

Master General Management (berufsbegleitend) MBA
in Kooperation mit der Graduate School Ostwürttemberg der Hochschule Aalen

MODULHANDBUCH - MBA

(SPO 403, Lesefassung vom 05. September 2017 (Änderungsfassung))

Stand Februar 2018

Inhaltsverzeichnis

Semester 1: Pflichtmodule	4
Modulbeschreibung General Management	5
Modulbeschreibung Rechnungswesen & Bilanzierung	7
Modulbeschreibung Quantitative Grundlagen & Forschungsmethoden	9
Semester 1: Wahlmodule	12
Modulbeschreibung Intercultural Management	13
Modulbeschreibung Recht & Steuern	15
Modulbeschreibung Interdisziplinäres Projektmanagement	17
Semester 2: Pflichtmodule	19
Modulbeschreibung Strategie & Marketing	20
Modulbeschreibung Finanzen & Controlling	22
Modulbeschreibung Human Resources & Leadership	25
Semester 2: Wahlmodule	27
Modulbeschreibung Psychologie & Wirtschaft	28
Modulbeschreibung Governance & Compliance	30
Modulbeschreibung Entrepreneurship	32
Semester 3: Pflichtmodule	34
Modulbeschreibung Business Development	35
Modulbeschreibung Daten Management & Analyse	37
Modulbeschreibung Operations Management	39
Semester 3: Wahlmodule	41
Modulbeschreibung Unternehmensfinanzierung	42
Modulbeschreibung Operational Excellence	44
Modulbeschreibung Advanced Human Resources Management.....	46
Modulbeschreibung Emerging Markets.....	48
Semester 4: Pflichtmodul	50
Modulbeschreibung Masterthesis	51

Hinsichtlich der Verteilung der Module auf die einzelnen Semester kann es aus organisatorischen Gründen Abweichungen vom Curriculum geben.

Es wird aber gewährleistet, dass es durch die Verschiebung zu keiner Beeinträchtigung der Studierbarkeit kommt.

Verwendete Abkürzungen:

PLA = Praktische Arbeit

PLC = Multimedial gestützte Prüfung (E-Klausur)

PLE = Entwurf

PLF = Portfolio

PLK = Klausur

PLL = Laborarbeit

PLM = Mündliche Prüfung

PLP = Projekt

PLR = Referat/Präsentation in der Gruppe

PLS = Schriftliche Arbeit in der Gruppe

PLT = Lerntagebuch

PMC = Multiple Choice

PPR = Praktikum

Übersicht:

	Semester 1	Semester 2	Semester 3	Semester 4
Pflichtbereich	General Management	Human Resources & Leadership	Business Development	Master-Thesis
	Rechnungswesen & Bilanzierung	Finanzen & Controlling	Datenmanagement & Analyse	
	Quantitative Grundlagen & Forschungsmethoden	Strategie & Marketing	Operations Management	
Wahlbereich	Intercultural Management	Psychologie & Wirtschaft	Advanced Human Resources Management	
	Recht und Steuern	Governance, Risk & Compliance	Unternehmensfinanzierung	
	Interdisziplinäres Projektmanagement	Entrepreneurship	Operational Excellence	
			Emerging Markets	

Wahlbereich, wählen Sie 4

Semester 1: Pflichtmodule

Modulbeschreibung General Management

Die Teilnehmer werden in der Lage versetzt, nach Abschluss des Moduls die grundlegenden betrieblichen Entscheidungsprobleme zu kennen und wesentliche Handlungsoptionen zur Sicherstellung des betriebswirtschaftlichen Erfolgs eines Unternehmens zu verstehen. Sie lernen zudem die Grundzüge der volkswirtschaftlichen Analyse kennen und können mikro- und makroökonomische Vorgänge nachvollziehen. Nach Abschluss des Moduls sind die Teilnehmer in der Lage, volkswirtschaftliche Zusammenhänge und deren Auswirkungen auf unternehmensindividuelle Entscheidungen in einem gewissen Umfang zu beurteilen.

Studienangebot	General Management
	Graduate School Ostwürttemberg
Modulnummer	82001
SPO-Version	403
Modulart	Pflichtmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Rüdiger Przybilla
Studiensemester	1
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Wintersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz	50 h
Workload geleitetes E-Learning	10 h
Workload Selbststudium	40 h
Workload Prüfungsvorbereitung	50 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	-
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	-
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	82101 General Management
Lehrende/r	Prof. Dr. Christian Klein, Prof. Dr. Rüdiger Przybilla
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	PLK, 120 Minuten
Ermittlung der Modulnote	Klausur 100%
Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung	-
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	-

Lehrinhalte

- 1 Grundlagen (Begriff und Gliederung der BWL, Einordnung in das Wissenschaftssystem, Ökonomisches Prinzip), Betrieb und Unternehmung
- 2 Grundlagen betrieblicher Entscheidungen
- 3 Unternehmensführung
- 4 Rechnungs- und Finanzwesen
- 5 Leistungserstellung
- 6 Gegenstand und Teilgebiete der VWL
- 7 Modellbildung und Grundprinzipien der VWL
- 8 Ökonomische Ideengeschichte
- 9 Marktlehre, Preisbildung
- 10 Staatliche Eingriffe und Wirtschaftspolitik
- 11 Grundlagen der Mikro- und Makroökonomie

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden sind in der Lage, einfach betriebs- und volkswirtschaftliche Situationsanalysen durchzuführen und die Relevanz und Auswirkungen ökonomischer Entscheidungen zu erkennen. Darüber hinaus können sie ausgewählte ökonomische Entscheidungs- und Analysemodelle selbstständig anwenden. Die Teilnehmenden können betriebswirtschaftliche Tatbestände mithilfe einfacher Werkzeuge analysieren sowie volkswirtschaftliche Zusammenhänge in die Analyse integrieren. Das Modul versetzt die Teilnehmenden in die Lage, die Relevanz und die Auswirkungen betriebswirtschaftlicher Entscheidungen auf den Unternehmenserfolg zu beurteilen und alternative strategische und operative Handlungsoptionen abzuwägen.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmer sind in der Lage, komplexe Situationen durch Vereinfachung und Modellbildung selbstständig in eine Lösung zu zuführen. Sie sind imstande, in einem Team zu arbeiten und dabei ihren Beitrag zu leisten.

Literatur

- Domschke, W.; Scholl, A. Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre. Springer.
- Straub, T. Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Pearson.
- Vahs, D.; Schäfer-Kunz, J. Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. Schäffer-Poeschel.
- Wöhe, G. Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaft. Verlag Vahlen.
- Frantzke, A. Grundlagen der Volkswirtschaftslehre. Schäffer-Poeschel.
- Hanusch, H. et al. Volkswirtschaftslehre 1. Springer-Verlag.
- Mankiw, N.G. Makroökonomik. Schäffer-Poeschel.
- Pindyck, R.; Rubinfeld, D. Mikroökonomie. Pearson.

Modulbeschreibung Rechnungswesen & Bilanzierung

Die Teilnehmenden werden in die Lage versetzt, den grundlegenden Aufbau und die Funktionsweise des betrieblichen Rechnungswesens sowie die Zusammenhänge in den verschiedenen Teilbereichen des Rechnungswesens zu verstehen. Sie kennen die Grundlagen der Buchführung und die Zusammenhänge zwischen Buchführung, Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung. Nach Abschluss des Moduls können sie Bilanzpositionen bewerten und betriebswirtschaftlich beurteilen, sowie einfach Kostenrechnungsverfahren beurteilen und hinterfragen.

Studienangebot	General Management
	Graduate School Ostwürttemberg
Modulnummer	82002
SPO-Version	403
Modulart	Pflichtmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Christian Klein
Studiensemester	1
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Wintersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz	50 h
Workload geleitetes E-Learning	-
Workload Selbststudium	50 h
Workload Prüfungsvorbereitung	50 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	-
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	-
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	82102 Rechnungswesen & Bilanzierung
Lehrende/r	Prof. Dr. Christian Klein, Hr. Gerald Graser
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	PLK, 120 Minuten
Ermittlung der Modulnote	Klausur 100%
Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung	-
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	-

Lehrinhalte

Rechnungswesen

- 1 Externes Rechnungswesen
 - Rechnungswesen als Informationsbasis der Unternehmensführung
 - Vom Inventar zur Bilanz
 - Bestands- und Erfolgskonten: Erfassung der Güter- und Finanzbewegungen
 - Grundlagen der Bilanzierung und Rechtsquellen
 - Bestandteile des Jahresanschlusses und einige ausgewählte Bewertungsregeln
- 2 Internes Rechnungswesen
 - Aufgaben und Systeme des Rechnungswesens
 - Kostenartenrechnungen, Kostenstellenrechnungen, Kostenträgerrechnungen
 - Weiterentwicklung und Anwendungsmöglichkeiten in der Volkkosten- und Grenzkostenrechnung

Bilanzierung

- 3 Grundlagen des HGBs
- 4 Bilanz, GuV, Lagebericht und Anhang
- 5 Bilanzerstellung und Erläuterung der Einzelbestandteile
- 6 GuV-Erstellung (Formen und Beziehung zum internen Rechnungswesen)

Fachkompetenz

Die Teilnehmer kennen und verstehen die wesentlichen Begriffe und Methoden der Kostenrechnung und können diese definieren und nutzen. Sie verstehen die Publizitätserfordernisse und die Grundzüge der internationalen Rechnungslegung sowie die notwendigen Zusammenhänge zur Konzern- und Steuerbilanz. Die Teilnehmenden werden in die Lage versetzt, betriebliche Vorgänge und Sachverhalte im externen Rechnungswesen zu interpretieren und abzubilden sowie Geschäftsvorfälle in Buchungssätze zu transformieren und in das System der Finanzbuchhaltung aufzunehmen. Sie sind imstande, einfache Kostenrechnungssysteme und -verfahren im Rahmen der Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung anzuwenden. Die Teilnehmenden können Abschlüsse, in Form von Bilanz, GuV, Lagebericht sowie ggf. des Anhangs erstellen und wesentliche Kennzahlen der Kostenrechnung berechnen und diese analysieren.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmer sind in der Lage, das in der Vorlesung erlernte Wissen im Selbststudium eigenständig zu vertiefen. Sie sind imstande, in einem Team zu arbeiten und dabei ihren Beitrag zu leisten.

