



Friedrich-Alexander-Universität  
Fachbereich Wirtschafts- und  
Sozialwissenschaften | WiSo

Master's degree program

# Management

Module handbook –  
summer semester 2024

[www.wiso.fau.de/management](http://www.wiso.fau.de/management)

**Advanced  
knowledge**



## Wichtige Anmerkungen zum vorliegendem Modulhandbuch

Dieses Modulhandbuch ist nur für Studierende der **Prüfungsordnung Nr. 20232** gültig, d.h. für alle Management-Studierenden mit **Studienbeginn im bzw. nach dem Wintersemester 2023/24**.

Für Studierende, die ihr Studium vor dem Wintersemester 2023/24 begonnen haben (Prüfungsordnung Nr. 20192), ist ein separates Modulhandbuch veröffentlicht.

Bei den „Voraussetzungen für die Teilnahme“ handelt es sich lediglich um Empfehlungen, jedoch keine verpflichtenden (d.h. formalen) Voraussetzungen.

Weitere aktuelle Informationen entnehmen Sie bitte den Webseiten der Lehrstühle. Ausführlichere Informationen zu den Modulen finden Sie auch in den jeweiligen Kursen auf StudOn.

**Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr und Anspruch auf Richtigkeit. Im Zweifelsfall gilt die Prüfungsordnung. Wenn Sie Fragen haben, wenden Sie sich bitte immer direkt an den jeweiligen Lehrenden oder Modulverantwortlichen.**

---

## Important information about this module handbook

This module handbook is only valid for students with the **examination regulation no. 20232**, meaning all management students who **started their studies in or after the winter term 2023/24**.

A separate module handbook for all students who started their studies before the winter term 2023/24 (examination regulation no. 20192) is published.

The "Prerequisites for participation" are only recommendations, but not obligatory (i.e., formal) prerequisites.

For more up-to-date information, please refer to the websites of the chairs. More detailed information about the modules can also be found in the respective courses on StudOn.

**All information is provided without warranty and claim for accuracy. In case of doubt, the official examination regulations apply. If you have any questions or concerns, please always contact the respective lecturer directly.**

## Hinweis zu Art und Umfang von Prüfungsleistungen

Die Art der am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften gültigen Prüfungsleistungen ist definiert in §16 Prüfungsarten der Master-Rahmenprüfungsordnung (MPO). Darüber hinaus sind Prüfungsumfänge in den §§17, 18 MPO geregelt. Die Prüfungsordnungen sind unter folgendem Link einzusehen:

<http://www.zuv.fau.de/universitaet/organisation/recht/studiensatzungen/rw.shtml#Wirtschaft>

Soweit die einzelnen Modulbeschreibungen nichts Genaueres definieren, sind für die Masterstudiengänge am Fachbereich folgende Prüfungsformen mit den entsprechenden Prüfungsumfängen gültig:

Prüfungsart	Umfang Master
<b>1. schriftliche Prüfung:</b>	
a. Klausur	60/90/120 Minuten
b. Hausarbeit	ca. 15 Seiten
c. Seminararbeit	ca. 15 Seiten
<b>2. mündliche Prüfung</b>	
	ca. 20 Minuten
<b>3. Sonderformen, insbesondere:</b>	
a. Projektarbeit /-bericht	ca. 30 Seiten
b. Praktikumsbericht	ca. 4 Seiten
c. Thesenpapier	ca. 2 Seiten
d. Protokoll	ca. 6 Seiten
e. Kurztest	ca. 15 Minuten
f. Referat	ca. 25 Minuten
g. Präsentation/Präsentationspapier	ca. 20 Minuten/ca. 20 Seiten
h. Diskussionspapier	ca. 10 Seiten
i. Moderation	ca. 20 Minuten
j. Lehrprobe	ca. 45 Minuten
k. Fallstudie	ca. 25 Minuten und/oder 10 Seiten
l. Diskussionsbeitrag (ehemals: Diskussionsbeteiligung/Mitarbeit)	ca. 10 Minuten
m. Portfolioprfung	k.A.
n. Elektronische Prüfung	ca. 90 Minuten
o. Antwort-Wahl-Verfahren	ca. 30 Minuten
p. Versuchspersonenstunde	ca. 60 Minuten
q. Reflexion	ca. 10 Minuten oder 10 Seiten
r. Strategiekonzept	ca. 6 Seiten

## Information on the type and scope of examination assessments

The type of examinations valid at the School of Business, Economics and Society is defined in §16 Types of Examinations of the Master's Framework Examination Regulations (MPO). In addition, examination scopes are regulated in §§17, 18 MPO. The examination regulations can be viewed at the following link:

<http://www.zuv.fau.de/universitaet/organisation/recht/studiensatzungen/rw.shtml#Wirtschaft>

As far as the individual module descriptions do not define anything more specific, the following examination types with the corresponding examination scopes are valid for the Master's programs at the department:

Examination form	Assessment
<b>1. Written assessment forms</b>	
a. Written examination	60/90/120 minutes
b. Written assignment	Approx. 15 pages
c. Seminar paper	Approx. 15 pages
<b>2. Oral examination</b>	Approx. 20 minutes
<b>3. Other assessment forms</b>	
a. Research project / project report	Approx. 30 pages
b. Placement report	Approx. 4 pages
c. Handout	Approx. 2 pages
d. Report	Approx. 6 pages
e. Short test	Approx. 15 minutes
f. Presentation	Approx. 25 minutes
g. Presentation / presentation paper	Approx. 20 minutes / approx. 20 pages
h. Discussion paper	Approx. 10 pages
i. Moderation	Approx. 20 minutes
j. Demonstration lesson	Approx. 45 minutes
k. Case Study	Approx. 25 minutes and/or approx. 10 pages
l. Class participation	Approx. 10 minutes
m. Portfolio	Not specified
n. Electronic examination	Approx. 90 minutes
o. Multiple-choice test	Approx. 30 minutes
p. Research participation	Approx. 60 minutes
q. Reflection paper	Approx. 10 minutes or approx. 10 pages
r. Strategic concept	Approx. 6 pages

## Studienverlaufsplan für Studierende mit Studienbeginn ab Wintersemester 2023/24

### Study plan for students starting in or after winter term 2023/24

Study plan: Master in Management (MiM)		Semester			
		1	2	3	4
	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS
<b>Core courses</b>	<b>35</b>				
Management foundations	20	10	10		
Finance & controlling	5	5			
Project, presentation & team skills	10	5	5		
<b>Focus modules*</b>	<b>55</b>				
Module group Strategic management & International business	0-55	0-10	0-15	0-30	
Module group Value creation & Digital transformation	0-55	0-10	0-15	0-30	
Module group Entrepreneurship & Innovation	0-55	0-10	0-15	0-30	
Module group Financial management	0-55	0-10	0-15	0-30	
Module group Health care management	0-55	0-10	0-15	0-30	
Module group Marketing management	0-55	0-10	0-15	0-30	
Module group Supply chain management	0-55	0-10	0-15	0-30	
Module group Sustainable & responsible management	0-55	0-10	0-15	0-30	
Module group Management research	0-55	0-10	0-15	0-30	
<b>Master thesis</b>	<b>30</b>				<b>30</b>
<b>ECTS</b>	<b>120</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>

\* Freie Wahl von elf Modulen (55 ECTS). Einzelne Module der Modulgruppen sind im Modulhandbuch des Studiengangs aufgeführt und können sich semesterweise ändern. Die Module können aus mehreren Modulgruppen beliebig kombiniert werden. Bei einer Belegung von mindestens vier Modulen (20 ECTS) aus einer Modulgruppe wird die vorgenommene Spezialisierung als Schwerpunkt im Abschlusszeugnis ausgewiesen. Stand: 01.09.2023. Ohne Gewähr, Änderungen vorbehalten. Die aktuelle Übersicht ist Teil der Prüfungsordnung, die hier zu finden ist: [www.wiso.fau.de/pruefungsordnung](http://www.wiso.fau.de/pruefungsordnung)

Free choice of eleven modules (55 ECTS). Modules of the module groups are listed in the module handbook of the study program and may change semester by semester. Modules can be combined from several module groups as desired. If at least four modules (20 ECTS) from one module group are taken, the specialization undertaken is shown as a focus in the degree certificate. Status: 01.09.2023. Without guarantee, subject to change. The current overview is part of the examination regulations, which can be found here: [www.wiso.fau.de/pruefungsordnung](http://www.wiso.fau.de/pruefungsordnung)

## **Einordnung der Module in Schwerpunkte im Vertiefungsbereich**

Bitte beachten Sie, dass Module jeweils nur einmal anrechenbar sind, allerdings ist dies bei einigen Modulen in verschiedenen Schwerpunkten möglich. Bitte beachten Sie, dass nicht alle Module, die hier aufgelistet, aktuell angeboten werden. Bitte informieren Sie sich bei den jeweiligen Lehrstühlen über das aktuelle Modulangebot.

Auf den folgenden Seiten sehen Sie die Einordnung der unterschiedlichen Module in die Schwerpunkte des Vertiefungsbereichs.

## **Classification of the modules in specializations in the focus area**

Some modules are listed in various specializations. In this case, the student can decide towards which specialization the module should count. Please note that modules can only be credited once, even if they are listed in more than one specialization. Please note that not all modules listed here must be currently offered. Please check with the respective chairs for the current module offerings.

On the following pages you can see the classification of the different modules in the different specializations.

