international anerkannter Think Tanks. Fallstudien und Einsatz von Simulationsverfahren/ Planspielen.</p>
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	<p>Länderspezifischer Input durch Lehrende aus Osteuropa/Russland, VR China sowie Gastvorträge und Treffen mit Experten der Nationalbank der Tschechischen Republik.</p>
<p>Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Feess, Eberhard: Mikroökonomie, eine spieltheoretisch- und anwendungsorientierte Einführung - Keat, Paul G., Young, Philip K.Y.: Managerial Economics, Economic Tools for Decision Makers - Schotter, Andrew: Microeconomics, A Modern Approach - Deresky, Helen: International Manage-

	<p>ment, Managing Across Borders and Cultures</p> <ul style="list-style-type: none">- Koch, E.: Internationale Wirtschaftsbeziehungen- Krugman, P. R., Obstfeld, M.: Internationale Wirtschaft. Theorie und Politik der Außenwirtschaft- Maennig, Wolfgang/Wilfling, Bernd: Außenwirtschaft – Theorie und Politik.- Le Monde Diplomatique: Atlas der Globalisierung <p>Zuzüglich ausgewählte Artikel und Buchkapitel gemäß Fallstudien, Planspielen, Schwerpunktthemen.</p>
--	---

Modul MBA 07

International Taxation and LawLehrveranstaltung: **International Taxation**

Modul-Nr./ Code	MBA 07
Modulbezeichnung	International Taxation and Law
Semester oder Trimester	2. Semester
Dauer des Moduls	40 Stunden in 2 Blöcken
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	International Taxation
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Je Kohorte einmal
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	entfällt
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Michael Spörl
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Michael Spörl
Lehrsprache	Deutsch bzw. Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	Modul gesamt: 5 ECTS davon Intern. Taxation: 3 ECTS
Gesamtworkload und Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Modul gesamt: 125 Stunden davon Intern. Taxation 75 Stunden mit - Kontaktzeit: 24 Stunden (3 Tage, 1 Block) - Selbststudium: 51 Stunden (Vor-/Nachbereitung)
SWS	24 Stunden/ 1 Block
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Fachprüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3 / 75

<p>Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung</p>	<p>Den Studenten sollen die Grundlagen des Internationalen Steuerrechts näher gebracht werden, zudem sollen sie die entsprechenden Determinanten verstehen. Auf dieser Grundlage werden weitergehend die Grundzüge Internationaler Steuerplanung vermittelt sowie anhand von Case Studies geübt. Zudem werden die Wesenselemente der Gestaltung von Transfer Preisen dargelegt und wieder anhand von Beispielaufgaben reflektiert.</p>
<p>Inhalte der Lehrveranstaltung</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Internationalen Steuerrechts • Verständnis International Personal Tax • Kenntnisse International Corporate Tax • Prinzipien Transfer Pricing • Methoden zur Vermeidung der Doppelbesteuerung • International Tax Planning • Grundlagen Anti-Avoidance Rules
<p>Lehr- und Lernmethoden der Lehrveranstaltung</p>	<p>Vorlesung, Fallstudien</p>
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	<p>Entfällt</p>
<p>Literatur (Pflichtlektüre(fett)/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<p>Skript, OECD Richtlinien Fischer, Kleineidam, Warneke: Internationale Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, 6. A., 2007 Vögele, Handbuch der Verrechnungspreise, 3. A., 2010 Aktuelle Artikel gem. Modul</p>

Modul MBA 07
International Taxation and Law
 Lehrveranstaltung: Law

Modul-Nr./ Code	MBA 07
Modulbezeichnung	International Taxation and Law
Semester oder Trimester	2. Semester
Dauer des Moduls	40 Stunden in 2 Blöcke
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Law
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Je Kohorte einmal
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	entfällt
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Mag. Arthur Braun / Prof. Dr. Michael Spörl
Name der/des Hochschullehrer/s	Mag. Arthur Braun, Dr. Adrian Cloer Mgr. Jan Najman
Lehrsprache	Deutsch bzw. Englisch.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	Modul gesamt: 5 ECTS davon Law: 2 ECTS
Gesamtworkload und Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Modul gesamt: 125 Stunden Davon Law: 50 Stunden Mit - Kontaktzeit: 16 Stunden (2 Tage, 1 Block) - Selbststudium 34 Stunden (Vor-/Nachbereitung)
SWS	16 Stunden/ 1 Block
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Fachprüfung