Literatur

Coenenberg, A. G.; Fischer, T. M.; Günther, T. Kostenrechnung und Kostenanalyse. Schäffer-Poeschel Verlag.

Coenenberg, A. G.; Haller, A.; Mattner, G.; Schultze, W. Einführung in das Rechnungswesen: Grundlagen der Buchführung und Bilanzierung. Schäffer-Poeschel-Verlag.

NWB Gesetzestexte: Wichtige Gesetze des Wirtschaftsprivatrechts und Wichtige Steuergesetze.

Quick, R.; Wolz, M. Bilanzierung in Fällen, Grundlagen, Aufgaben und Lösungen nach HGB und IFRS. Schäffer-Poeschel-Verlag.

Modulbeschreibung Quantitative Grundlagen & Forschungsmethoden

Die Teilnehmenden werden in die Lage versetzt qualitative und quantitative Methoden, mit denen sie Zusammenhänge beschreiben, analysieren, erklären und beurteilen können, zu beherrschen. Sie kennen und verstehen die wesentlichen wirtschaftsmathematischen und -statistischen Grundlagen. Sie können Methoden und Werkzeuge der quantitativen und qualitativen Analyse anwenden und Untersuchungen selbstständig durchführen, auswerten und beurteilen. Sie können die Ergebnisse der mathematischen und statistischen Modelle kritisch hinterfragen.

Studienangebot	General Management
	Graduate School Ostwürttemberg
Modulnummer	82003
SPO-Version	403
Modulart	Pflichtmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Ingo Scheuermann
Studiensemester	1
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Wintersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz	50 h
Workload geleitetes E-Learning	10 h
Workload Selbststudium	40 h
Workload Prüfungsvorbereitung	50 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	Master Personalentwicklung & Bildungsmanagement Master Digital Business Management
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	-
Sprache	Deutsch, Englisch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	82103 Quantitative Grundlagen & Forschungsmethoden
Lehrende/r	Prof. Dr. Ingo Scheuermann/Prof. Dr. habil. Patrick Ulrich
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	PLK, 90 Minuten PLS
Ermittlung der Modulnote	Klausur 70%, PLS 30%
Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung	-
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	Fallstudien, Gastvorträge, E-Learning-Tool der Harvard Business School (Quantitative Methoden)

Lehrinhalte

- 1 Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens
 - Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten
 - Aufbau und Verfassen von wissenschaftlichen Arbeiten (Zitation, Gliederung etc.)
 - Umgang mit Literaturlistenbanken und der Literaturverwaltungssoftware Citavi
 - Wissenschaftliches Arbeiten mit Word 2010
 - Umgang mit Fachartikeln aus eJournals, Bewertung anhand des Impact Factors
- 2 Einführung in Empirische Methoden
- 3 Qualitative Grundlagen
 - Qualitative Forschungsdesigns
 - Erhebungsmethoden (Qualitative Interviews, Qualitative Feldforschung)
 - Qualitative Inhaltsanalyse und computergestützte Auswertung qualitativer Daten
- 4 Quantitative Grundlagen
 - Grundzüge der Algebra, Mengenlehre und Logik
 - Gleichungen, Ungleichungen und Gleichungssysteme
 - Funktionen (Grundbegriffe, Umkehrfunktionen, Grenzwerte von Funktionen und Stetigkeiten)
 - Weitere Eigenschaften von reellwertigen Funktionen
 - Ausgewählte Funktionstypen
 - Differentialrechnung (Differentiation von reellwertigen Funktionen einer und mehrerer Veränderlicher)
 - Eigenschaften von Funktionen und ihre Ableitungen
 - Elastizitäten und ihre ökonomische Interpretation
 - Optimierung
 - Lineare Algebra – Matrizen und Vektoralgebra (Matrizen und Matrizenoperationen, Matrizenmultiplikation, Transportierte und Inverse Matrix)
 - Deskriptive Statistik
 - Induktive Statistik (Konfidenzintervalle, Statistische Tests, Statistische Anwendungssoftware)

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden kennen die Methoden der empirischen Sozialforschung und können quantitative und qualitative Forschungsansätze unterscheiden. Sie kennen die Bedeutung der Begriffe Hypothese, Verifikation, Falsifikation, Deduktion und Induktion für den naturwissenschaftlichen Erkenntnisgewinn. Sie können mathematische und statistische Modelle aufstellen und ökonomische Fragenstellungen lösen, wenn die Grundzüge des Modells bereits vorgegeben sind. Außerdem sind sie imstande, geeignete mathematische bzw. statistische Methoden für spezifische ökonomische Fragestellungen auszuwählen. Die Teilnehmenden können selbstständig mit Bibliothek und Literatur umgehen. Sie beherrschen den Aufbau und die Präsentation einer wissenschaftlichen Arbeit und können Literatur für ein Thema gezielt recherchieren. Außerdem können sie auf zusätzliche Quellen wie Fachartikel zugreifen. Die Teilnehmenden kennen die Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten und können diese anwenden und eine wissenschaftliche Arbeit anfertigen. Darüber hinaus können sie mittels der Techniken qualitativer und quantitativer Datenanalysen die erhobenen Daten analysieren und

Handlungsempfehlungen ableiten.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmenden sind in der Lage, Fallbeispiele im Team zu bearbeiten. Dabei können sie selbstständig ihren Beitrag leisten. Die erarbeiteten Lösungen können sie zielgruppengerecht präsentieren.

Literatur

Schwarze, J. (1998). *Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler – Elementare Grundlagen für Studienanfänger* (6. Aufl.). Berlin: Herne.

Schwarze, J. (2000). *Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler – Band 1: Grundlagen* (11. Aufl.). Berlin: Herne.

Schwarze, J. (2000). *Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler – Band 2: Differential- und Integralrechnung* (11. Aufl.) Berlin: Herne.

Bamberg, G.; Baur, F.; Krapp, M. (2006). *Statistik* (12. Aufl.). Oldenbourg.

Bortz, J. & Döring, N. (2006). *Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler* (4. Aufl.). Berlin: Springer.

Flick, U. (2005). *Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung*. Reinbeck: Rowohlt.

Frank, N. & Stary, J. (2003). *Die Technik des wissenschaftlichen Arbeitens. Eine praktische Anleitung* (11. Aufl.). Paderborn: Schöningh/UTB724.

Fragnière, J.-P. (1993). *Wie schreibt man eine Diplomarbeit? Planung, Niederschrift, Präsentation von Abschluss-, Diplom- und Doktorarbeiten, von Berichten und Vorträgen* (3. Aufl.). Bern, Stuttgart, Wien: Haupt.

Kirsch, W.; Seidl, D.; van Aken, D. (2007). *Betriebswirtschaftliche Forschung*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Nicole, N. & Albrecht, R. (2010). *Wissenschaftliche Arbeiten schreiben mit Word 2010 – Für Haus-, Seminar- und Facharbeiten, Bachelor- und Masterthesis; Diplom- und Magisterarbeiten und Doktorarbeiten* (7. Aufl.). Verlag Addison-Wesley.

Poenicke, K. (1989). *Duden. Die schriftliche Arbeit. Materialsammlung und Manuskriptgestaltung für Fach-, Seminar- und Abschlussarbeiten an Schule und Universität* (2. Aufl.). Mannheim: Dudenverlag.

Rost, F. (2004). *Lern- und Arbeitstechniken für das Studium* (5. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, UTB 2008.

Weiterführende Literatur und Fallstudien werden in der Vorlesung bekannt gegeben.

Semester 1: Wahlmodule

Modulbeschreibung Intercultural Management

The participants will understand that conflicts arise from two sources: misunderstanding and different goals. In the cultural aspect, they will understand how national culture affects individuals and group dynamics. After the course the participants are able to move away from international to globalization to create team agreements through various tools of visualization and communication guidelines in complex projects with team members from many countries.