### **Strategic Management and International business**

- 55401 International project seminar
- 57410 Product innovation management in emerging markets
- 52130 Sustainability management and corporate functions
- 52761 Strategic forecasting in theory and practice
- 53460 Change management
- 53471 Managing intercultural relations
- 53700 Corporate Investment Controlling
- 53710 Foundations of international management I
- 53720 Foundations of international management II
- 54251 Accounting for consolidated financial statements
- 56216 Judgment in decision making and evidence-based management
- 57455 Regeneration and sustainable development
- 57468 Agile Project Management in the context of Latin America
- 54326 Strategy & AI

### **Value creation and Digital transformation**

- 57387 AI and Data in Business and Management
- 57043 Business intelligence
- 52500 Seminar: Industrial management
- 57469 Designing Information Systems for Behavior Change: Practical Applications
- 56210 Digital change management
- 57179 Digitalization of industrial value chains
- 54751 Managing industry 4.0
- 56422 Organizing for digital transformation
- 57455 Regeneration and sustainable development

- 54326 Strategy & AI
- 65985 Advanced Business Analytics Seminar
- 57478 Digital Industries - Industrial Platforms and AI, Industrial Metaverse and Industry 5.0

### **Entrepreneurship and Innovation**

- 57490 Innovation management seminar
- 55231 Design thinking and product design
- 53296 Economics of innovation
- 53610 Start-up finance management
- 57172 Patenting for innovation
- 55521 Practical seminar with Prof. Dr. Heinrich v. Pierer
- 57410 Product innovation management in emerging markets
- 57420 Profiting from ideas and inventions - an introduction to intellectual property rights
- 57370 Rechtliche Grundlagen der Start-up-Unternehmen
- 57174 Technology-based service innovation
- 57177 Understanding and Mastering Case Studies in Technology and Entrepreneurship
- 56235 WISO Meets Consulting
- 57131 Labor Markets in the Knowledge Economy

### **Financial management**

- 56530 Asset liability management (insurance)
- 53700 Corporate investment controlling
- 56270 Financial engineering and structured finance
- 53770 Financial and bank management
- 53610 Start-up finance management
- 55530 Advanced seminar: Finance
- 55600 Advanced seminar: Risk and insurance
- 54251 Accounting for consolidated financial statements
- 56540 Life insurance
- 57178 Business simulation: risk- and value-oriented management of firms
- 52581 Seminar: Development and marketing of innovative insurance products
- 52260 Quantitative risk assessment with Excel
- 57360 Recht der börsennotierten Aktiengesellschaft
- 56470 Risk and insurance theory
- 53330 Workshop capital markets research
- 53910 Workshop: Finance
- 52290 International finance
- 57459 Workshop sustainability reporting research
- 57454 Advanced Topics in Sustainability Reporting

### **Health care management**

- 53551 Outpatient management I
- 52810 Outpatient management II

- 52161 Applied empirical health economics
- 56790 Health economics I
- 52850 Health economic evaluations II
- 53521 Health insurance I: Statutory health insurance
- 52770 Health insurance II: Private health insurance
- 53541 Hospital management I
- 52632 Management in healthcare institutions
- 53561 Medicine
- 53531 Pharmamanagement I
- 52780 Pharmamanagement II
- 52820 Practical seminar
- 57351 Care Management
- 52153 The supply of medical services
- 56231 Health services management I
- 54821 Evaluation methods in health economics I

### **Marketing management**

- 58072 Advanced marketing management I: Services marketing
- 54141 Advanced marketing management II: Advanced topics in marketing
- 54162 Advanced marketing management IV
- 54171 Advanced marketing management V
- 58081 Advanced marketing management VII
- 53165 Consumer relationship marketing
- 57471 Digital marketing
- 54120 Interdisciplinary seminar
- 53162 Personal selling
- 56080 Practical seminar
- 52581 Seminar: Development and marketing of innovative insurance products

### **Supply chain management**

- 55300 Global logistics and supply chain management
- 55291 Global retail logistics
- 54360 International logistics and distribution systems
- 55310 Logistics consulting
- 57173 Management von Logistik- und SCM-Projekten
- 56220 Strategic supply management
- 52761 Strategic forecasting in theory and practice
- 53763 Supply chain management research seminar

### **Sustainable & responsible management**

- 56512 Needs of employees - the example of diversity
- 57453 Industry and issue specific sustainability management
- 53286 Economics of climate change (ECC)
- 52170 Introduction to cooperative systems
- 53285 Empirical environmental economics



- 57127 Sustainability communication
- 57455 Regeneration and sustainable development
- 55511 Seminar on cooperatives
- 52130 Sustainability management and corporate functions
- 54324 Climate Policy
- 54323 Energy policy instruments for deep decarbonisation
- 57475 Creativity Approaches for Sustainability
- 57459 Workshop sustainability reporting research
- 57454 Advanced Topics in Sustainability Reporting

### **Management research**

- 53511 Advanced management research methods I
- 55440 Advanced methods of management research II
- 55450 Advanced methods of management research III
- 55460 Advanced methods of management research IV
- 55462 Advanced management research methods IV
- 55470 Advanced methods of management research V
- 55480 Advanced methods of management research VI
- 55490 Advanced methods of management research VII
- 58062 Advanced methods of management research IX
- 58063 Advanced methods of management research X
- 58064 Advanced methods of management research XI
- 53043 Econometrics
- 53055 Panel and evaluation methods
- 57310 Publishing in management journals
- 57430 Research projects in strategic management
- 53107 Microeconometrics and Machine Learning

# Module description

for the degree programme

Master of Science Management

(Version of examination regulation: 20232)

for the summer term 2024

# Table of contents

Master's thesis (1998).....	5
Management foundations	
Sustainability management, business ethics and corporate social responsibility (56780).....	7
Business strategy (53410).....	9
Corporate strategy (53730).....	10
Global operations strategy (53651).....	12
Industrial management (53640).....	14
Production and supply chain management (53422).....	15
Human resources management (53030).....	16
Technology and innovation management (53450).....	18
Finance & Controlling	
Corporate management and capital markets (54290).....	21
Controlling and reporting (54321).....	23
Controlling of business systems (53430).....	24
Managerial Finance (54325).....	26
Case studies and projects in management	
Case studies and projects in management I (53492).....	29
Case studies and projects in management II (53941).....	30
Case studies and projects in management III (55340).....	32
Case studies and projects in management IV (52146).....	33
Case studies and projects in management V (55363).....	35
Case studies and projects in management VII (55382).....	37
Case Studies and Projects in Management VIII (55393).....	39
Case studies and projects in management IX (55403).....	41
Case studies and projects in management X (55404).....	43
Case studies and projects in management XI (52253).....	45
Case studies and projects in management XII (52254).....	47
Digital transformation project (57508).....	48
Service innovation (57241).....	49
Teamwork, presentation and negotiation skills	
Teamwork, presentation and negotiation skills I (54740).....	52
Teamwork, presentation and negotiation skills II (55420).....	53
Teamwork, presentation and negotiation skills V (55881).....	54
Teamwork, presentation and negotiation skills VI (55930).....	56
Teamwork, presentation and negotiation skills VII (56523).....	58
Innovation and leadership (57053).....	59
Focus modules	
International project seminar (55401).....	62
Sustainability communication (57127).....	64
Sustainability management and corporate functions (52130).....	66
The supply of medical services (52153).....	68
Applied empirical health economics (52161).....	69
Introduction to cooperative systems (52170).....	71
Quantitative risk assessment with Excel (52260).....	72
Seminar: Industrial management (52500).....	74
Seminar: Development and marketing of innovative insurance products (52581).....	75
Management in healthcare institutions (52632).....	76
Strategic forecasting in theory and practice (52761).....	78
Health insurance II: Private health insurance (52770).....	80

Project, presentation & team skills

Pharmamanagement II (52780).....	81
Outpatient management II (52810).....	82
Practical seminar (52820).....	84
Health economic evaluations II (52850).....	86
Econometrics (53043).....	87
Panel and evaluation methods (53055).....	88
Microeconometrics and Machine Learning (53107).....	90
Empirical environmental economics (53285).....	92
Workshop capital markets research (53330).....	93
Change management (53460).....	95
Managing intercultural relations (53471).....	96
Health insurance I: Statutory health insurance (53521).....	98
Pharmamanagement I (53531).....	99
Hospital management I (53541).....	100
Outpatient management I (53551).....	101
Medicine (53561).....	103
Strategic problem solving in the digital age (53674).....	104
Corporate investment controlling (53700).....	106
Foundations of international management I (53710).....	108
Foundations of international management II (53720).....	109
Supply chain management research seminar (53763).....	110
Financial and bank management (53770).....	111
Workshop: Finance (53910).....	113
Interdisciplinary seminar (54120).....	115
Advanced marketing management II: Advanced topics in marketing (54141).....	116
Advanced marketing management IV (54162).....	117
Advanced marketing management V (54171).....	119
Accounting for consolidated financial statements (54251).....	121
International logistics and distribution systems (54360).....	123
Design thinking and product design (55231).....	125
Global retail logistics (55291).....	127
Global logistics and supply chain management (55300).....	129
Logistics consulting (55310).....	130
Seminar on cooperatives (55511).....	131
Practical seminar with Prof. Dr. Heinrich v. Pierer (55521).....	133
Advanced seminar: Finance (55530).....	134
Advanced seminar: Risk and insurance (55600).....	136
Practical seminar (56080).....	138
Judgment in decision making and evidence-based management (56216).....	139
Strategic supply management (56220).....	141
Health services management I (56231).....	142
Financial engineering and structured finance (56270).....	144
Organizing for digital transformation (56422).....	145
Risk and insurance theory (56470).....	147
Needs of employees - the example of diversity (56512).....	149
Asset liability management (insurance) (56530).....	150
Life insurance (56540).....	152
Health economics I (56790).....	154
Business intelligence (57043).....	155
Labor Markets in the Knowledge Economy (57131).....	156
Patenting for innovation (57172).....	157
Management of logistics and SCM projects (57173).....	158
Technology-based service innovation (57174).....	160