Gewichtung der Note in der Gesamtnote	2 / 75
Qualifikationsziele des Moduls	Verständnis für die wichtigsten rechtlichen Grundlagen der normalen Geschäftstätigkeit mit einem speziellen Fokus auf Transaktionen. Ziel ist, dass die Studierenden Gefühl für die juristischen Aspekte ihrer Geschäftsentscheidungen entwickeln.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> - Gesellschaftsrecht, insbesondere Haftung von Leitungsorganen, Corporate Governance, - Insolvenzrecht, insbesondere Restrukturierung (einschließlich Grundzüge der Erstellung eines Insolvenzplans durch die Studenten) - Arbeitsrecht, - Gewerblicher Rechtsschutz, - Prozessführung und Schiedsverfahren (auf Nichtjuristen abgestellt), insbesondere Beweisregeln und internationale Aspekte, einschließlich Vollstreckung - Kartellrecht (Schwerpunkt Kartellvereinbarungen, Missbrauch beherrschender Marktstellung), Fusionen - Grundzüge Immobilienrecht für Transaktionen - M&A, Due Diligence und Joint Venture, insbesondere Fachbegriffe, Ablauf, Finanzierung, Standardklauseln im Joint-Venture Vertrag
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Frontalunterricht mit Diskussion von Rechtsfällen und Präsentationen der Studierenden
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Fallstudien zu den verschiedenen Rechtsgebieten
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Pflichtlektüre (als pdf vorab) Country chapter Czech Republic, European Antitrust Journal</p> <p><u>Zur Vertiefung:</u></p> <p>Braun, Wirtschaftsrecht der Tschechischen Republik, 6. Auflage, Prag 2010 Lecheler / Gundel: Europarecht 3. Aufl, Beck Herdegen/Internationales Wirtschaftsrecht Vorbereitete Artikel</p>

Modul MBA 08

Organisational LeadershipLehrveranstaltung: **Strategic Management and Human Resources**

Modul-Nr./ Code	MBA 08
Modulbezeichnung	OrganizationalLeadership
Semester oder Trimester	2. Semester
Dauer des Moduls	64 Stunden in 3 Blöcken
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Lehrveranstaltung des Moduls	Strategic Management and Human Resources
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Je Kohorte einmal
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Entfällt
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Bernt Mayer
Namen der/des Hochschullehrer/s/in	Prof. Dr. Bernt Mayer Mag. Bernhard Sams Ing. Lenka Odehnalova (Praxis-Workshop)
Lehrsprache	Deutsch bzw. Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	Modul gesamt: 8 ECTS davon Strategic Management and Human Resources: 6 ECTS
Gesamtworkload und Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Modul gesamt: 200 Stunden davon Strategic Management and Human Resources: 150 Stunden mit - Kontaktzeit: 48 Stunden (6 Tage, 2 Blöcke) - Selbststudium: 102 Stunden (Vor-/ Nachbereitung):
SWS der Lehrveranstaltung	2 x 24 Stunden/ 2 Blöcke

Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Fachprüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6 / 75
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> - Vermittlung strategischer Konzepte und Einführen in das System Business Dynamics mit dessen praktischer Anwendung - Erlernen, wie eine Unternehmensstrategie im BalancedScorecard – Konzept zu formulieren und effektiv zu implementieren ist - Verständnis für die verschiedenen Rollen und Anforderungen an HR - Manager in einer globalisierten Welt sowie - Verständnis für den Mehrwert des HR-Managements als Dienstleister erlangen - Entwickeln und implementieren von verschiedenen Instrumenten des HR Managements (Rekrutierung, Führungsstile, Verständnis seiner selbst und anderer, Konflikt-management) - Erkennen von Widerständen, die Organisationen im Changeprozess behindern - Lernen, sich selbst, Individuen und Gruppen zu managen und ihre Produktivität zu steigern - Kompetenzentwicklung für die Auswahl geeigneter Prozesse zur Wertschöpfungsoptimierung
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> - Techniken und Konzepte sowie deren Anwendung im Strategischen Management - Verbinden der Unternehmens- mit der HR-Strategie - Gestalten der Unternehmenskultur - Konzeption und Implementierung einer HR-Business-Partnerschaft - Aufzeigen des Mehrwertes von HR für die Organisation - Entwickeln und Coachen von Kompetenzen der Mitarbeiter - Entwickeln eines effizienten “HR - Werkzeugkastens”: Rekrutierung neuer Mitarbeiter, Leistungsförderung, Personalentwicklung