Studienangebot	General Management
	Graduate School Ostwürttemberg
Modulnummer	82010
SPO-Version	403
Modulart	Wahlmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Jae Aileen Chung
Studiensemester	1
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Wintersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz	50 h
Workload geleitetes E-Learning	-
Workload Selbststudium	50 h
Workload Prüfungsvorbereitung	50 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	Master Personalentwicklung & Bildungsmanagement
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	-
Sprache	Deutsch, Englisch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	82104 Intercultural Management
Lehrende/r	Prof. Dr. Jae Aileen Chung
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	PLP
Ermittlung der Modulnote	PLP 100%
Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung	-
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	-

Lehrinhalte

- 1 Interkulturelles Handeln: Interkulturelle Kompetenz, Erleben und Verhalten in Organisationen (Zielsetzungen, Entscheidungen, Problemlösungen, Arbeitsmotivation), Kulturstandards (Auswirkungen auf das Handeln, Selbst- und Fremdrelexion, Individuum), interkulturelles Lernen und Handeln (Akkulturation, Wertvorstellungen, Abläufe), Personalstrategien (Eignungsprüfung, Erfolgsfaktoren für Auslandsentsendungen, Auswahlmethoden, Unterstützung und Führung, Reintegration)
- 2 Diversity in Organisationen: soziale, kulturelle und psychologische Aspekte der Vielfalt (Modelle und Erfahrungen), Vielfalt in Organisationen (Team-Building, Koordinierungsaktivitäten, Prozess- und Projektplanung)
- 3 Analyse der Erfolgsfaktoren und Kostentreiber (positive und negative Auswirkungen der kulturellen Vielfalt)
- 4 Führungsthemen in Bezug auf kulturelle Komplexitäten

Fachkompetenz

In cultural aspects, the participants will understand how national culture affects individuals and group dynamic. In particular, they will understand how national culture affects work flow, problem solving habits, and innovation, i.e. informal rules of work. Broadly, they will be able to distinguish between organizational culture and national culture, and how these two levels interact. In addition, the participants will understand their own cultural habits impact international/global team dynamic. This component is a crucial step in increasing the change of being able to be an influencer in teams and in organizations. They then will be able to apply the lessons of intercultural management to minimize conflict through hygienic principles of communication health through their own shift in behavioral strategies.

Überfachliche Kompetenz

This class is designed to be an important part of how to manage people in complex situations. The self-recognition and inductive people management skills is an important foundational part of furthering developing leadership skills.

These tools are not only limited to members from different national cultures but can be applied to identity, analyze, and reduce conflicts with colleagues, suppliers, and other stake holders.

Literatur

Berry, J. W. et al. (eds.) (1997). *Handbook of Cross-Cultural Psychology* (2nd edition). Boston: Allyn & Bacon.

Segal, M. H. et al. (1999). *Human Behaviour in Global Perspective: An introduction to Cross-Cultural Psychology* (2nd ed.). Boston: Allyn & Bacon.

Erdönmez, M. (2004). *Cultural Diversity Management as Core Competence – An Integrated Model of Managing Workforce Diversity*. Bamberg: Difo-Druck.

Trompenaars, F. & Hampden-Turner, C. (2005). *Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Business* (2nd ed.). London: Brealex.

Modulbeschreibung Recht & Steuern

Die Teilnehmer verstehen die grundlegende Systematik und Funktionsweise des Rechtssystems sowie die Grundbegriffe des Steuerrechts. Sie sind in gewissem Umfang selbst zur Anwendung des Rechts in der Lage und können einkommens- und körperschaftsrechtliche Sachverhalte unter die zutreffenden Normen subsumieren. Die Teilnehmer sind imstande, die eigene Risikolage zu analysieren, die sich aus der Übernahme einer Leitungsfunktion ergibt und geeignete Maßnahmen zu deren Reduzierung zu beurteilen.

Studienangebot	General Management
	Graduate School Ostwürttemberg
Modulnummer	82011
SPO-Version	403
Modulart	Wahlmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Jürgen Strauß
Studiensemester	1
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Wintersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz	50 h
Workload geleitetes E-Learning	-
Workload Selbststudium	50 h
Workload Prüfungsvorbereitung	50 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	-
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	-
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	82105 Recht & Steuern
Lehrende/r	Honorarprof. Günter Titze (Steuern)/ Prof. Dr. jur. Jürgen Strauß (Recht)
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	PLK, 120 Minuten
Ermittlung der Modulnote	Klausur 100%
Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung	-
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	-

Lehrinhalte

- 1 Grundlagen Wirtschaftsrecht
- 2 Vertragsrecht
- 3 Handelsrecht
- 4 Durchsetzung zivilrechtlicher Ansprüche
- 5 Grundzüge Gesellschaftsrecht
- 6 Grundzüge Insolvenzrecht
- 7 Einführung Deutsches Steuerrecht
- 8 Grundlagen Einkommenssteuerrecht im Unternehmensbereich
- 9 Grundlagen Körperschaftsrecht

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden sind in der Lage, den Anwendungsbereich der steuerlichen Normen einzuschätzen und damit auch Problemstellungen selbstständig zu lösen. Außerdem sind sie imstande, diese Kenntnisse auf neue Sachverhalte anzuwenden. Die Teilnehmer sind dazu fähig, Gesetzesnormen zu analysieren und in ihre Tatbestandsmerkmale zu zerlegen, die dann auf die Sachverhalte angewendet werden. Sie sind in der Lage, tatsächliche Geschehnisse im Bereich der operativen Tätigkeit und der inneren Organisation des Unternehmens auf Gestaltungsspielräume, Handlungspflichten und Handlungsoptionen hin zu analysieren. Nach Abschluss des Moduls sind die Teilnehmer in der Lage die Gestaltung schuldrechtlicher Verträge (Vertragsrecht) und verschiedene Möglichkeiten und Abläufe (Handels-, Gesellschafts-, Wirtschaftsverwaltungsrecht, Rechtsdurchsetzung) zu beurteilen.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmer sind in der Lage, sowohl selbstständig als auch im Team komplexe Aufgaben lösen und sind in der Lage, die gewonnenen Erkenntnisse strukturiert und zielgruppengerecht zu präsentieren.

Literatur

Gesetzestexte BGB, HGB, GmbHG, AktG (jeweils aktuellste Ausgabe).

Müssig, P. Wirtschaftsprivatrecht.

Klunzinger, E. Grundzüge des Gesellschaftsrechts.

Klunzinger, E. Grundzüge des Handelsrechts.

Eisenmann, Quittnat, Tavakoli. Rechtsfälle aus dem Wirtschaftsprivatrecht.

Wichtige Steuergesetz, NWB Textausgabe.

Dinkelbach, A. Ertragssteuern, Gabler Verlag.

Modulbeschreibung Interdisziplinäres Projektmanagement

Die Teilnehmer verstehen die wesentlichen Aspekte für die Kategorisierung von Projektarten. Sie können dies im Rahmen von Übungen anwenden. Sie sind in der Lage, das Vorgehen in einem komplexen, interdisziplinären Übungsprojekt unter Nutzung der Methodenbausteine des klassischen und agilen Projektmanagements zu analysieren und zu konzipieren sowie die alternativen Hypothesen zum Vorgehen zu entwickeln und zu plausibilisieren. Sie dokumentieren, präsentieren und verteidigen die Ergebnisse in kompakter Weise vor der Gruppe und dem Auftraggeber.

Studienangebot	General Management
	Graduate School Ostwürttemberg
Modulnummer	82012
SPO-Version	403
Modulart	Wahlmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Arndt Borgmeier
Studiensemester	1
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Wintersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz	21 h
Workload geleitetes E-Learning	14 h
Workload Selbststudium	65 h
Workload Prüfungsvorbereitung	50 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	Master Personalentwicklung & Bildungsmanagement; Master Technikmanagement, Master Wirtschaftsingenieurwesen; Master Digital Business Management, Master Maschinenbau
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	-
Sprache	Deutsch; E-Learning Englisch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	82106 Interdisziplinäres Projektmanagement
Lehrende/r	Prof. Dr. Arndt Borgmeier
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung, Blended-Learning
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	PLP
Ermittlung der Modulnote	Bericht 50%; Präsentation 50%
Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung	-
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	-

Lehrinhalte

- 1 Grundlagen des klassischen „Heavy Weight“ Projektmanagements (Projektdefinition, Projektstruktur, Projektphasen, Organisation, Reporting, Risikomanagement)
- 2 Projektmanagement als standardisierter Geschäftsprozess
- 3 Vergleichender Einsatz von agilen Projektmanagementkonzepten (z.B. SCRUM) in sich rasch veränderndem Umfeld
- 4 Projektarbeit:
 - Planung eines interdisziplinären Projektes in Kleingruppen
 - Anwendung der Projektmanagementmethoden
 - Präsentation der einzelnen Schritte

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden sind in der Lage, einfach betriebs- und volkswirtschaftliche Situationsanalysen durchzuführen und die Relevanz und Auswirkungen ökonomischer Entscheidungen zu erkennen. Darüber hinaus können sie ausgewählte ökonomische Entscheidungs- und Analysemodelle selbstständig anwenden. Die Teilnehmenden können betriebswirtschaftliche Tatbestände mithilfe einfacher Werkzeuge analysieren sowie volkswirtschaftliche Zusammenhänge in die Analyse integrieren. Das Modul versetzt die Teilnehmenden in die Lage, die Relevanz und die Auswirkungen betriebswirtschaftlicher Entscheidungen auf den Unternehmenserfolg zu beurteilen und alternative strategische und operative Handlungsoptionen abzuwägen.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmer sind in der Lage, durch Verhandlung und Ausgestaltung der Aufgabenverteilung im Projekt (Projektleitung, Teilprojektleitung, Arbeitspaketverantwortung), ihre Rollen eigenständig zu klären und können die erlernten Inhalte auf diese Weise spielerisch bei der Führung eines interdisziplinären Teams und bei der Mitarbeit im Team anwenden.

Sie können sowohl eigenständig als auch im Team ihren Beitrag leisten.

Literatur

Litke, H. D. (2012). Projektmanagement (2. Aufl.). Haufe Lexware Verlag.

Wysocki, R. (2014). Effective Project Management: Traditional, Agile, Extreme. Wiley.