Business simulation: risk- and value-oriented management of firms (57178).....	162
Digitalization of industrial value chains (57179).....	165
Publishing in management journals (57310).....	166
Care Management (57351).....	167
AI and Data in Business and Management (57387).....	169
Product innovation management in emerging markets (57410).....	170
Research projects in strategic management (57430).....	172
Regeneration and sustainable development (57455).....	173
Designing Information Systems for Behavior Change: Practical Applications (57469).....	175
Digital marketing (57471).....	177
Innovation management seminar (57490).....	179
Advanced marketing management I: Services marketing (58072).....	180
Advanced marketing management VII (58081).....	182
Consumer relationship marketing (53165).....	183
International finance (52290).....	184
Strategy & AI (54326).....	185
Evaluation methods in health economics I (54821).....	187
Industry and issue specific sustainability management (57453).....	188
Advanced management research methods I (53511).....	190
Advanced methods of management research II (55440).....	192
Advanced methods of management research III (55450).....	194
Advanced methods of management research IX (58062).....	195
Advanced methods of management research V (55470).....	197
Advanced methods of management research VI (55480).....	199
Advanced methods of management research VII (55490).....	200
Advanced methods of management research X (58063).....	202
Advanced methods of management research XI (58064).....	203
Climate Policy (54324).....	204
Energy policy instruments for deep decarbonisation (54323).....	207
Advanced management research methods IV (55462).....	211
Digital Industries - Industrial Platforms and AI, Industrial Metaverse and Industry 5.0 (57478).....	212
Creativity Approaches for Sustainability (57475).....	214

1	<b>Module name</b> 1998	<b>Masterarbeit (M.Sc. Management 20232)</b> Master's thesis	<b>30 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No courses / lectures available for this module!	
3	Lecturers	No lecturers available since there are no courses / lectures for this module!	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Markus Beckmann Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann Prof. Dr. Dirk Holtbrügge Prof. Dr. Sebastian Junge Prof. Dr. Oliver Schöffski Prof. Dr. Verena Tiefenbeck Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	<b>Contents</b>	Die Masterarbeit stellt eine freie wissenschaftliche Arbeit dar, die sich konzeptionell oder empirisch mit Themen im Kontext des Managements beschäftigt.
6	<b>Learning objectives and skills</b>	In der Masterarbeit zeigen die Studierenden, dass sie in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Thema bzw. eine Fragestellung aus dem Bereich Management selbstständig mit wissenschaftlichen Methoden zu analysieren sowie die Erkenntnisse prägnant zu entwickeln und kompetent zu bewerten bzw. zu interpretieren.
7	<b>Prerequisites</b>	Nach Maßgabe des jeweiligen Lehrstuhls
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 4
9	<b>Module compatibility</b>	Pflichtmodul Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	schriftlich (6 Monate)
11	<b>Grading procedure</b>	schriftlich (100%)
12	<b>Module frequency</b>	every semester
13	<b>Resit examinations</b>	The exams of this moduls can only be resit once.
14	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 0 h Independent study: 900 h
15	<b>Module duration</b>	1 semester
16	<b>Teaching and examination language</b>	german or english
17	<b>Bibliography</b>	Aktuelle Forschungsliteratur

# Management foundations

1	<b>Module name</b> 56780	<b>Business ethics and corporate social responsibility</b> Sustainability management, business ethics and corporate social responsibility	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Vorlesung: Business Ethics and Corporate Social Responsibility (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Markus Beckmann	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Markus Beckmann	
5	<b>Contents</b>	<p>This course combines several perspectives on normative issues in business. First, we take a moral psychology perspective to understand how morality helps us solve certain problems, but also creates pitfalls in the modern world. Second, we develop an ethical framework for navigating contentious issues and supporting the search for constructive solutions. Third, we apply this framework to analyze how (why) social and environmental goals are (not) achieved at the macro level. We will pay particular attention to the role of markets and their regulation. Fourth, we take the perspective of the individual firm and ask whether and to what extent firms need to integrate moral issues into their value creation processes. In this context, corporate social responsibility can serve as a means to implement these moral issues. We will therefore take a closer look at CSR, its origins, development and instruments. We conclude the course by discussing various applications and cases.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Students:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Are able to provide differentiated arguments on questions relevant to our society</li> <li>• Have skills to critically reflect current issues in business ethics and CSR</li> <li>• Know concepts that help to critically reflect the role of business in society</li> <li>• Understand the changing environment of companies</li> <li>• Are able to use dilemma structure as analytical tool</li> <li>• Understand the CSR discourse and its core concepts</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	None	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2;4	
9	<b>Module compatibility</b>	Wahlbereich Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192 Wahlpflichtbereich: Management foundations Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	elektronische Prüfung (60 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	elektronische Prüfung (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	



15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	Provided via StudOn

1	<b>Module name</b> 53410	<b>Business strategy</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Harald Hungenberg Prof. Dr. Sebastian Junge	
5	<b>Contents</b>	<p>This course focuses on selected theories, concepts, and tools of strategic management. It is concerned with formulation and implementation of strategies, focusing on the business level of strategy. At business level, customer value and competitive advantage are the central issues. In this context, the digital transformation triggers digital business models, such as platform strategies or other related disruptive innovations. Therefore, the digital transformation is a central focus of this course.</p> <p>The course uses a combination of lectures, discussions and case studies in order to provide the analytic and conceptual foundations for making strategic decisions at business level.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	By the end of the course, students can appreciate the need for a comprehensive approach to strategy making and they are aware of top management's role in setting the direction of a company. Students develop knowledge of theories, concepts and tools of business strategy and they develop an understanding of the application of concepts and tools to real life cases.	
7	<b>Prerequisites</b>	None	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1	
9	<b>Module compatibility</b>	Pflichtbereich 1 Master of Science Management 20192 Wahlpflichtbereich: Management foundations Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur (60 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	english	
16	<b>Bibliography</b>	Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen, 8th Ed., Wiesbaden 2014 Dess, G., McNamara, G., Eisner, A.: Strategic management, 10th Ed., Maidenhead 2020	

1	<b>Module name</b> 53730	<b>Corporate strategy</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Corporate Strategy (3.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Sebastian Junge	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Sebastian Junge	
5	<b>Contents</b>	<p>This interactive course teaches the basic principles of strategic management at the corporate level (economic theories and multibusiness firms, value management, parenting advantage). In addition, elementary corporate management topics such as diversification and portfolio planning are addressed. In times of digital change, it is even more essential to identify suitable strategic initiatives in order to successfully strengthen and sustainably defend one's own position. In this context, measures such as mergers, acquisitions and divestments at group level will be discussed. Increased relevance is given to challenges that arise for corporations on the basis of the digital transformation. For this purpose, platform operators are analyzed as examples, but also dynamic industries such as financial services or the automotive sector are examined. The students work in teams on a current issue related to the above-mentioned content and develop a presentation and a case study.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>At the end of the course, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• assess various concepts and instruments of strategic management at corporate level against the background of digital trends and current research findings and apply them to specific issues;</li> <li>• present complex issues in a structured way in front of third parties as well as find convincing solution proposals and defend them argumentatively;</li> <li>• develop a case study on a current issue from the field of corporate strategies and to prepare it in an application-oriented manner;</li> <li>• deepen their skills in teamwork;</li> <li>• deal rationally and responsibly with conflicts of interest and communication in the context of group work and to recognize differences in patterns of thought and action and use them to find solutions in a goal-oriented manner.</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	<p>Business Strategy (recommended) The number of participants is limited. The application process will be announced via the homepage. <a href="https://www.unternehmensfuehrung.rw.fau.de/studium-lehre-2/aktuelle-lehre/corporate-strategy/">https://www.unternehmensfuehrung.rw.fau.de/studium-lehre-2/aktuelle-lehre/corporate-strategy/</a></p>	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	<p>Wahlbereich 4: Management globaler Unternehmen Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192</p>	

		Wahlpflichtbereich: Management foundations Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation/Hausarbeit
11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation/Hausarbeit (100%) The module grade is weighted according to 50% presentation and 50% written assignment.
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen, 8. Aufl., Wiesbaden, 2014. Additional literature will be announced at the beginning of the course.

1	<b>Module name</b> 53651	<b>Global operations strategy</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	
5	<b>Contents</b>	<p>During the past decades, operations have become increasingly international or even global in nature. Drivers of the globalization include increased competitiveness through offshore manufacturing and global sourcing.</p> <p>During this module, the increasing complexity and the challenges of operations on a global scale will be discussed together with the participants. The theory modules at the beginning structure the options of a general operations strategy and illustrate its implementation in the organization.</p> <p>The subject specific modules, elaborated by the participants, enable a profound understanding of single activity areas of global operations and their relation to the global operations strategy. Therewith the students will get insights in the importance of an integrated global operations strategy and will become familiar with the main strategic options in this field.</p> <p><i>All participants have to register in advance on StudOn! The registration for GOS on StudOn starts in early October. The number of participants is limited to 70.</i></p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Participation in the first seminar session is mandatory, as the topics for the teamwork are chosen during this session by the participants.</p> <p>In the following weeks, based on own research using scientific sources, key topics are elaborated in teams. Following predefined learning targets, the students need to structure the elaborated content in an academic presentation and present their results in class. Thereby, the teams are responsible for developing a didactic concept in order to support the understanding of the discussed topics. Furthermore, the participants are required to document their research method as well as their results. After the course, the participants are able to discuss the functions and impact of operations management in an international context.</p>	
7	<b>Prerequisites</b>	None	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1	
9	<b>Module compatibility</b>	<p>Wahlbereich 3: Management industrieller Unternehmen Master of Science Management 2009</p> <p>Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192</p> <p>Wahlpflichtbereich: Management foundations Master of Science Management 20242</p>	
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation	

11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (100%)
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	Abele, E. et al. (2008): Global Production. A Handbook for Strategy and Implementation. Berlin: Springer. Reid, R. D. & Sanders N. R. (newest ed.): Operations Management. Hoboken: Wiley & Sons. Slack, N. & Lewis, M. (newest ed.): Operations Strategy. Harlow: PrenticeHall.