	<ul style="list-style-type: none"> - Internationales HR Management: Kultur – Dimensionen, Interkulturelle Kommunikation - Veränderungsmanagement: Umgang mit Veränderungsprozessen (individuell, organisational) - Erlernen von Prozessgestaltung in Wertschöpfungsprozessen unter Berücksichtigung von internationalen Unterschieden
Lehr- und Lernmethoden der Lehrveranstaltung	Gruppenarbeit, Fallstudien, Präsentationen, Diskussionen, Lektüre, Selbststudium
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Praxisbesuch i.V. mit Exkursion, dort Gastvortrag mit Diskussion
Literatur (Pflichtlektüre (fett)/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> - B. de Wit, R.J.H. Meyer: Strategy Process, Content, Context – An International Perspective - dieselben : Strategy Synthesis – Resolving Strategy Paradoxes to Create Competitive Advantage with Reading - H. Mintzberg: Strategy Safari - J. W. Forrester: System Dynamics Lessons - J. D. Sterman: Business Dynamics – Systems, Thinking, and Modeling for a Complex World - G. Dessler: Human Resource Management; Pearson - Rosenstiel, Regnet, Domsch: Führung von Mitarbeitern; Schaeffler - R. Moran, P. Harris, S. Moran: Managing Cultural Differences; Elsevier - D. Ulrich: Human Resource Champions; Harvard

Modul MBA 08
Organisational Leadership
 Lehrveranstaltung: **Ethical Behaviour**

Modul-Nr./ Code	MBA 08
Modulbezeichnung	OrganizationalLeadership
Semester oder Trimester	2. Semester
Dauer des Moduls	64 Stunden in 3 Blöcken
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Ethical Behavior/Business Ethics
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Je Kohorte einmal
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	entfällt
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Bernt Mayer
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Udo Krolzik Prof. Dr. Bernt Mayer Prof. Dr. Albert Löhr
Lehrsprache	Deutsch bzw. Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	Modul gesamt: 8 ECTS davon Ethical Behavior: 2 ECTS
Gesamtworkload und Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Modul gesamt: 200 Stunden davon Ethical Behavior: 50 Stunden mit -Kontaktzeit: 16 Stunden (2 Tage, 1 Block) -Selbststudium (Vor-/Nachbereitung): 34 Stunden
SWS	1 x 16 Stunden/ 1 Block
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mündliche Fachprüfung

Gewichtung der Note in der Gesamtnote	2 / 75
Qualifikationsziele des Moduls	Stärkung ethischen Verhaltens in moralisch schwierigen Entscheidungssituationen.
Inhalte des Moduls	Unterschiedliche Ethikkonzepte und deren Relevanz sowohl im individual- als auch im sozialetischen Diskurs. Diskussion opportunistischen Verhaltens auf Basis institutionenökonomischer Ansätze. Konzeptualisierung eines normativen Managements zur Auswahl und Umsetzung von Führungsstrategien und einer hierauf aufbauenden Unternehmenskultur (verstanden als Vertrauens-, Fehler- und Veränderungskultur).
Lehr- und Lernmethoden der Lehrveranstaltung	Die Grundlagen werden anhand der Lektüre und Diskussion ausgewählter Texte erarbeitet. Normatives Management wird an Fallbeispielen kennen gelernt; mit Hilfe von Unternehmensleitbildern, -strategien und Führungsgrundsätzen wird die Fähigkeit zur Auswahl und Umsetzung von Führungsstrategien und Handlungskonzepten entwickelt. Unternehmenskultur wird an Beispielen analysiert und bewertet.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, Unterrichtsform, etc.)	Einbeziehung <i>informellen</i> Lernens durch Reflexion des Erfahrenen. Gastvortrag aus dem Unternehmensbereich Compliance/Corporate Governance
Literatur (Pflichtlektüre (fett)/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>- Elisabeth Göbel: Unternehmensethik, Grundlagen und praktische Umsetzung, UTB, Stuttgart</p> <p>- Linda Ferrell, O. C. Ferrell, und Matthias Reiss von Gabal: Unternehmensethik - Essential Managers</p> <p>- Roger LeRoy Miller, Frank B. Cross: The Legal and E-Commerce Environment Today. Business in its Ethical, Regulatory, E-Commerce and Global Setting</p>