Weitere Literaturangaben im Verlauf der Vorlesungen

Semester 2: Pflichtmodule

Modulbeschreibung Strategie & Marketing

Die Teilnehmer kennen und verstehen die Strategien und Instrumente des Marketings. Sie sind in der Lage, strategisch zu denken und strategische Handlungsoptionen abzuleiten. Darüber hinaus können sie eine Strategie für einen Unternehmensteilbereich sukzessive entwickeln und implementieren. Am Ende des Moduls können die Teilnehmer in den Feldern der Instrumente des Marketing-Mix Fachtermini korrekt anwenden, jeweilige Grundprobleme erläutern und die jeweiligen Maßnahmen sowie Optionen situationsgerecht auswählen. Sie können strategische Analysen durchführen.

Studienangebot	General Management
	Graduate School Ostwürttemberg
Modulnummer	82006
SPO-Version	403
Modulart	Pflichtmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Ingo Scheuermann
Studiensemester	2
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Sommersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz	50 h
Workload geleitetes E-Learning	-
Workload Selbststudium	50 h
Workload Prüfungsvorbereitung	50 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	-
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	-
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	82203 Strategie & Marketing
Lehrende/r	Prof. Dr. Ingo Scheuermann/Prof. Dr. Marc Schrader
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	PLP
Ermittlung der Modulnote	PLP 60% PLP 40%
Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung	-
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	-

Lehrinhalte

Strategie:

- 1 Einführung und Zielsetzung
- 2 Strategiebegriff
- 3 Strategisches Denken
- 4 Strategieentwicklung
- 5 Strategische Analyse
- 6 Formulierung der Strategie
- 7 Planung und Umsetzung der Strategie
- 8 Integration der Methoden in den Arbeitsalltag
- 9 Kulturelle Verankerung

Marketing:

- 1 Marketingstrategien (Marketingzielsetzungen, Marketingstrategien)
- 2 Instrumente des Marketing-Mix (Produkt-, Preis-, Distributions-, Kommunikationspolitik)
- 3 Marketingstrategieimplementierung
- 4 Internationales Marketing

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden sind in der Lage, strategische Fragestellungen der drei großen Bereiche des Konsumgütermarketings, des Investitionsgütermarketings und des Dienstleistungsmarketing zu beantworten. Sie können Marketingziele formulieren, Marketingstrategien in verschiedene Grundtypen einteilen und entsprechende Strategien formulieren. Außerdem sind sie in der Lage, Marktsegmentierung und Zielgruppendefinitionen vorzunehmen sowie Positionierung und Differenzierung anzuwenden.

Überfachliche Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, sowohl selbstständig als auch im Team Probleme zu bearbeiten, zu lösen und die erarbeiteten Lösungsvorschläge zielgruppengerecht zu präsentieren.

Literatur

Müller-Stevens, G. & Lechner, C. Strategisches Management: Wie strategische Initiativen zum Wandel führen (3. Aufl.). Schäffer-Poeschel.

Porter, M. Wettbewerbsvorteile. Campus Fachbuch.

Mintzberg, H. Strategy Safari. Redline Wirtschaft.

Burmann, C.; Meffert, H.; Kirchgeorg, M. Marketing (Meffert Marketing Edition): Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele. Mit neuer Fallstudie VW Golf. Th. Gabler Verlag.

Benkenstein, M. & Ulrich, S. Strategisches Marketing. Kohlhammer.

Modulbeschreibung Finanzen & Controlling

Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt, die Investitions- und Finanzierungstheorie in den Zusammenhang der allgemeinen BWL einzuordnen und die wesentlichen betrieblichen Investitions- und Finanzierungsprobleme und deren organisatorische Verankerung zu verstehen. Sie sind imstande, den Zusammenhang zwischen Investition und Finanzierung zu erklären. Nach Abschluss des Moduls, können sie Unternehmen in Bezug auf Unternehmensverkäufe analysieren, Aktienanlageentscheidungen treffen, den Unternehmenswert bestimmen und M&A-Transaktionen beurteilen.

Studienangebot	General Management
	Graduate School Ostwürttemberg
Modulnummer	82002
SPO-Version	403
Modulart	Pflichtmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Ingo Scheuermann
Studiensemester	2
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Sommersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz	50 h
Workload geleitetes E-Learning	-
Workload Selbststudium	50 h
Workload Prüfungsvorbereitung	50 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	-
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	-
Sprache	Deutsch, Englisch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	82202 Finanzen & Controlling
Lehrende/r	Prof. Dr. Ingo Scheuermann/ Dr. Florian Mezger
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	PLK, 120 Minuten
Ermittlung der Modulnote	Klausur 100% (Controlling 60%; Finanzen 40%)
Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung	-
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	E-Learning Tool der Harvard Business School

Lehrinhalte

Finanzen:

- 1 Kennzahlenanalyse
- 2 Grundlagen der Investitionstheorie (Begriff, Arten, Grundprobleme)
- 3 Investitionsrechnung
- 4 Finanzplan zur Absicherung des Finanzbedarfs
- 5 Investitionen unter Risiko
 - Sensitivitäts- und Szenarioanalyse
 - Capital Asset Pricing Modell (CAPM)
- 6 Unternehmensbewertung
- 7 Wertmanagement
- 8 Finanzierungsformen

Controlling:

- 1 Grundlagen und Funktionen des Controllings (Controlling als Führungsfunktion, Aufgaben, Management Reporting)
- 2 Controlling-Instrumente
 - Interne Unternehmensrechnung, Kostenrechnung, insbesondere Prozesskostenrechnung
 - Break-Even-Analyse
 - Working Capital Management
 - Target Costing, Life Cycle Costing
 - Balanced Score Card
 - Strategische Erfolgsanalyse
 - Kunden-/Produktbezogene Profitabilitätsanalysen
- 3 Controlling in der Unternehmenspraxis
 - Budgeting und Strategische Planung
 - Strategisches Controlling, Wertorientiertes Management
 - Risiko-/Finanz-/Projektcontrolling
 - Transferpreise

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden sind in der Lage die notwendigen Zusammenhänge, die prozessuale Gestaltung und Methoden des Controllings, zu verstehen. Sie können relevante Unternehmensdaten zur Planung und Kontrolle als wesentliche Führungsfunktionen sammeln, aufbereiten, synthetisieren und präsentieren. Sie sind imstande, wichtige Planungs- und Kontrollinstrumente und Methoden im betrieblichen Kontext anzuwenden. Die Teilnehmer können die Controllingfunktion in den Unternehmens- und Managementkontext einordnen, mögliche organisatorische und strukturelle Ausgestaltungsformen analysieren und die Rolle und Aufgabe des Controllers als Führungsunterstützung bewerten. Nach Abschluss des Moduls sind die Teilnehmer in der Lage, typische Managemententscheidungen im Sinne einer wertorientierten Steuerung und deren Konsequenzen vorzubereiten, abzuleiten und zu beurteilen.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmer sind in der Lage, sowohl selbstständig als auch im Team Probleme zu bear-

beiten, zu lösen und die erarbeiteten Lösungsvorschläge zielgruppengerecht zu präsentieren.

Literatur

Perridon, L. & Steiner, M. (2003). Finanzwirtschaft der Unternehmung. München: Vahlen.

Franke, G. & Hax, H. (2004). Finanzwirtschaft der Unternehmung und Kapitalmarkd. Springer.

Atrill, P. & McLaney, E. (2009). Management Accounting for Decision Makers. Prentice Hall.

Kaplan, R.; Atkinson, A.; Matsumura, E.; Young, S. (2011). Management Accounting. Prentice Hall.

Modulbeschreibung Human Resources & Leadership

Die Teilnehmer können die Relevanz personalpolitischer Entscheidungen nachvollziehen. Sie verstehen die neuen Anforderungen an das Personalmanagement durch die Digitalisierung des Arbeitsumfeldes und erfassen die Komplexität der Ausgestaltung des Personalmanagements, die sich aus dem Zusammentreffen zunehmend unterschiedlicher Lebenswelten und Erfahrungshintergründe ergeben. Nach Abschluss des Moduls sind sie in der Lage, ihr eigenes Verhalten und ihre Kompetenzen kritisch zu beurteilen und das Verhalten der Mitarbeiter und Kollegen in der Führungsbeziehung möglichst objektiv zu bewerten.

Studienangebot	General Management
	Graduate School Ostwürttemberg
Modulnummer	82004
SPO-Version	403
Modulart	Pflichtmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Florian Lohmann
Studiensemester	2
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Sommersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz	30 h
Workload geleitetes E-Learning	20 h
Workload Selbststudium	50 h
Workload Prüfungsvorbereitung	50 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	-
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	-
Sprache	Deutsch (teilweise Englisch)
Enthaltene Lehrveranstaltungen	82201 Human Resources & Leadership
Lehrende/r	Prof. Dr. Florian Lohmann/Prof. Dr. Jana Wolf
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung, Blended-Learning
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	schriftliche Seminar-/Hausarbeiten
Ermittlung der Modulnote	PLS 100%
Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung	-
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	-

Lehrinhalte

- 1 Personalpolitische Grundsatzentscheidungen
- 2 Herausforderungen und Entwicklungen im Personalmanagement: Lebenswelten und Individualisierung, Diversity Management, Internationale Personalarbeit, Digitalisierung der Arbeit, New Work, HR-Transformation, Flexibilisierung der Arbeitsstrukturen
- 3 Vertiefung personalpolitischer Instrumente vor dem Hintergrund der Entwicklungen im HRM: Personalbedarfsplanung, Personalbeschaffung, Personaleinsatz, Entgelt
- 4 Arbeitsrechtliche Grundlagen
- 5 Definition und Bedeutung von Führung in Abgrenzung und in Verbindung mit Management
- 6 Individuums- und gruppenbezogene Ansätze der Führung
- 7 Einordnung von Change Management als modernes Element der Führung
- 8 Workshop und Fallstudie zu Change Management
- 9 Aktuelle und absehbare Entwicklungen in der Ausgestaltung von Führung und Führungsbeziehungen
- 10 Digitale, internationale und interkulturelle Führung

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden sind in der Lage, die Zusammenhänge sowie die Unterscheidung zwischen Führung und Management zu verstehen. Sie erkennen die Wechselwirkung zwischen dem Führen von Mitarbeitern und dem Erfolg eines Unternehmens aus betriebswirtschaftlicher Sicht. Sie sind dazu befähigt, die Komplexität der Führer-Geführten-Beziehung sowohl aus motivationstheoretischer als auch aus führungstheoretischer Perspektive zu erfassen und diese praxisorientiert zu reflektieren. Nach Abschluss des Moduls sind die Teilnehmer in der Lage, HR-Strategien zu beurteilen und dies im Kontext der gesamten Unternehmensführung. Sie können beurteilen, welche Maßnahme auch längerfristig welche Konsequenzen zeigen kann.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmer haben ein interdisziplinäres Verständnis für Personalarbeit durch die Reflexion der Human Resources im ökonomischen wie auch im verhaltenswissenschaftlichen Kontext. Sie sind in der Lage, Führung über das Alltagswissen und individuelle Erlebense Erfahrungen hinaus als komplexen wissenschaftlichen Gegenstand zu begreifen.