1	<b>Module name</b> 53640	<b>Industrielles Management</b> Industrial management	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Vorlesung: Industrielles Management (2.0 SWS) Übung: Industrielles Management (1.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	
5	<b>Contents</b>	Die Veranstaltung bietet einen tiefergehenden Einblick in das Management industrieller Unternehmen. Betrachtet werden nicht nur bisherige theoretische und empirische Erkenntnisse, sondern insbesondere auch aktuelle Managementaufgaben und -methoden in einem Industriebetrieb. Die Erkenntnisse zum industriellen Management werden mit einem praktischen und aktuellen Schwerpunktthema verknüpft, um so einen Anwendungsbezug darzustellen.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden erwerben ein umfassendes, detailliertes sowie spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand aus dem Bereich des industriellen Managements und die Fähigkeit, strategisch zu denken. Durch die tiefergehende Analyse eines praxisrelevanten Schwerpunktthemas erhalten die Studierenden zudem einen tiefergehenden Einblick in die aktuellen Problemfelder und Herausforderungen von Industrieunternehmen. Die erworbenen analytischen und konzeptionellen Fertigkeiten befähigen die Studierenden, komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen eigenständig zu bearbeiten.	
7	<b>Prerequisites</b>	Keine	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Wahlbereich 3: Management industrieller Unternehmen Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192 Wahlpflichtbereich: Management foundations Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur (60 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	
16	<b>Bibliography</b>	Voigt, K.-I.: Industrielles Management, Berlin u. a., 2008.	

1	<b>Module name</b> 53422	<b>Produktions- und Supply Chain Management</b> Production and supply chain management	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Tutorium: Stud. Tutorium: Produktions- und Supply Chain Management (1.0 SWS)	-
3	Lecturers	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	

4	<b>Module coordinator</b>	Christopher Münch
5	<b>Contents</b>	Unternehmerisches Handeln mit dem Ziel der Wertschöpfung vollzieht sich in Prozessen. Dieser Kurs macht mit den Grundlagen, Konzepten und Methoden des Produktions- und Supply Chain Managements vertraut. Der Kurs ist eine Kombination aus Vorlesungen und Diskussion von aktuellen Forschungsarbeiten im Rahmen von Übungen. Zusätzlich werden in den Übungen Berechnungen unterschiedlicher Vorlesungsschwerpunkte durchgeführt.
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden beurteilen die Bedeutung von Prozessen im Unternehmen. Sie haben die Fähigkeit, Prozesse im Sinne der Wertschöpfung zielgerichtet zu gestalten. Die Studierenden verfügen über die Kernkompetenzen des Prozessmanagements entlang der kompletten Wertschöpfungskette und wenden diese Kompetenzen in praxisrelevanten Übungen an.
7	<b>Prerequisites</b>	Keine
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1
9	<b>Module compatibility</b>	Pflichtbereich 1 Master of Science Management 20192 Wahlpflichtbereich: Management foundations Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Klausur mit MultipleChoice (90 Minuten)
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur mit MultipleChoice (100%)
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Wird im Kurs bekanntgegeben



1	<b>Module name</b> 53030	<b>Personalmanagement</b> Human resources management	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Übung: Personalmanagement; MIM-3030 (1.0 SWS) Vorlesung: Personalmanagement Vorlesung (2.0 SWS)	1 ECTS 4 ECTS
3	Lecturers	Theresa Bernhard	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge	
5	<b>Contents</b>	1. Personalmanagement als strategischer Erfolgsfaktor der Unternehmungsführung 2. Theorien des Personalmanagements 3. Akteure des Personalmanagements 4. Bedingungen des Personalmanagement 5. Instrumente des Personalmanagement 5.1. Personalbedarfsplanung und deckung 5.2. Personaleinsatz 5.3. Personalentlohnung 5.4. Personalführung 6. Effizienz des Personalmanagement	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden können Probleme des Personalmanagements aus rechtlicher, ökonomischer, betriebswirtschaftlicher, organisatorischer, psychologischer und ethischer Sicht analysieren sowie Lösungsvorschläge bewerten und eigenständig entwickeln. Sie können die Auswirkungen des Personalmanagement mit Hilfe anspruchsvoller Methoden der Personalforschung prognostizieren und Gestaltungsempfehlungen ableiten Sie lernen den aktuellen internationalen Forschungsstand zum Personalmanagement kennen und sind in der Lage, theoretische und empirische Studien in diesem Bereich kritisch zu reflektieren.	
7	<b>Prerequisites</b>	Sehr gute Deutschkenntnisse (C1)	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1	
9	<b>Module compatibility</b>	Pflichtbereich 1 Master of Science Management 20192 Wahlpflichtbereich: Management foundations Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation Report  Diskussionspapier (6 Seiten, 80% der Modulnote) und Präsentation (20% der Modulnote)	
11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (20%) Report (80%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	

15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Holtbrügge, D.: Personalmanagement, 8. Aufl., Berlin et al., 2022.

1	<b>Module name</b> 53450	<b>Technology and innovation management</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Vorlesung: Technology and Innovation Management (V) (2.0 SWS) Übung: Technology and Innovation Management (1.0 SWS)	5 ECTS -
3	Lecturers	Lauren Mackintosh Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	
5	<b>Contents</b>	Technologien und Innovationen sind die Basis des Erfolgs und Wachstums eines jeden Unternehmens. Dieser Kurs behandelt Theorien, Konzepte und Werkzeuge des Technologie- und Innovationsmanagements. Spezielle Themen sind z.B. ökonomische Entscheidungstatbestände im Technologiemanagement bzw. im disruptiven technologischen Wandel, Erfolgsfaktoren von Innovationen, die Gestaltung von Innovationsprozessen, Timing-Strategien, die Öffnung des Innovationsmanagements nach außen sowie die Innovation ganzer Geschäftsmodelle. Die Themen werden außerdem mit praktischen und aktuellen Schwerpunktthemen verknüpft um so einen Anwendungsbezug darzustellen.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	In diesem Modul lernen die Studierenden ein umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen sowie den aktuellen Erkenntnisstand im Bereich des Technologie- und Innovationsmanagements kennen. Nach Abschluss des Moduls können sie die bedeutende Rolle von Technologien und Innovationen als Wettbewerbsvorteil für Industrie- und Dienstleistungsunternehmen einschätzen und bewerten. Dieses Wissen wird durch zahlreiche praktische Beispiele vertieft. Des Weiteren sind die Studierenden dann in der Lage, das Wissen über die Methoden und Konzepte des Technologie- und Innovationsmanagements erfolgreich auf neuartige, konkrete praktische Probleme zu transferieren und diese dort zur Problemstrukturierung und -lösung einzusetzen. Sie können somit Sachverhalte in diesem Bereich einschätzen und hinterfragen. Die erworbenen analytischen und konzeptionellen Fertigkeiten befähigen die Studierende komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen eigenständig zu bearbeiten und die richtigen Methoden und Strukturierungsansätze zur Bewältigung von Aufgaben im Technologie- und Innovationsmanagement zu finden und erfolgreich anzuwenden.	
7	<b>Prerequisites</b>	Keine	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Pflichtbereich 1 Master of Science Management 20192 Wahlpflichtbereich: Management foundations Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur (90 Minuten)	

11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%)
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german english
16	<b>Bibliography</b>	Ahmed, P.; Shepherd, C.: Innovation Management Context, Strategies, systems and processes, Pearson, Essex, 2010. Voigt, K.-I.: Industrielles Management, 1. Aufl., Berlin u. a., 2008.

# Finance & Controlling

1	<b>Module name</b> 54290	<b>Kapitalmarktorientierte Unternehmenssteuerung</b> Corporate management and capital markets	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Hendrik Scholz	
5	<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bewertung von Unternehmen (vorrangig DCF-Verfahren)</li> <li>• risikoorientierte Kennzahlen zur Aktienanalyse</li> <li>• risikoorientierte Steuerungskonzepte</li> <li>• Risikopolitik von Unternehmen und Banken</li> <li>• Instrumente zur Sicherung der Währungsrisiken von Unternehmen</li> </ul>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• bestimmen über DCF-Verfahren den Wert von Unternehmen bei Berücksichtigung unterschiedlicher Finanzierungspolitiken.</li> <li>• können die Performance von Aktienportfolios sowie Unternehmenssegmenten auf Basis fortgeschrittener Performance- und Risikokennzahlen beurteilen, miteinander vergleichen und kritisch hinterfragen.</li> <li>• beurteilen auf Basis von Kennzahlen wie RORAC und RAROC die Kapitalallokation von Unternehmen.</li> <li>• sind in der Lage, diverse Instrumente zum Hedgen von Währungsrisiken wie Futures, Optionen und Swaps zu bewerten und diese im Rahmen des Risikomanagement von Unternehmen selbstständig anzuwenden.</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	keine	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1	
9	<b>Module compatibility</b>	Wahlpflichtbereich: Finance & Controlling Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur (60 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	
16	<b>Bibliography</b>	<p>Berk, Jonathan / DeMarzo, Peter: Corporate Finance, Boston u. a.</p> <p>Drukarczyk, Jochen / Schüler, Andreas: Unternehmensbewertung, München.</p>	

Fama, Eugene F. / French Kenneth R. (1993): Common Risk Factors in the Returns of Stocks and Bonds, in: Journal of Financial Economics, Vol. 33 (1), S. 3-56.