Modul MBA 09
Interpersonal Competence
 Lehrveranstaltung: **Communication Skills**

Modul-Nr./ Code	MBA 09
Modulbezeichnung	Interpersonal Competence
Semester oder Trimester	1. Semester
Dauer des Moduls	54 Stunden in zwei Blöcken
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Lehrveranstaltung des Moduls	Communication Skills
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Je Kohorte einmal
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Entfällt
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Ulrich Fröhlich
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Ulrich Fröhlich
Lehrsprache	Deutsch bzw. Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	Modul gesamt: 5 ECTS davon Communications Skills: 4 ECTS
Gesamtworkload und Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload des Moduls: 125 Stunden davon Communication Skills: 100 Stunden mit - Kontaktzeit: 40 Stunden (5 Tage, 1 Block) - Selbststudium (Vorbereitung/ Nachbereitung): 60 Stunden
SWS der Lehrveranstaltung	1 x 40 Stunden/ 1 Block
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Fachprüfung

Gewichtung der Note in der Gesamtnote	4 / 75
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	Befähigung zur effektive Kommunikation in globalen Geschäftsabwicklungen
Inhalte der Lehrveranstaltung	<p>Das Modul bezieht sich auf internationale Kommunikationsmodelle. Dazu wird eine Auswahl von globalen Industrienationen (USA-Deutschland-Frankreich-China) benutzt, um mentale und kulturelle Unterschiede und deren Umsetzung in Rhetorik und Kommunikation zu verstehen und anzuwenden.</p> <p>Die Lehrveranstaltung baut auf Kommunikations-technik auf. Zielsetzungen liegen emphatisch auf schriftlichen und mündlichen Kommunikations-fertigkeiten, die im globalen Kontext wirkungsvoll eingesetzt werden können. Diese Lehrveranstaltung wird möglichst zu Beginn des Master-studiengangs angeboten, um das erlernte Material in den darauffolgenden Modulen einsetzen zu können.</p>
Lehr- und Lernmethoden der Lehrveranstaltung	Frontalunterricht inkl. Präsentationen, Diskussionen der Fallgestaltungen und zusätzlicher Cases im Präsenzunterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Vergleich europäischer und anglo-amerikanischer Kommunikationsstile anhand von Fallbeispielen
Literatur (Pflichtlektüre (fett)/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> – The Artist’s Way, Julia Cameron, Random House, 2009. – Writing With Power, second edition, Peter Elbow, Oxford University Press, 1998. – Effective Business Communications, seventh edition, Murphy, Hildebrandt, and Thomas, McGraw Hill,1997. – Elements of Style, third edition, Strunk and White, Longman, 1999. – Elements of Business Writing, Blake and Bly, Longman, 1992.

Modul MBA 09

Interpersonal CompetenceLehrveranstaltung: **Intercultural Competence**

Modul-Nr./ Code	MBA 09
Modulbezeichnung	Interpersonal Competence
Semester oder Trimester	1. Semester
Dauer des Moduls	54 Stunden in zwei Blöcken
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Lehrveranstaltung des Moduls	Intercultural Competence
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Je Kohorte einmal
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Entfällt
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Ulrich Fröhlich
Name der Dozentin	Sotiris Karagiannis, BSc MEd MBA
Lehrsprache	Deutsch bzw. Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	Modul gesamt: 5 ECTS davon Intercultural Competence: 1 ECTS
Gesamtworkload und Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Modul gesamt: 125 Stunden davon Intercultural Competence: 25 Stunden mit - Kontaktzeit: 14 Stunden (2 Tage, 1 Block) - Selbststudium (Vorbereitung/ Nachbereitung): 11 Stunden
SWS	1x14 Stunden/ 1 Block
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mündliche Fachprüfung