Literatur

Berthel, J. & Becker, F. G. Personal-Management. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Jung, H. Personalwirtschaft. München: Oldenbourg.

Lindner-Lohmann, D.; Lohmann, F.; Schirmer, U. Personalmanagement. Berlin, Heidelberg: Springer-Gabler.

Oechsler, W. A. Personal und Arbeit. München: Oldenbourg.

Stock-Homburg, R. Personalmanagement. Wiesbaden: Gabler.

Weibler, J. Personalführung. München: Vahlen.

Bennis, W. On becoming a leader.

Blessin, B. & Wick, A. Führen und führen lassen.

Kotter, J. Leading Change.

Kotter, J. A Force for Change – How Leadership Differs From Management.

Semester 2: Wahlmodule

Modulbeschreibung Psychologie & Wirtschaft

Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt, die zentralen psychologischen und wirtschaftspsychologischen Konzepte und Methoden, insbesondere in den Bereichen organisationales Verhalten und Konsumentenforschung zu verstehen. Im Abgleich mit fachspezifischen Theorien und Methoden können sie fachliche Problemstellungen analysieren und interpretieren. Sie können nach Abschluss des Moduls Handlungsempfehlungen ableiten und die Ergebnisse präsentieren.

Studienangebot	General Management
	Graduate School Ostwürttemberg
Modulnummer	82014
SPO-Version	403
Modulart	Wahlmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Michael Batz
Studiensemester	2
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Sommersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz	50 h
Workload geleitetes E-Learning	-
Workload Selbststudium	50 h
Workload Prüfungsvorbereitung	50 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	Master Personalentwicklung & Bildungsmanagement Master Digital Business Management
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	-
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	82204 Psychologie & Wirtschaft
Lehrende/r	Prof. Dr. Michael Batz/ Prof. Dr. Manuela Thurm/ Prof. Dr. Christiane Schwieren
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	PLP 1 Projektarbeit „Konsumentenpsychologie“ PLP 2 Projektarbeit „Behavioral Economics“
Ermittlung der Modulnote	PLP 1 70% PLP 2 30%
Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung	-
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	-

Lehrinhalte

- 1 Grundlagen der Wirtschaftspsychologie (Definition, Inhalte des Fachgebietes, Grundlegende Theorien, Anwendungsfelder)
- 2 Psychologische Aspekte organisationalen Verhaltens/ Einführung in die Arbeits- und Organisationspsychologie im Kontext aktueller Trends
- 3 Konsumentenpsychologie
 - Grundlagen und Modelle der Markt- und Konsumentenpsychologie im Zeitalter der Globalisierung & Digitalisierung
 - Psychologische Zusammenhänge und Einflussfaktoren des Konsumentenverhaltens, Markt- und Kundenforschung, Modelle der Werbewirkung
- 4 Behavioral Economics (Verhaltensökonomie)
 - Konzepte und Modelle der Behavioral Economics
 - Industrieökonomische Verhaltensökonomie

Fachkompetenz

Die Teilnehmer sind in der Lage, die wirtschaftspsychologischen Zusammenhänge und deren Anwendung sowie die Relevanz der kontinuierlichen Generierung von Markt- und Kundeninformationen für den Aufbau und die Steuerung der Kundenbeziehungen zu verstehen. Sie kennen die Grundkonzepte der Verhaltensökonomie und können die Modelle der Markt- und Konsumentenpsychologie anwenden. Die Teilnehmer sind imstande, wirtschaftliche relevante Fragestellungen aus psychologischer Perspektive zu beleuchten, um neue Lösungsansätze zu entwickeln. Sie können menschliches Verhalten mit Hilfe verhaltensökonomischer Modelle erklären und beurteilen. Nach Abschluss des Moduls erlangen sie die Fähigkeit sich fachbezogen Informationen zu beschaffen und zu strukturieren.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmer sind in der Lage, sowohl selbstständig als auch im Team Probleme zu bearbeiten, zu lösen und die erarbeiteten Lösungsvorschläge zielgruppengerecht zu präsentieren.

Literatur

Moser, K. (2015). Wirtschaftspsychologie. Berlin: Springer.

Frey, D. (2007). Enzyklopädie der Psychologie. Wirtschafts-, Organisations- und Arbeitspsychologie. Göttingen: Hofgrefe.

Aktuelle Artikel der Zeitschriften: Journal of Applied Psychology, Journal of Consumer Behavior, Journal of Marketing, Journal of Organizational Behavior, Wirtschaftspsychologie.

Bruhn, M. (2016). Relationship Marketing: Das Management von Kundenbeziehungen. München: Vahlen.

Beck, H. (2014). Behavioral Economics. Eine Einführung. Wiesbaden: Springer.

The Behavioral Economics Guide 2016, ISSN 2398-2020.

Modulbeschreibung Governance & Compliance

Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt, den Grundzusammenhang von Governance, Risk und Compliance (GRC) sowie Grundprobleme der Corporate Governance zu verstehen. Sie lernen Grundprobleme der Corporate Governance sowie verschiedene Modelle im internationalen Vergleich kennen. Sie können anhand von Praxisfällen Fehlgestaltungen der Corporate Governance erkennen und Lösungsalternativen ableiten. Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmer ihr Wissen zu Theorien und Instrumenten der GRC auf praktische Sachverhalte an.

Studienangebot	General Management
	Graduate School Ostwürttemberg
Modulnummer	82015
SPO-Version	403
Modulart	Wahlmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. habil. Patrick Ulrich
Studiensemester	2
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Sommersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz	50 h
Workload geleitetes E-Learning	-
Workload Selbststudium	50 h
Workload Prüfungsvorbereitung	50 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	Master Personalentwicklung & Bildungsmanagement
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	-
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	82205 Governance, Risk & Compliance
Lehrende/r	Prof. Dr. habil. Patrick Ulrich
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	PLK, 60 Minuten
Ermittlung der Modulnote	Klausur 100%
Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung	-
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	-

Lehrinhalte

- 1 Grundlagen, Systeme und Modelle der Corporate Governance
- 2 Organisation und Erfolgssteuerung aus Sicht des CFO
- 3 Corporate Governance-Mechanismen im Vergleich
- 4 Family Business Governance
- 5 Grundprobleme, Normenhierarchie und organisatorische Ausgestaltung der Corporate Compliance
- 6 Corporate Compliance- Mechanismen und in spezifischen Kontexten
- 7 Risikomanagement, Risikomanagementprozesse, Risikomanagementmethoden

Fachkompetenz

Die Teilnehmer erlangen die Fähigkeiten, Corporate Governance-Mechanismen wie z.B. Anreizmechanismen, Aufsichts- und Kontrollgremien sowie Finanzierungs- und Kapitalstrukturen in die entsprechende Systematik einzuordnen. Dadurch werden sie in die Lage versetzt, Praxisprobleme der Corporate Governance zu beurteilen und unterschiedliche Lösungswege zu unterscheiden. Sie können Konfliktfälle der GRC in der Praxis beurteilen und mögliche Lösungsmöglichkeiten gegeneinander abwägen.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmer werden befähigt, eigenständig qualitativ und quantitativ zu argumentieren und die situativ optimalen GRC-Strukturen und -Instrumente im Diskurs zu verteidigen. In der Anwendung der jeweiligen Mechanismen spielt die Berücksichtigung sozialer Prozesse im Organisationskontext eine besondere Rolle.

Literatur

Welge & Eulerich. Corporate Governance-Management (2. Aufl.).

Siedenbiedel. Corporate Compliance.

Vanni. Risikomanagement.

Nordberg. Corporate Governance.

Hauschka et al. Handbuch Corporate Compliance.

Ulrich. Corporate Governance in mittelständischen Familienunternehmen.

Modulbeschreibung Entrepreneurship

Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt, die Grundlagen des unternehmerischen Denkens und der Entwicklung von Gründungsideen und -konzepten zu verstehen. Sie lernen grundlegend verschiedene Ansätze und Methoden um Geschäftsideen mit Design-Thinking Methoden zu generieren und zu evaluieren sowie daraus Geschäftsmodellkonzepte mit dem Business-Model-Generation Ansatz zu entwickeln. Nach Abschluss des Moduls kennen die Teilnehmer die Grundlagen des Entrepreneurship sowie der Existenzgründung.