Hull, John C.: Optionen, Futures und andere Derivate, Hallbergmoos.

1	<b>Module name</b> 54321	<b>Controlling and reporting</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Thomas Fischer	
5	<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Jahresabschlussanalyse</li> <li>• Segmentberichterstattung</li> <li>• Finanzwirtschaftliche Analyse</li> <li>• Erfolgswirtschaftliche Analyse</li> <li>• Strategische Analyse</li> <li>• Analyse des Lageberichts</li> <li>• Value Reporting</li> </ul>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden können wesentliche Instrumente und Kennzahlen für die finanzwirtschaftliche, erfolgswirtschaftliche und strategische Analyse von Publizitätsinformationen beurteilen. Sie können den Zusammenhang von Bewertung und Ergebnisprognose einschätzen.	
7	<b>Prerequisites</b>	Empfehlung: Grundlagen der Bilanzierung, Grundlagen Investition und Finanzierung	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1	
9	<b>Module compatibility</b>	Wahlpflichtbereich: Finance & Controlling Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur (60 Minuten) Aufgrund des Endes der Dienstzeit von Herrn Prof. Dr. Thomas M. Fischer zum 30.09.2025 ist es möglich, dass die Veranstaltung im <b>Wintersemester 2025/26</b> nicht mehr angeboten wird.	
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	
16	<b>Bibliography</b>	Coenenberg, A. G./Haller, A./Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 26. Aufl., Stuttgart 2021.	



1	<b>Module name</b> 53430	<b>Controlling of business systems</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Übung: Controlling of Business Systems Klausurenkurs (2.0 SWS)	-
3	Lecturers	Sebastian Gaschler Jonas Albers Prof. Dr. Thomas Fischer	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Thomas Fischer	
5	<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in das Controlling von Wertschöpfungssystemen</li> <li>• Wertorientierte Kennzahlen</li> <li>• Kunden-Controlling</li> <li>• Anreizsysteme als Instrument zur Steuerung von Geschäftsbereichen</li> <li>• Unternehmerische Nachhaltigkeit</li> <li>• Digitalisierung und Controlling</li> </ul>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden kennen relevante Controlling-Instrumente, um die Geschäftsbeziehungen eines Unternehmens zu wesentlichen Stakeholdergruppen (Kapitalgeber, Kunden, Mitarbeiter) nachhaltig erfolgreich steuern, d. h. planen und kontrollieren, zu können.	
7	<b>Prerequisites</b>	Empfehlung: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelor-Modul Kostenrechnung und Controlling</li> <li>• Bachelor-Modul Controlling of Business Development</li> <li>• Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. Aufl., Stuttgart 2016, Kapitel 1-6, 14 und 15.</li> </ul>	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1	
9	<b>Module compatibility</b>	Pflichtbereich 1 Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192 Wahlpflichtbereich: Finance & Controlling Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur (60 Minuten) Da die Dienstzeit von Herrn Prof. Dr. Thomas M. Fischer planmäßig am 30.09.2025 enden wird, ist eine <b>letztmalige Erstanmeldung</b> zur Prüfung Controlling of Business Systems (CBS) im <b>Wintersemester 2024/25</b> möglich. Nach diesem Termin können lediglich Wiederholungsprüfungen absolviert werden, aber keine neuen Erstanmeldungen mehr vorgenommen werden.	
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	

16	<b>Bibliography</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fischer, T. M./Möller, K./Schultze, W.: Controlling, 2. Aufl., Stuttgart 2015</li><li>• Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. Aufl., Stuttgart 2016</li></ul>
----	---------------------	--

1	<b>Module name</b> 54325	<b>Managerial Finance</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Sebastian Junge	
5	<b>Contents</b>	<p>This course focuses on selected concepts and instruments for solving basic financial issues relevant to management:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• External financial presentation of a company (central accounting systems, annual financial statement analysis)</li> <li>• Capital and asset management of a company (cost and performance management)</li> <li>• Data management of a company (descriptive and diagnostic data analysis, quantitative methods)</li> <li>• Evaluation of individual investments (methods of investment calculation, analysis of profit situation, contribution margin calculation)</li> <li>• Valuation of companies (concept of value, valuation of whole companies, comparison of different company valuation methods, value management)</li> </ul>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>In this course, participants develop an understanding of the basic financial issues relevant to management. Students will become familiar with concepts to evaluate the relevance of individual issues and to generate approaches to be able to solve these issues. Of central importance is the combination of basic concepts from financial areas (e.g., external accounting, internal cost and profit accounting, financing, or business valuation) with specific issues of (strategic) management. The special feature of the course is a combination of lectures, homework, and practical exercises. As a result, students develop analytical and quantitative skills to address the basic financial issues relevant to management successfully. In addition, students develop the ability to generate the necessary information themselves when insufficient information is available and to adapt procedures accordingly.</p>	
7	<b>Prerequisites</b>	keine	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1	
9	<b>Module compatibility</b>	Wahlpflichtbereich: Finance & Controlling Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur (60 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	

14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	<p>Brealey, R., Myers, S., Allen, F.: Principles of Corporate Finance, 13. Aufl., 2020.</p> <p>Higgins, R.: Analysis for Financial Management, 12. Aufl., 2019.</p> <p>Palepu, K.G., Healy, P.M., Peek, E.: Business Analysis and Valuation, 5. Aufl., 2019.</p> <p>Ross, A., Westerfield, R., Jordan, B.: Fundamentals of Corporate Finance, 12. Aufl., 2019.</p> <p>Additional literature will be announced in the course.</p>

# Case studies and projects in management

1	<b>Module name</b> 53492	<b>Fallstudien und Projekte im Management I</b> Case studies and projects in management I	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Industry 5.0 – Germany's Future of Sustainable Industrial Value Creation with Prof. Oliver Zipse and Dr. Thomas Becker (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Markus Beckmann Hannah Altenburg Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Markus Beckmann Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	<b>Contents</b>	During the seminar, which is supported by Prof. Oliver Zipse (CEO of the BMW Group) and Dr. Thomas Becker (VP Sustainability, Mobility of the BMW Group), the students work on current issues of sustainability in technology-oriented industrial companies in groups. The results of the student groups are presented, defended and discussed in a project report and a presentation at a final event.
6	<b>Learning objectives and skills</b>	The student groups develop analyses on complex sustainability management issues, especially in relation to technology-oriented industrial companies, in a largely self-directed manner. For this purpose, the students conduct empirical data collection and literature research. They decide largely independently on the methods of analysis to answer the respective question. The module aims to develop the students ability to structure and present detailed and specialised knowledge based on the current state of understanding of the respective research question. Each student group shares the results developed jointly in the seminar and defends them before Prof. Zipse, Dr. Becker, Prof. Dr. Voigt, and Prof. Dr. Beckmann.
7	<b>Prerequisites</b>	None
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2
9	<b>Module compatibility</b>	Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Seminarleistung Presentation (20 minutes) 70% and Project report (partially in group work) 30%
11	<b>Grading procedure</b>	Seminarleistung (100%)
12	<b>Module frequency</b>	every semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	Course specific literature (will be announced during the course).

1	<b>Module name</b> 53941	<b>Fallstudien und Projekte im Management II</b> Case studies and projects in management II	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Praxisseminar: Praxisseminar Challenges in Business Management (3.0 SWS) Compulsory attendance	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Thomas Fischer	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Thomas Fischer	
5	<b>Contents</b>	The course deals with controlling instruments on the enterprise, segment, and project level. The students will intensively discuss and analyze real-world case material from current issues of a global technology enterprise with senior managers as advisors.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>As main objective students will have the opportunity to get in touch with real business issues. They will be supported in creating a working paper and presentation.</p> <p>The course provides extended professional studies in the field of accounting and controlling and brings students in touch with real business cases of a leading, global acting technology enterprise. Hereby, the qualified profile as well as personal skills of the student participants are further developed as the participants give and receive appreciative feedback as part of the interactive presentation of the work results.</p> <p>Full attendance in the seminar meetings is compulsory.</p>	
7	<b>Prerequisites</b>	The number of participants is limited. Participants will be selected by their FACT related skills (i.e. BA elective courses in Finance, Auditing, Controlling, and/or Taxation).	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1	
9	<b>Module compatibility</b>	Pflichtbereich 2 Master of Science Management 2009 Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	<p>schriftlich/mündlich</p> <p>Seminar paper (ca. 12-15 pages) and presentation (ca. 15 minutes) and class participation (ca. 10 minutes)</p> <p><i>Es handelt sich um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWISO in der jeweils geltenden Fassung alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWISO eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.</i></p> <p>Da die Dienstzeit von Herrn Prof. Dr. Thomas M. Fischer planmäßig am 30.09.2025 enden wird, ist eine <b>letztmalige Anmeldung</b> zur Prüfung Challenges in Business Management (CBM) im <b>Wintersemester 2024/25</b> möglich.</p>	
11	<b>Grading procedure</b>	schriftlich/mündlich (100%)	

		Seminar paper (60%) and presentation (30%) and class participation (10%)
12	<b>Module frequency</b>	every semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german english
16	<b>Bibliography</b>	Fischer, T. M./Möller, K./Schultze, W.: Controlling, 2.Aufl., Stuttgart 2015.  Further literature recommendations will be given in class.