Gewichtung der Note in der Gesamtnote	1 / 75
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	Verständnis des Einflusses von Persönlichkeit und Kultur auf das Führungsverhalten; Kennenlernen von Kommunikations-, Bedürfnis- und Wertestrukturmodellen; Kennenlernen von Kulturstandards und ihrer Bedeutung im Kommunikations- bzw. Führungsprozess
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> • Persönlichkeit, Werte und Kultur • Implizite Führungstheorie • Führungsdimensionen • Modelle zur Motivation, Partizipation und Kommunikation • Deutsch-Tschechische Kulturstandards nach Novy/Schroll-Machl • Kulturstandards nach GLOBE
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Mischung theoretischer und praktischer Anteile, Erarbeitung von Inhalten in der Gruppe, Durchführung von Rollenspielen und Diskussion von eigenen Erfahrungen in der Gruppe (intuitive Annäherung an die Lehrinhalte zum Teil gewünscht)
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, Unterrichtsform, etc.)	Großer Praxisanteil des Seminars auch durch die Nähe zur DTIHK
Literatur (Pflichtlektüre (fett)/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>- R. Moran, P. Harris, S. Moran: Managing Cultural Differences; Elsevier</p> <p>- GLOBE Study</p>

Modul MBA 10
Research Projects
 Lehrveranstaltung: **Research Methods**

Modul-Nr./ Code	MBA 10
Modulbezeichnung	Research Projects
Semester oder Trimester	1. Semester (Lehrveranstaltung) und 3. Semester (Master Thesis)
Dauer der Lehrveranstaltung/Vorkurs	12 Stunden in 1 Block
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltung des Moduls	Research Methods
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Je Kohorte einmal
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	entfällt
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Reinhard Hünerberg
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Reinhard Hünerberg
Lehrsprache	Deutsch bzw. Englisch
Zahl der zugewiesenen ECTS-Credits	Modul gesamt: 22 ECTS davon - Lehrveranstaltung: 2 ECTS - Master Thesis: 20 ECTS
Gesamtworkload und Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Modul gesamt: 550 Stunden davon - Lehrveranstaltung: 50 Stunden mit Kontaktzeit: 12 Stunden Selbststudium 38 Stunden (Vor-/Nachbereitung) - Anfertigung Master Thesis: 500 Stunden
SWS Lehrveranstaltung	12 Stunden/ 1 Block

<p>Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</p>	<p>- Referat in einem der anderen Kurse des Programms (Bewertung lediglich mit „bestanden“ oder „nicht bestanden“)</p> <p>- Hausarbeit in Research Methods (Bewertung lediglich mit „bestanden“ oder „nicht bestanden“)</p>
<p>Gewichtung der Note in der Gesamtnote</p>	<p>0 / 75 Lehrveranstaltung 22 / 75 Master Thesis inkl. Lehrveranstaltung Research Methods</p>
<p>Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung</p>	<p>Die Studierenden sollen gleich zu Beginn des Studiums die Grundzüge wissenschaftlichen Arbeitens und Methodik empirischer Forschung kennenlernen. Das soll sie in die Lage versetzen, vorgefundene Problemstellungen mit Blick auf eine angemessene Methodologie zu analysieren. Letztlich sollen sie Handlungskompetenz im wissenschaftlichen und empirischen Arbeiten erlangen. Damit sollen sie auch auf die Erstellung eigener wissenschaftlicher Arbeiten (Master Thesis) vorbereitet werden.</p>
<p>Inhalte der Lehrveranstaltung</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Die Anlage und Durchführung wissenschaftlicher Arbeiten 2. Ermittlung von Daten <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Marketingforschung im Rahmen der Datenermittlung 2.2 Bestimmungsgrößen der Marketingforschung 2.3 Arten der Datenerhebung 2.4 Interne Erhebung von Primärdaten 2.5 Interne Erhebung von Sekundärdaten 2.6 Externe Erhebung von Sekundärdaten 2.7 Entscheidungsbereiche der externen Primärforschung 2.8 Stichprobenziehung 2.9 Arten von Messverfahren 2.10 Auswertungsverfahren 2.11 Fehlerquellen in der Primärforschung
<p>Lehr- und Lernmethoden der Lehrveranstaltung</p>	<p>Unterrichtsgespräch und Übungen</p>
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	<p>entfällt</p>

<p>Literatur (Pflichtlektüre (fett)/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<p><u>Pflichtlektüre:</u> Berekoven, Ludwig / Eckert, Werner / Ellenrieder, Peter: Marktforschung, 10. Aufl., Gabler, 2004 Kuß, Alfred: Marktforschung, Gabler, 2004 <u>Zusätzliche Literatur:</u> Kotler, Philip / Keller, Kevin Lane / Bliemel, Friedhelm: Marketing-Management, 12. Aufl., Pearson Studium, 2007</p>
--	--