Studienangebot	General Management
	Graduate School Ostwürttemberg
Modulnummer	82016
SPO-Version	403
Modulart	Wahlmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. René Niethammer
Studiensemester	2
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Sommersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz	50 h
Workload geleitetes E-Learning	-
Workload Selbststudium	50 h
Workload Prüfungsvorbereitung	50 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	Master Digital Business Management
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	-
Sprache	Deutsch, Englisch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	82071 Entrepreneurship
Lehrende/r	Prof. Dr. René Niethammer
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	PLP
Ermittlung der Modulnote	PLP 100%
Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung	-
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	Gastvorträge (abhängig vom Angebot)

Lehrinhalte

- 1 Grundlagen des Entrepreneurships
- 2 Wahrnehmung unternehmerischer Chancen
- 3 Entwicklung von Geschäftsmodellen
- 4 Geschäftskonzepte
- 5 Praxis und Umsetzung
- 6 Erfolgskontrolle und Risikomanagement

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden sind in der Lage, Geschäftsideen mit Hilfe verschiedener Methoden zu generieren und in Workshops wenden die Teilnehmer in einem ersten Schritt die agilen Methoden Design-Thinking und Business-Model-Generation selbst auf einfache Beispiele an und erkennen dadurch Stärken und Schwächen der einzelnen Methodenschritte. Mittels konkreter praxisnaher Aufgaben können sie die einzelnen Methodenschritte hinsichtlich Nutzen und Effekt evaluieren und zielgerichtet selbst anwenden, um damit ein Gründungskonzept zu empfehlen und in einer Pitch-Präsentation zu vertreten.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmer sind in der Lage, sowohl selbstständig als auch im Team Probleme zu bearbeiten, zu lösen sowie neue Ideen zu generieren und die erarbeiteten Lösungskonzepte zielgruppengerecht zu präsentieren.

Literatur

Vahs, D.; Brem, A. (2015). Innovationsmanagement – Von der Produktidee zur erfolgreichen Vermarktung (5. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Hausschildt, J.; Salomo, S. (2016). Innovationsmanagement (6. Aufl.) München: Vahlen.

Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2011). Business Model Generation – Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer (1. Aufl.). Frankfurt am Main: Campus Verlag.

Osterwalder, A.; Pigneur, Y.; Bernarda; Smith (2015). Value Proposition Design (1. Aufl.). Frankfurt am Main: Campus Verlag.

Blank, S.; Dorf, B. (2014). Das Handbuch für STARTUPS – Schritt für Schritt zum eigenen Unternehmen (1. Aufl.). Heidelberg: dpunktverlag GmbH.

Stähler, P. (2016). Das richtige Gründen – Werkzeugkasten für Unternehmer (2. Aufl.). Hamburg: Murrmann Publishers GmbH.

Maurya, A. (2013). Lean – Das How-to für erfolgreiche Innovationen (1. Aufl.). Heidelberg: dpunktverlag GmbH.

Gerstbach, I. (2016). Design Thinking im Unternehmen (1. Aufl.). Offenbach: Gabal Verlag.

Lewrick; Link; Leifer (2017). Das Design Thinking Playbook (1. Aufl.). München: Franz Vahlen.

Uebornickel; Brenner; Pukall; Naef; Schindlholzer (2017). Design Thinking – Das Handbuch (1. Aufl.). Frankfurt am Main: Frankfurter Societäts-Medien GmbH.

Semester 3: Pflichtmodule

Modulbeschreibung Business Development

Die Teilnehmer werden in der Lage versetzt, strukturiert und systematisch Wachstumspotentiale und neue Marktchancen zu identifizieren und daraus abgeleitet Neugeschäfte im Sinne der strategischen Geschäftsfeldentwicklung zu generieren. Sie lernen zudem die Auswirkungen der Digitalisierung auf bestehende Geschäftsmodelle zu analysieren und zu beurteilen, Chancen und Risiken abzuleiten und disruptive Entwicklungen für Geschäftsmodelle zu identifizieren. Nach Abschluss des Moduls sind die Teilnehmer in der Lage, im Zuge einer Unternehmensgründung ein Geschäftsmodell systematisch zu entwickeln und Umsetzungspläne zu gestalten.

Studienangebot	General Management
	Graduate School Ostwürttemberg
Modulnummer	82007
SPO-Version	403
Modulart	Pflichtmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Ingo Scheuermann
Studiensemester	3
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Wintersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz	50 h
Workload geleitetes E-Learning	-
Workload Selbststudium	50 h
Workload Prüfungsvorbereitung	50 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	-
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	-
Sprache	Deutsch, Englisch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	82301 Business Development
Lehrende/r	Prof. Dr. Ingo Scheuermann
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	PLP
Ermittlung der Modulnote	PLP 100%
Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung	-
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	Fallstudien und Gastvorträge

Lehrinhalte

- 1 Theoretische Grundlagen und Bestimmungsgründer des Unternehmenswachstums
- 2 Wachstumspfadparadigmen: Strategien, Archetypen von Geschäftsmodellen und Erfolgsmuster
- 3 Optimierung des Geschäftsfeldportfolios unter Risiko-, Wachstums- und Renditegesichtspunkten
- 4 Formen der Geschäftsfeldentwicklung (z.B. Kooperationen, JV, Corporate Venturing, Corporate VC)
- 5 Einflussfaktoren/Veränderung aufgrund der Digitalisierung – neue Geschäftsmodelle
- 6 Tools und Techniken des Business Development
 - Blue Ocean Strategy
 - Szenariotechniken
 - Design Thinking
 - Business Planning and Implementation
- 7 Projekt: Business Building anhand konkreter Geschäftsidee

Fachkompetenz

Entlang der Schritte „Business Opportunity“, „Business Design“ und „Business Implementation“ können die Teilnehmer den Geschäftsentwicklungsprozess systematisieren. Sie können insbesondere vor dem Hintergrund der Blue Ocean Methodik die Value Curve des betrachteten Unternehmens analysieren und mittels des Eliminate-Reduce-Elevate-Create-Ansatzes neue Wertpropositionen und damit Geschäftsmodelle zu entwickeln. Daraus entwickeln die Teilnehmer in aktuellsten Fallstudien neue Produkte und Service bzw. repositionieren die Unternehmen.

Die Teilnehmer sind in der Lage, die Tools und Konzepte auf konkrete Fallstudien anzuwenden, Lösungsoptionen zu erarbeiten und im Rahmen eines Businessplans zu detaillieren sowie Umsetzungsoptionen kreativ zu erarbeiten.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmer sind in der Lage, sowohl selbstständig als auch im Team Probleme zu bearbeiten, zu lösen und die erarbeiteten Lösungsvorschläge zielgruppengerecht zu präsentieren. Damit sind die in der Lage, ein hohes Maß an Analogieschlüssen aus anderen Branchen oder Lebenswelten kreativ zu transferieren und daraus neue Geschäftsmodelle, Produkte und Service abzuleiten.

Literatur

MacPherson, D.; Miller, D. (2007) Breakthrough Business Development: A 90-Day Plan to Build Your Client Base and Take Your Business to the Next Level. John Wiley & Sons.

Rainey, D. L. (2010) Sustainable Business Development: Inventing the Future Through Strategy, Innovation, and Leadership. Cambridge University Press.

Sorensen, H.E. (2012) Business Development: A Market-Oriented Perspective. John Wiley & Sons.

Wehmeier, V (2007) Geschäftsfeldentwicklung: Leitfaden für Business Development und Neugeschäft. BoD Verlag.

Kim, W.C.; Mauborgne, R. (2005) Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant. Harvard Business School Press.

Modulbeschreibung Daten Management & Analyse

Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt, erweiterte datengetriebene Prognosemodelle zu entwickeln und in betriebswirtschaftlichen Kontexten praktisch anzuwenden. Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmer aufgrund kleinerer praktischer Übungen in der Programmiersprache R die Prognose- bzw. Klassifikationsqualität der trainierten Verfahren beurteilen und gegebenenfalls Optimierungen selbstständig durchführen.

Studienangebot	General Management
	Graduate School Ostwürttemberg
Modulnummer	82008
SPO-Version	403
Modulart	Pflichtmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Ricardo Büttner
Studiensemester	3
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Wintersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz	50 h
Workload geleitetes E-Learning	-
Workload Selbststudium	50 h
Workload Prüfungsvorbereitung	50 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	-
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	-
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	82302 Datenmanagement
Lehrende/r	Prof. Dr. Riccardo Büttner
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	PLS
Ermittlung der Modulnote	PLS 100%
Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung	-
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	-

Lehrinhalte

- 1 Einführung in Data Mining, Machine Learning, Predictive Analytics
- 2 Lineare und generalisierte Regressionsmodelle
- 3 Cluster-Analysen
- 4 Support Vector Machines
- 5 Entscheidungsbäume
- 6 Künstliche neuronale Netze
- 7 Meinungs- und Stimmungsanalysen mittels Text Mining
- 8 Zeitreihenanalyse und -prognose
- 9 Strukturgleichungsmodelle

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden sind in der Lage, durch die aktive Vorlesungsteilnahme und das ergänzende Literaturstudium die Funktionsweise maschineller (überwachter und nicht überwachter) Lernverfahren zu beschreiben sowie deren Einsetzeignung in den verschiedenen betriebswirtschaftlichen Kontexten zur Klassifikation und Prognose zu beurteilen. Zudem können sie maschinelle Lernverfahren unterschiedlicher Familien auf betriebswirtschaftliche Problemstellungen mittels der Programmiersprache R anwenden.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmer sind in der Lage, in Zusammenarbeit untereinander reale Problemstellungen in der Gruppe zu analysieren, gemeinschaftliche Lösungen zu erarbeiten, vorzustellen und die Lösungen anderer konstruktiv zu kritisieren. Durch die kleineren gemeinschaftlichen Übungen in R erproben die Studierenden, sich und andere Kommilitonen zu motivieren und verbessern ihre Kommunikations-, Kritik-, Konflikt- und Teamfähigkeit.