1	<b>Module name</b> 55340	<b>Fallstudien und Projekte im Management III</b> Case studies and projects in management III	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Fallstudien und Projekte im Management (Proseminar Logistikpraxis; 22309) (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	
5	<b>Contents</b>	<p>Das Seminar besteht aus Seminarstunden und praktischer Projektarbeit, wobei die Studierenden in Gruppen von bis zu fünf Personen gemeinsam ein vom Unternehmen vorgegebenes praxisorientiertes Thema bearbeiten.</p> <p>Die Themen und die Unternehmen werden zu Beginn des Semesters vorgestellt und nach Priorisierungslisten zugeteilt. Die Studierenden werden bei der methodischen Vorgehensweise und bei möglichen Problemen durch einen Betreuer des Lehrstuhls unterstützt. Die Ergebnisse der Projektarbeit werden im Unternehmen im Rahmen einer Zwischen- und einer Endpräsentation vorgestellt.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Die Studierenden erlernen grundlegende Methoden und Vorgehensweisen des Projektmanagements und erarbeiten selbstständig einen strategischen Lösungsansatz für ein reales Problem von Partnerunternehmen. Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, selbstständig eine komplexe Problemstellung aus der Unternehmenspraxis zu strukturieren und Lösungsansätze abzuleiten. Zusätzlich erwerben die Studierenden in den Veranstaltungen an der Universität Kompetenzen im Bereich der Visualisierungs- und Präsentationstechniken.</p>	
7	<b>Prerequisites</b>	Produktions- und Supply Chain Management, Logistik Consulting	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Pflichtbereich 2 Master of Science Management 2009 Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Diskussionsbeitrag Präsentation	
11	<b>Grading procedure</b>	Diskussionsbeitrag (50%) Präsentation (50%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	
16	<b>Bibliography</b>	Keine	

1	<b>Module name</b> 52146	<b>Fallstudien und Projekte im Management IV</b> Case studies and projects in management IV	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Markus Beckmann	
5	<b>Contents</b>	<p>Das Seminar vermittelt Inhalte zu den Grundlagen des Nachhaltigkeitsmanagements in Forschung und Praxis. In enger Zusammenarbeit mit unserem Unternehmenspartner Uvex werden aktuelle Herausforderungen für die Nachhaltigkeit im Unternehmen identifiziert und Lösungsvorschläge erarbeitet.</p> <p>Die ersten Sitzungen dienen dazu, eine interaktive Einführung in das Thema Nachhaltigkeit zu geben und die unterschiedlichen Wissensstände der Studierenden aus verschiedenen Disziplinen zu harmonisieren. Die Studierenden lernen verschiedene Konzepte und Instrumente des Nachhaltigkeitsmanagements kennen. Damit zielt das Seminar auf ein systematisches Verständnis relevanter Managementwerkzeuge und neuartiger Instrumente und Funktionen zur Bewältigung von Nachhaltigkeitsthemen. Nach einer theoretischen Einführung werden die Studierenden mit den aktuellen Nachhaltigkeitsthemen bei Uvex in den Dimensionen der Triple Bottom Line vertraut gemacht. Diese Projekte konzentrieren sich auf Themen wie Kreislaufwirtschaft oder Impact Assessment. Im zweiten Teil des Seminars geht es darum, das theoretische Wissen in die Praxis umzusetzen. Zu diesem Zweck arbeiten die Studierenden in Projektteams an einer praktischen Lösung für ein bei Uvex identifiziertes Nachhaltigkeitsproblem in kooperativer Abstimmung mit den Seminarleitern. In einer Zwischenpräsentation haben die Studierenden die Möglichkeit, Feedback zu erhalten und ihre Ideen zu überarbeiten. Am Ende des Seminars findet eine Abschlusspräsentation statt und die Studierenden erstellen eine Dokumentation ihrer Projektarbeit.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Am Ende des Seminars sind die Studierenden in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nachhaltigkeitsthemen aus der Praxis zu identifizieren und deren Managementrelevanz zu beurteilen;</li> <li>• grundlegende betriebswirtschaftliche Ansätze zur Bewältigung sozialer und ökologischer Probleme zu analysieren und anzuwenden;</li> <li>• ihre qualitativen Forschungs- und Projektmanagementkompetenzen anzuwenden;</li> <li>• Methoden des Nachhaltigkeitsmanagements zu reflektieren und selbstbewusst umzusetzen;</li> <li>• Soft Skills wie strukturierte Teamarbeit und professionelle Präsentationen anzuwenden und zu reflektieren</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bereits besuchte Kurse zum Nachhaltigkeitsmanagement sind von Vorteil</li> </ul>	

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interesse an praxisorientiertem Nachhaltigkeitsmanagement;</li> <li>• Motivation zur selbständigen Arbeit in einem Team</li> </ul>
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3;1
9	<b>Module compatibility</b>	Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	schriftlich Präsentation Gemeinsame Analyse und Bearbeitung einer Nachhaltigkeitsherausforderung und Konzeptentwicklung in Projektteams mit Zwischen- und Abschlusspräsentation. Zusätzlich wird die Dokumentation des Problemlösungsprozesses benotet.
11	<b>Grading procedure</b>	schriftlich (30%) Präsentation (70%) Präsentation (70%) und Dokumentation (30%)
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german english
16	<b>Bibliography</b>	All necessary materials will be provided via StudOn

1	<b>Module name</b> 55363	<b>Fallstudien und Projekte im Management V</b> Case studies and projects in management V	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Methoden wissenschaftlichen Arbeitens (3.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Marco Zirkel Cornelius Seiler	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Oliver Schöffski	
5	<b>Contents</b>	Im Seminar werden die Studierenden mit dem Thema wissenschaftliche Methoden im Gesundheitsmanagement umfassend vertraut gemacht. Hierzu werden eingangs theoretische und methodische Grundlagen behandelt. Im zweiten Teil des Seminars wenden die Studierenden ihre neu erworbenen Kompetenzen in Kleingruppen eigenständig auf ein Problem an, evaluieren hierbei eine Gesundheitstechnologie (z.B. Gentherapie, Digital Health oder CAR-T-Cells) und erstellen hierüber eine Hausarbeit. Die Ergebnisse werden am Ende des Semesters im Plenum präsentiert. Das Seminar dient zur Vorbereitung auf eine Masterarbeit am Lehrstuhl für Gesundheitsmanagement.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• Können die Anwendungsbereiche verschiedener Methoden der gesundheitsökonomischen Evaluation unterscheiden.</li> <li>• Können verschiedene Methoden der Gesundheitsökonomischen Evaluation selbstständig und richtig anwenden.</li> <li>• Können wissenschaftliche Probleme mithilfe von Literaturrecherche und Modellierung lösen.</li> <li>• Können verschiedene Datenvisualisierungen anwenden.</li> <li>• Können ihre Ergebnisse schriftlich und mündlich präsentieren.</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	Kenntnisse der Sprache R im Umfang des Basiskurses R/RStudio in StudOn Zielgruppe: an quantitativ orientierter BWL und Beratung interessierte Studierende mit Schwerpunkt Gesundheitsmanagement. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Die Anmeldung erfolgt per Mail an <a href="mailto:Lena.Jaegers@fau.de">Lena.Jaegers@fau.de</a> , der Anmeldezeitraum wird rechtzeitig bekannt gegeben.	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Hausarbeit Präsentation	
11	<b>Grading procedure</b>	Hausarbeit (70%) Präsentation (30%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	

14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german english
16	<b>Bibliography</b>	Kursspezifische Literatur (wird im Kurs bekanntgegeben).

1	<b>Module name</b> 55382	<b>Fallstudien und Projekte im Management VII</b> Case studies and projects in management VII	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Strategien technologieorientierter Industrieunternehmen (2.0 SWS) <i>(Anwesenheitspflicht)</i>	5 ECTS
3	Lecturers	Dr. Roland Busch Lauren Mackintosh Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	
5	<b>Contents</b>	Im Rahmen des Seminars, welches vom CEO der Siemens AG, Dr. Roland Busch, begleitet wird, bearbeiten die Studierenden strategische Fragestellungen technologiebasierter Industrieunternehmen in Gruppen. Die Ergebnisse der Studierendengruppen werden in einer Seminararbeit sowie einer Präsentation im Rahmen einer Abschlussveranstaltung vorgetragen, verteidigt und diskutiert.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden erarbeiten in Gruppen weitgehend selbstgesteuert Analysen zu komplexen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen im Kontext des strategischen Managements, insbesondere in Bezug auf technologieorientierte Industrieunternehmen. Hierzu führen die Studierenden ggf. empirische Datenerhebungen und Literaturrecherchen durch und entscheiden weitgehend eigenständig über die zu verwendenden Analysemethoden. Das Ziel ist die Erarbeitung, Strukturierung und Darstellung von detailliertem und spezialisiertem Wissen auf dem aktuellen Erkenntnisstand zu der jeweils ausgeschriebenen Fragestellung. Die erarbeiteten Ergebnisse werden anschließend gemeinsam von der Gruppe in dem Seminar vertreten und vor Herrn Dr. Roland Busch und Herrn Prof. Dr. Voigt verteidigt. Es besteht Anwesenheitspflicht.	
7	<b>Prerequisites</b>	Keine	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Hausarbeit Präsentation Präsentation (ca. 20 Minuten) und Hausarbeit (5000 Wörter in Gruppenarbeit)	
11	<b>Grading procedure</b>	Hausarbeit (50%) Präsentation (50%)	
12	<b>Module frequency</b>	every semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	

15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Kursspezifische Literatur (wird im Kurs bekanntgegeben).