Literatur

Aggarwal/Zhai (2012): Mining Text Data. Springer.

Bishop (2006): Pattern Recognition and Machine Learning. Springer.

Buettner (2014): A Framework for Recommender Systems in Online Social Network Recruiting: An Interdisciplinary Call to Arms. In HICSS-47 Proceedings, pp. 1415-1424, IEEE.

Buettner (2017): Predicting user behavior in electronic markets based on personality-mining in large online social networks: A personality-based product recommender framework. Electronic Markets: The International Journal on Networked Business 27(3):247-265.

Buettner (2017): Getting a job via career-oriented social networking markets: The weakness of too many ties. Electronic Markets: The International Journal on Networked Business 27(4):371-385.

Goodfellow/Bengio/Courville (2016): Deep Learning. MIT Press.

Hamilton (1994): Time Series Analysis. Princeton University Press.

Witten/Frank/Hall/Pal (2017): Data Mining: Practical machine learning tools and techniques. Elsevier.

Wei (2006): Time Series Analysis: Univariate and Multivariate Methods. Addison-Wesley.

Weiss/Indurkha/Zhang/Damerou (2005): Text Mining: Predictive Methods for Analyzing Unstructured Information. Springer.

Weiss/Indurkha/Zhang (2015): Fundamentals of Predictive Text Mining. Springer.

Modulbeschreibung Operations Management

Die Teilnehmer sind in der Lage, die wichtigsten Konzepte des Produktionsmanagements. Sie kennen wichtige Einflussfaktoren auf das Produktionsmanagements sowie die Zusammenhänge und Wechselwirkungen zu anderen betrieblichen Bereichen. Sie werden dazu befähigt, Schwachstellen bei Geschäftsprozessen zu analysieren. Nach Abschluss des Moduls können sie die Einflussfaktoren auf das Produktionsmanagement in ihren Auswirkungen auf das Produktionssystem beurteilen.

Studienangebot	General Management
	Graduate School Ostwürttemberg
Modulnummer	82009
SPO-Version	403
Modulart	Pflichtmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Volker Beck
Studiensemester	3
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Wintersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz	50 h
Workload geleitetes E-Learning	-
Workload Selbststudium	50 h
Workload Prüfungsvorbereitung	50 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	-
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	-
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	82303 Operations Management
Lehrende/r	Prof. Dr. Manfred Rössle/Prof. Dr. Volker Beck
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	PLK, 120 Minuten
Ermittlung der Modulnote	Klausur 100%
Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung	-
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	-

Lehrinhalte

- 1 Grundlagen des Produktionsmanagements (Organisationstypen der Fertigung)
- 2 Produktionsplanung (Programm-, Mengen-, Kapazitäts- und Terminplanung)
- 3 Produktionssteuerung (Auftragsfreigabe, Auftragsverfolgung)
- 4 Erweiterte Konzepte des Produktionsmanagements
 - Toyota Produktionssystem
 - Belastungsorientierte Auftragsfreigabe
 - OPT
- 5 Prozessorientierte Organisation von Unternehmen
- 6 Darstellungsformen von Geschäftsprozessen
- 7 Modellierungs- und Simulationswerkzeuge
- 8 Geschäftsprozessanalyse und -gestaltung
- 9 Implementierung von Geschäftsprozessmodellen in Unternehmen

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden sind in der Lage, die Geschäftsprozesslandschaft in Unternehmen zu verstehen und haben einen Überblick über die modernen Werkzeuge zur Analyse, Modellierung und Optimierung/Gestaltung von Geschäftsprozessen (=Geschäftsprozessmanagement). Die Teilnehmer können einschlägige Methoden des Produktionsmanagements anwenden. Sie sind dazu befähigt, Geschäftsprozesse zu identifizieren, zu priorisieren, zu modellieren und zu optimieren und gestalten.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmer sind in der Lage, sowohl selbstständig als auch im Team Fallstudien zu bearbeiten und die erarbeiteten Ergebnisse zielgruppengerecht zu präsentieren.

Literatur

Kurbel, K (2005). Produktionsplanung und -steuerung im Enterprise Resource Planning und Supply Chain Management. Oldenbourg Verlag.

Schmelzer, H. J.; Sesselmann, W. (2010). Geschäftsprozessmanagement in der Praxis (7. überarbeitete und erweiterte Auflage). München: Hanser.

Weitere Lektüre wird ggf. elektronisch zur Verfügung gestellt.

Semester 3: Wahlmodule

Modulbeschreibung Unternehmensfinanzierung

Die Teilnehmer kennen und verstehen die Tätigkeitsfelder eines CFO in einem internationalen Unternehmen, die in der internationalen Praxis verwendeten Methoden zur Unternehmensbewertung und die wesentlichen theoretischen Konzepte und Modelle im Bereich Unternehmensfinanzierung. Nach Abschluss des Moduls sind die Teilnehmer in der Lage, Handlungsempfehlungen für eine wertorientierte Steuerung abzuleiten.

Studienangebot	General Management
	Graduate School Ostwürttemberg
Modulnummer	82018
SPO-Version	403
Modulart	Wahlmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Ingo Scheuermann
Studiensemester	3
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Wintersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz	50 h
Workload geleitetes E-Learning	-
Workload Selbststudium	50 h
Workload Prüfungsvorbereitung	50 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	-
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	-
Sprache	Deutsch, Englisch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	82305 Unternehmensfinanzierung
Lehrende/r	Prof. Dr. Ingo Scheuermann
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	PLK, 120 Minuten
Ermittlung der Modulnote	Klausur 100%
Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung	-
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	Vorlesung mit Fallstudien und Referaten, E-Learning Tool

Lehrinhalte

- 1 Grundlagen der Kapitalmarkttheorie
- 2 Irrelevanzhypothesen von Modigliani & Miller
- 3 Unternehmensbewertung bei Steuern
- 4 Kapitalstruktur und Kapitalkosten
- 5 Dividendenpolitik
- 6 Akquisitionen, Restrukturierung und Corporate Governance
- 7 Informationsasymmetrie und Agency Theory
- 8 International Financial Management

Zusätzlich ausgewählte Fallstudien zu den einzelnen Themenbereichen

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden sind in der Lage, eine anspruchsvolle Unternehmensbewertung (Multiples, DCF) durchzuführen und können konkrete Handlungsempfehlungen für einen internationalen CFO in Hinblick auf die Optimierung der Kapitalstruktur, Investitionspolitik und Dividendenpolitik ableiten. Sie sind fähig, die Kapitalstruktur und Dividendenpolitik eines internationalen Unternehmens zu analysieren und die Auswahl der Methoden kritisch zu hinterfragen.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmer sind in der Lage, sowohl selbstständig als auch im Team Probleme zu bearbeiten (Fallstudien und Unternehmenssimulation) und die erarbeiteten Lösungsvorschläge zielgruppengerecht zu präsentieren.

Literatur

Copeland, T.; Weston, J.; Shastri, K. (2005). Financial Theory and Corporate Policy (4th edition). Addison-Wesley.

Damodaran, A. (2010). Applied Corporate Finance. John Wiley & Sons.

Modulbeschreibung Operational Excellence

Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt, den Operational Excellence Gedanken und insbesondere die systematische Herangehensweise der DMAIC-Methode zu verstehen und können die datenbasierte Suche nach Prozessverbesserungen und deren methodische und statistische Grundlagen nachvollziehen. Nach Abschluss des Moduls können sie die kundenbezogene Leistung eines gegebenen Prozesses beurteilen und geeignete Verbesserungsmaßnahmen erarbeiten und dabei alternative Handlungsoptionen gegeneinander abwägen.

Studienangebot	General Management
	Graduate School Ostwürttemberg
Modulnummer	82019
SPO-Version	403
Modulart	Wahlmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Rüdiger Przybilla
Studiensemester	3
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Wintersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz	50 h
Workload geleitetes E-Learning	-
Workload Selbststudium	50 h
Workload Prüfungsvorbereitung	50 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	-
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	-
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	82306 Operational Excellence
Lehrende/r	Prof. Dr. Rüdiger Przybilla
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	PLK, 120 Minuten
Ermittlung der Modulnote	Klausur 100%
Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung	-
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	-

Lehrinhalte

- 1 Six Sigma als OPEX Methode
- 2 Die Vision von Six Sigma, Operational Excellence
- 3 Identifikation von Potenzialen zur Prozessverbesserung
- 4 Systematische und methodische Prozessverbesserung in den Projektphasen Define, Measure, Analyze, Improve, Control
- 5 Grundlagen der deskriptiven und induktiven Statistik
- 6 Werkzeuge in den Projektphasen, z.B. SIPOC, Prozessfähigkeitsanalyse Poka Yoke
- 7 Grafische und statistische Datenanalyse mit der Statistiksoftware Minitab
- 8 Prozesssimulation, durchgängiges praktisches Beispielprojekt

Die Studierenden bekommen sämtliche Inhalte vermittelt, die typischerweise von Umfang und Tiefe einer Ausbildung zum Six Sigma Green Belt entsprechen.