1	<b>Module name</b> 55393	<b>Fallstudien und Projekte im Management VIII</b> Case Studies and Projects in Management VIII	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: AVS (2.0 SWS) Anwesenheitspflicht	5 ECTS
3	Lecturers	Janina Wagner Andreas Kress	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Thomas Fischer	
5	<b>Contents</b>	<p>Im Zuge der Digitalisierung treten zunehmend junge, innovative Unternehmen in Märkte ein, welche sich durch ein neuartiges Geschäftsmodell und schnelles Wachstum auszeichnen („Start Ups“). Die auf Basis von Finanzkennzahlen durchzuführende Analyse der Stärken und Schwächen sowie die Bewertung dieser Unternehmen führt zu Herausforderungen bei Investmentbanken, Transaktionsberatungen und M&amp;A Abteilungen von Unternehmen.</p> <p>Im Seminar wird erarbeitet, welche finanziellen Charakteristika diese Unternehmen aufweisen, wie ihre Marktpotenziale bewertet werden können und welche Besonderheiten sich im M&amp;A-Prozess ergeben. Der Fokus liegt auf der Bewertung von Start Ups. Durch Anwendungsbeispiele wird vermittelt, mit welchen Herausforderungen die Praxis bei der Bewertung von Start Ups konfrontiert ist und wie diese bei der Anwendung traditioneller Methoden (z.B. DCF, Multiplikatoren) berücksichtigt werden können. Darüber hinaus werden ergänzende Bewertungsmöglichkeiten vorgestellt.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Ziel ist es, ein umfassendes Verständnis für die Besonderheiten von Start Ups, insbesondere in Bezug auf die Ermittlung des Unternehmenswertes zu vermitteln. Die Studierenden sollen nach der Veranstaltung in der Lage sein, die spezifischen Herausforderungen bei der Bewertung von Start Ups zu erkennen und diese selbstständig durch die Anwendung passender Bewertungsmethoden zu bewältigen. Es besteht Anwesenheitspflicht.	
7	<b>Prerequisites</b>	Besuch der Veranstaltungen Controlling of Business Systems und/oder Corporate Investment Controlling	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	<p>Klausur Diskussionsbeitrag Präsentation Gruppenpräsentation: 30 Minuten, Klausur: 45 Minuten <i>Es handelt sich bei Analysis and Valuation of Start-Ups um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWIWI (in der jeweils geltenden Fassung) alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs.</i></p>	



		<p><i>1 Satz 2 MPOWIWI eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.</i></p> <p>Aufgrund des Endes der Dienstzeit von Herrn Prof. Dr. Thomas M. Fischer zum 30.09.2025 ist es möglich, dass die Veranstaltung im <b>Sommersemester 2026</b> nicht mehr angeboten wird.</p>
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (55%) Diskussionsbeitrag (15%) Präsentation (30%)
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben

1	<b>Module name</b> 55403	<b>Fallstudien und Projekte im Management IX</b> Case studies and projects in management IX	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Start-up Consulting (3.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Patrick-Peter Herold	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Sebastian Junge	
5	<b>Contents</b>	<p>Das Seminar Start-up Consulting soll Studierende dazu befähigen, Fragestellungen junger Wachstumsunternehmen (Start-ups) durch theoretisches Wissen und Methodenkompetenz zu lösen. In Gruppen lösen die Studierenden die Problemstellung eines realen Start-ups. Aufgrund der gegenwärtigen Dynamik in Gesellschaft und Technologie sowie den damit verbundenen Megatrends, wie beispielsweise Digitalisierung, stehen Start-ups vor zentralen Herausforderungen. Diese jungen, innovativen Unternehmen operieren in hochdynamischen Branchen und stellen sich und ihre Fragestellungen zu Beginn des Moduls vor.</p> <p>Während der Veranstaltung arbeiten die Studierenden eng mit den Start-ups zusammen und werden zusätzlich von Mentoren aus der Praxis sowie dem Team des Lehrstuhls betreut.</p> <p>Die Ergebnisse werden im Rahmen einer Abschlusspräsentation vorgestellt.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Die Studierenden erlernen, ein aktuelles Fachproblem zu einem eingegrenzten Themenbereich zu bearbeiten, einen Lösungsvorschlag zu entwickeln und diesen in einer wissenschaftlichen Diskussion zu verteidigen. Hierdurch werden fachliche und persönliche Kompetenzen entwickelt. Die Studierenden geben und erhalten im Rahmen interaktiver Präsentationen der Arbeitsergebnisse ein wertschätzendes Feedback über die erbrachte Leistung.</p>	
7	<b>Prerequisites</b>	<p>Keine.</p> <p>Die Teilnehmerzahl ist auf maximal 25 Studierende begrenzt.</p> <p>Der Bewerbungszeitraum wird über die Homepage des Lehrstuhls oder StudOn bekannt gegeben.</p> <p><a href="https://www.unternehmensfuehrung.rw.fau.de/studium-lehre/aktuelle-lehre/start-up-consulting/">https://www.unternehmensfuehrung.rw.fau.de/studium-lehre/aktuelle-lehre/start-up-consulting/</a></p>	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation	
11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	



1	<b>Module name</b> 55404	<b>Fallstudien und Projekte im Management X</b> Case studies and projects in management X	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Strategische Herausforderungen im Profifußball – Projektseminar mit dem 1. FC Nürnberg e.V. (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Dr. Verena Hoßnofsky Prof. Dr. Sebastian Junge	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Harald Hungenberg Prof. Dr. Sebastian Junge	
5	<b>Contents</b>	<p>Das Seminar vermittelt</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instrumente, die im Rahmen des strategischen Managements von Unternehmen eine große Rolle spielen, und wendet diese auf aktuelle Fragestellungen des 1. FC Nürnberg e.V. an;</li> <li>• Wissen zur branchenspezifischen Nachhaltigkeit und zu weiteren aufgabenspezifischen Inhalten;</li> <li>• Instrumente zur formalen Strukturierung komplexer Probleme (z.B. nach dem MECE-Prinzip);</li> <li>• vertieftes Wissen zur überzeugenden Visualisierung und Kommunikation von Lösungskonzepten (z.B. Aufbau einer Kommunikationsstruktur/Storyline, Emotionalisierung und Stickyness der Kommunikation, Erstellung von Schaubildern).</li> </ul> <p>Im Seminar entwickeln die Studierenden in Kleingruppen innovative (digitale) Lösungsvorschläge. Diese werden durch individuelles Feedback über das Semester weiter ausgearbeitet und zu einem umfassenden Lösungskonzept weiterentwickelt. Hierbei wird den Studierenden ein ganzheitlicher und interdisziplinärer Ansatz vermittelt. Die unterschiedlichen Kompetenzen und das Vorwissen der Studierenden können somit berücksichtigt und für die individuelle Schwerpunktsetzung genutzt werden. Ein weiterer Fokus liegt auf der Vermarktung der Lösungskonzepte, um eine potenzielle Implementierung des Konzepts durch den Praxispartner zu ermöglichen.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Am Ende der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• aktuelle strategische Problemstellungen (am Beispiel des Profifußballs) kontextsensitiv zu bearbeiten und Lösungsansätze zu entwickeln;</li> <li>• mit Hilfe von strategischen Analyseinstrumenten und methoden Informationen zu filtern, zu bewerten, zu verdichten und zu strukturieren;</li> <li>• verschiedene Lösungsansätze durch externes Feedback zu reflektieren und weiterzuentwickeln;</li> <li>• komplexe Lösungskonzepte strukturiert und überzeugend vor Dritten zu präsentieren und argumentativ zu verteidigen;</li> <li>• ihre Kompetenzen in der Teamarbeit zu vertiefen;</li> <li>• sich rational und verantwortungsbewusst mit Interessens- und Kommunikationskonflikten im Rahmen der Gruppenarbeit auseinanderzusetzen sowie Unterschiede in Denk- und</li> </ul>	