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden können die wichtigsten Werkzeuge des DMAIC-Zyklus selbstständig im Rahmen von typischen Projektstellungen anwenden. Sie können neben einer geeigneten Einführungsstrategie auch konkrete Projekte identifizieren und einer Lösung zuführen. Die Teilnehmer sind in der Lage, die Situation und Leistung eines Unternehmensprozesses aus Kundensicht zu analysieren und den Einfluss von Prozessparametern datenbasiert nachzuweisen. Sie können die Bedeutung und das Potenzial der OPEX Methode Six Sigma für einen gegebenen Unternehmenszusammenhang einzuschätzen.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmer sind in der Lage, eine Problemsituation teamorientiert anzugehen und bei der Prozessverbesserung die relevanten Stakeholder im Sinne einer erfolgreichen Umsetzung einer Veränderung einzubeziehen. Sie wertschätzen daten- und faktenbasierte Lösungsansätze und sind in der Lage, diese Haltung im konstruktiven Diskurs um notwendige Veränderungen von Geschäftsprozessen zum Wohle des Unternehmenserfolgs einzubringen.

Literatur

Brunner, F. et al. Qualitätsmanagement. Hanser.

George, et al. Das Lean Six Sigma Toolbook. Vahlen.

Goetsch, D. et al. Quality Management for Organizational Excellence. Pearson.

Kaufmann, U. Praxisbuch Lean Six Sigma. Hanser.

Lunau, S. (Hrsg.). Six Sigma + Lean Toolset. Springer.

Pande, P. The Six Sigma Way. McGraw-Hill.

Wappis, J. et al. Null-Fehler-Management. Hanser.

Modulbeschreibung Advanced Human Resources Management

Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt, über vertiefte fachliche Kompetenzen in ausgewählten Aspekten des Personalmanagements zu verfügen. Sie kennen und verstehen die neuen Anforderungen an die Personalführung, die sich insbesondere aus den Gestaltungsdimensionen der Digitalisierung, Diversität, Demokratisierung und Dynamik ergeben, und können die sich daraus ergebenden Implikationen für das Personalmanagement ableiten. Nach Abschluss des Moduls können sie die Entwicklung von Konzepten und Instrumenten des Personalmanagements antizipieren und deren Auswirkungen auf relevante Aspekte der Unternehmensführung hinterfragen.

Studienangebot	General Management
	Graduate School Ostwürttemberg
Modulnummer	82017
SPO-Version	403
Modulart	Wahlmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Michael Batz
Studiensemester	3
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Wintersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz	50 h
Workload geleitetes E-Learning	-
Workload Selbststudium	50 h
Workload Prüfungsvorbereitung	50 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	Master Personalentwicklung & Bildungsmanagement
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	-
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	82304 Advanced Human Resources Management
Lehrende/r	Prof. Dr. Michael Batz
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	PLS
Ermittlung der Modulnote	PLS 100%
Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung	-
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	-

Lehrinhalte

- 1 Menschenbilder und Führungsprinzipien im Wandel
- 2 Führungstheorien (insbes. Digital Leadership, 4-D-Modell der Führung)
- 3 Arbeitszufriedenheit und -motivation
- 4 Arbeitsanalyse und -gestaltung
- 5 Arbeitsverhalten
- 6 Organisationsentwicklung
- 7 Teams und ihre Entwicklung (insbes. Klassifizierung von Teams und ihre Bedeutung)

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden sind in der Lage, relevante Einflussfaktoren der Arbeitszufriedenheit und Motivation theoretisch vertieft zu erfassen und zu reflektieren. Sie kennen und verstehen ausgewählte arbeits-, organisations- und personalpsychologische Konzepte und können deren Relevanz für das Personalmanagement beurteilen. Die Teilnehmer können die theoretischen und methodischen Konzepte in konkreten Arbeitssituationen anwenden. Sie können die Beziehungen zwischen Führungskräften und Mitarbeitenden entlang des Personalmanagementprozesses wertschöpfend und reflektieren gestalten.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmer sind in der Lage, über ein interdisziplinäres Verständnis für personalwirtschaftliche Zusammenhänge zu verfügen und können diese als komplexen wissenschaftlichen Gegenstand begreifen. Sie haben ihre kommunikative Kompetenz verbessert und können diese in unterschiedlichen Rollen zur Geltung bringen. Sie können sich in Teamprozesse so einbringen, dass eine gemeinsame Zielerreichung verbessert und die Entwicklung einer produktiven Teamdynamik unterstützt wird.

Literatur

von Ameln, F.; Kramer, J. (2016). Organisationen in Bewegung bringen (2., überarbeitete Aufl.). Berlin, Heidelberg.

Franken, S. (2016). Führen in der Arbeitswelt der Zukunft. Instrumente, Techniken und Best-Practice-Beispiele. Wiesbaden.

Kauffeld, S. (2011). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor. Heidelberg.

Kauffeld, S. (2016). Nachhaltige Personalentwicklung und Weiterbildung (2., überarbeitete Aufl.). Berlin, Heidelberg.

von Rosenstiel, L. (2010). Motivation im Betrieb (11., überarbeitete Aufl.). Leonberg.

Modulbeschreibung Emerging Markets

The participants understand the complex heterogeneity and sophistication of the current Chinese market. They are able to sort the outdated images of China from the changing realities of the Chinese market. After completing this course, they will have developed the ability to judge various prognoses about the direction of China's growth both as a country and in specific industry.

Studienangebot	General Management
	Graduate School Ostwürttemberg
Modulnummer	82013
SPO-Version	403
Modulart	Wahlmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Jae Aileen Chung
Studiensemester	3
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Wintersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz	50 h
Workload geleitetes E-Learning	-
Workload Selbststudium	50 h
Workload Prüfungsvorbereitung	50 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	-
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	-
Sprache	Englisch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	8203 Emerging Markets
Lehrende/r	Prof. Dr. Jae Chung
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	PLS
Ermittlung der Modulnote	PLS 100%
Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung	-
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	-

Lehrinhalte

- 1 China's current economic structure
- 2 Insider's perspective on Chinese governmental support
- 3 The automotive market in China
- 4 The rise of China's autoindustry
- 5 China's supply chain in automobile sector
- 6 Analysis of China in the near future
- 7 China's debt problem and its impact on competitiveness

Fachkompetenz

The participants are able to analyze the competitive impact of productivity on China's SMEs as well as on state-owned enterprises technical understanding of a major market in China, the automotive industry. They know the current available analysis of China's competitive strategies in the automotive market. They can apply the inductive thematic method to locate emerging issues in China.

Überfachliche Kompetenz

The participants further develop a managerial competence which enables them to contextualize market developments with specific company's strategy.

Literatur

- Bo H, Chan H. K. & Wang, X. (2011). The Study of Just in Time System in the Chinese Automotive Industry. Proceedings of the World Congress. London.
- Brandt, L. & van Biesbroeck, J. (2015). Capability Building in China's Auto Supply Chain. University of Toronto Press. Toronto.
- Fallows, J. (2013). Airborne China. New York: Vintage.
- <https://www.chinalawblog.com/> Online, accessed 25 January 2018.

Semester 4: Pflichtmodul

Modulbeschreibung Masterthesis

Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt, die Verbindung zwischen Wissenschaft und Praxis zu verstehen und können unter Verwendung wissenschaftlicher Methoden innerhalb einer vorgegebenen Frist selbstständig eine Fragestellung aus dem Aufgabengebiet bearbeiten und die Ergebnisse sachgerecht darstellen.

Studienangebot	General Management
	Graduate School Ostwürttemberg
Modulnummer	9999
SPO-Version	403
Modulart	Pflichtmodul
Modulverantwortlicher	Betreuende/r Professor/in
Studiensemester	4
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Sommersemester, 6 Monate
Credits	25
Workload Präsenz	70 h
Workload geleitetes E-Learning	-
Workload Selbststudium	680 h
Workload Prüfungsvorbereitung	50 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	-
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	Formal: alle Modulprüfungen der ersten drei Semester sind bestanden Inhaltlich: -
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	9999 Master Thesis 9997 Begleitende Veranstaltung 9998 Defence
Lehrende/r	Betreuende/r Professor/in & Prof. Dr. habil. Ulrich (Begleitveranstaltung)
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	PLS, PLM
Ermittlung der Modulnote	PLS, PLM (40 Minuten) 20 Minuten Präsentation, 20 Minuten Diskussion, 100%
Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung	-
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	-

Lehrinhalte

- 1 Das Thema der Masterarbeit kann aus allen am Studiengang beteiligten Fächern gewählt werden

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden sind in der Lage, wissenschaftlich fundierte Urteile zu fällen sowie Problemlösungen und Argumente zu erarbeiten und weiterzuentwickeln. Sie können Probleme analysieren und lösen sowie Lösungen und Daten interpretieren und beurteilen. Nach Abschluss des Moduls überblicken die Teilnehmer den aktuellen Stand der Forschung und die Zusammenhänge ihres Themengebietes und können diese kritisch beurteilen.

In einem abschließenden Kolloquium präsentieren die Teilnehmer ihre Abschlussarbeit und positionieren sich in einem fachlichen Diskurs. Die Präsentation von 20 Minuten umfasst zumindest die Problembeschreibung/Fragestellung der Arbeit, die theoretischen Bezüge, die eingesetzten Methoden sowie die zentralen Ergebnisse.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmer sind in der Lage, eigenverantwortlich und termingerecht ein Projekt zu bearbeiten, in dem sie komplexe Probleme analysieren, strukturieren und lösen können. Sie sind fähig, sich selbst zu organisieren und können Kritik annehmen und sich konstruktiv damit auseinandersetzen.

Literatur

Fachliteratur zum gewählten Thema