		Handlungsmustern zu erkennen und für die Lösungsfindung zielführend zu nutzen.
7	<b>Prerequisites</b>	Die Seminargröße ist auf maximal 24 Studierende begrenzt. Der Bewerbungszeitraum wird über die Homepage oder StudOn bekannt gegeben.
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2
9	<b>Module compatibility</b>	Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation (20 Minuten)
11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (100%)
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Grundlagenliteratur:Hungenberg, H.: Problemlösung und Kommunikation im Management: Vorgehensweise und Techniken, 3. Aufl., München, 2010. Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen, 8. Aufl., Wiesbaden 2014. Minto, B.: The Pyramid Principle, London, 4. Aufl., Harlow 2009. Cialdini, R.: The Psychology of Persuasion, 2007. Heath, C. and Heath, D.: Made to Stick, 2007. Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	<b>Module name</b> 52253	<b>Fallstudien und Projekte im Management XI</b> Case studies and projects in management XI	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.  Anwesenheitspflicht	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Thomas Fischer	
5	<b>Contents</b>	Ziel des Seminars ist es, innovative Ansätze für die Umsetzung der Digitalisierung in der Finanzfunktion kennenzulernen und anzuwenden. Als Studierende erhalten Sie vertiefte Einblicke in fundamentale Konzepte wie Design Thinking und Business Planning und entwickeln Lösungsansätze für einen Praxisfall. Hierzu erhalten Sie Einblicke in die Planungssoftware Valsight, die eine werttreiberbasierte Bewertung von Business Cases ermöglicht. Die Lösungsansätze werden in einem abschließenden Pitch vor der Management Jury präsentiert.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	In Zusammenarbeit mit einem Praxispartner lernen die Studierenden, anhand von Workshops ein aktuelles Fachproblem zu einem eingegrenzten Themenbereich zu bearbeiten, einen Lösungsvorschlag zu entwickeln und diesen in einer wissenschaftlichen Diskussion zu verteidigen. Hierdurch werden fachliche und persönliche Kompetenzen entwickelt. Durch interaktive Präsentationen der Arbeitsergebnisse geben und erhalten die Studierenden ein wertschätzendes Feedback zu ihrer erbrachten Leistung. Es besteht Anwesenheitspflicht.	
7	<b>Prerequisites</b>	Empfohlen: Besuch der Veranstaltungen Controlling of Business Systems und/oder Corporate Investment Controlling.	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation/Hausarbeit Hausarbeit (ca. 10-15 Seiten) und Präsentation (ca. 15 Minuten) <i>Es handelt sich bei "Digital Innovation &amp; Business Planning" um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWIWI (in der jeweils geltenden Fassung) alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWIWI eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.</i> <b>Aufgrund des Endes der Dienstzeit von Herrn Prof. Dr. Thomas M. Fischer zum 30.09.2025 ist es möglich, dass die Veranstaltung im Wintersemester 2025/26 nicht mehr angeboten wird.</b>	
11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation/Hausarbeit (100%)	

		Hausarbeit (60%) und Präsentation (40%)
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 60 h Independent study: 90 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german english
16	<b>Bibliography</b>	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	<b>Module name</b> 52254	<b>Fallstudien und Projekte im Management XII</b> Case studies and projects in management XII	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Current Topics in Tax Technology	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Roland Ismer	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Roland Ismer	
5	<b>Contents</b>	In dem Seminar, welches vom Vorsitzenden des Vorstandes der DATEV eG, Herrn Prof. Robert Mayr, begleitet wird, erarbeiten die Studierenden zu wechselnden Rahmenfragestellungen in Gruppen Seminararbeiten. Die Ergebnisse dieser werden dann im Rahmen von zwei Blockterminen vorgetragen, verteidigt und diskutiert.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Die Studierenden erarbeiten in Gruppen weitgehend selbstgesteuert und autonom Analysen zu komplexen betriebswirtschaftlichen und steuerrechtlichen Fragestellungen im Kontext des innovativen Einsatzes technologiebasierter Lösungen (Tax Technology). Hierzu führen die Studierenden Dokumentanalysen und Literaturrecherchen durch und entscheiden weitgehend eigenständig über die zu verwendenden Analysemethoden.</p> <p>Das Ziel ist die Erarbeitung, Strukturierung und Darstellung von detailliertem und spezialisiertem Wissen auf dem aktuellen Erkenntnisstand zu der jeweils ausgeschriebenen Fragestellung. Die erarbeiteten Ergebnisse werden anschließend gemeinsam von der Gruppe in dem Seminar vertreten und vor Herrn Prof. Robert Mayer und Herrn Prof. Dr Ismer verteidigt.</p> <p>Durch die Bearbeitung der Fallstudien in Kleingruppen wird das Übernehmen herausgehobener Verantwortung sowie die fachliche Weiterentwicklung der Studierenden gefördert.</p>	
7	<b>Prerequisites</b>	None	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Seminarleistung Seminararbeit (Seminar paper) 70% + Präsentation/Präsentationspapier (Presentation/Presentation paper) 30%	
11	<b>Grading procedure</b>	Seminarleistung (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 60 h Independent study: 90 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	
16	<b>Bibliography</b>	Kursspezifische Literatur (wird im Kurs bekannt gegeben).	



1	<b>Module name</b> 57508	<b>Digital transformation project</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Digital Transformation Project (Master) (4.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Joni Riihimäki Julius Kirschbaum Julian Kurtz Prof. Dr. Angela Roth Prof. Dr. Kathrin Möslein	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Kathrin Möslein Prof. Dr. Angela Roth
5	<b>Contents</b>	In this module, students will focus on developing and evaluating solutions for organizational challenges in the context of digital transformation. In doing so, they work together with organizations from various industries and gain in-depth experience in solving organizational problems using a systematic design science research process. Moreover, they will get familiar with empirical research methods and improve their presentation as well as writing skills.
6	<b>Learning objectives and skills</b>	The students <ul style="list-style-type: none"> <li>• possess comprehensive, detailed, and specialized problem solving skills in the context of digital transformation</li> <li>• can independently plan and carry out design science research processes</li> <li>• can situationally identify, collect and analyze relevant organizational data</li> <li>• are familiar with the topic of digital transformation and its effects on organizational stakeholders</li> </ul>
7	<b>Prerequisites</b>	None
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192 Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Seminararbeit Präsentation
11	<b>Grading procedure</b>	Seminararbeit (50%) Präsentation (50%)
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 60 h Independent study: 90 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	Presented in class

1	<b>Module name</b> 57241	<b>Service innovation</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Vorlesung mit Übung: Service Innovation (4.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Kathrin Möslein Natalie Breutner Prof. Dr. Angela Roth Layla Hajjam	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Kathrin Möslein Prof. Dr. Angela Roth	
5	<b>Contents</b>	Services now account for over 80% of all transactions in developed economies, but typically receive much less R&D attention than products. Developing service innovations demands a clear strategy from businesses with four interlocking core elements: search, selection, implementation and evaluation of innovative concepts. If even one of these phases is not been clearly thought through, the entire innovation process is likely to collapse. This course focuses on successful approaches, methods, tools and efforts to develop service innovations.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>The students can:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• learn about items, notions, characteristics and special features in innovation management for services, service design methods and cases.</li> <li>• learn to judge and discuss innovation management tasks and alternative solutions with respect to the specialties of services.</li> <li>• experience methods of service design by themselves in interactive lectures, gain a feeling for suitable methods and learn to reflect different effects.</li> <li>• apply their knowledge and competences in solving cases and thereby analyze selected issues of managing, developing and innovating services.</li> <li>• work together in international small work groups, present their results in English, give feedback to other students work and discuss different solution approaches.</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Basic understanding of product and service business processes</li> <li>• General knowledge on management and strategy</li> <li>• Openness to work interactively and in interdisciplinary and international teams</li> </ul>	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192 Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation Seminararbeit This module is part of the pilot project "Early Seminar Registration". Examination registration for both examinations of this module will take place at the beginning of the lecture period (not in the regular	

		examination registration period). The examinations of this module start directly after the registration, hence a withdrawal from the registration for the examinations of this module is not possible.
11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (30%) Seminararbeit (70%)
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	Specific literature will be listed in the course

# Teamwork, presentation and negotiation skills

1	<b>Module name</b> 54740	<b>Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken I</b> Teamwork, presentation and negotiation skills I	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Leadership and Leadership Communication (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Dr. Gerhard Helm	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Sebastian Junge	
5	<b>Contents</b>	The module deals with skills that are important for leading employees (leadership). Since leadership has an influence on people, the focus is on issues of communication (leadership communication). After establishing a fundamental overview, the course goes into detail on various areas of communication in leadership relationships (e.g., goal setting, feedback, assessment discussions). In addition, key content areas such as coaching as a leadership style as well as leadership and emotional intelligence will be addressed.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Students develop an understanding of the challenges and key skills of leadership (leading employees). This is deepened in a practical way through exercises in small groups, partner reflections and practical applications.	
7	<b>Prerequisites</b>	None. The number of participants is limited to a maximum of 25 students. The application period will be announced via the homepage or StudOn. <a href="https://www.unternehmensfuehrung.rw.fau.de/studium-lehre/aktuelle-lehre/leadership-and-leadership-communication/">https://www.unternehmensfuehrung.rw.fau.de/studium-lehre/aktuelle-lehre/leadership-and-leadership-communication/</a>	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	schriftlich The examination form is a seminar paper (100%).	
11	<b>Grading procedure</b>	schriftlich (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	english	
16	<b>Bibliography</b>	Kotter, J. P.: What Leaders Really Do, Harvard Business Review, Dec. 2001. Goleman, D.: Leadership That Gets Results, Harvard Business Review, March-April 2000.	

1	<b>Module name</b> 55420	<b>Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken II</b> Teamwork, presentation and negotiation skills II	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken (Advanced Soft Skills) (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	
5	<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedeutung von Soft Skills für Führungsaufgaben</li> <li>• Teamkommunikation und -moderation</li> <li>• Präsentationstechniken</li> <li>• Verhandlungstechnik und -strategie</li> </ul>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden beherrschen ausgewählte Techniken der Teamkommunikation, Präsentation und Verhandlung.	
7	<b>Prerequisites</b>	Keine. Die Anzahl der Teilnehmenden ist beschränkt auf maximal 16 Studierende. Informationen zur Bewerbung werden auf der Homepage des Lehrstuhls veröffentlicht.	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Pflichtbereich 2 Master of Science Management 2009 Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Diskussionsbeitrag Präsentation	
11	<b>Grading procedure</b>	Diskussionsbeitrag (50%) Präsentation (50%)	
12	<b>Module frequency</b>	every semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	
16	<b>Bibliography</b>	Keine	

1	<b>Module name</b> 55881	<b>Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken V</b> Teamwork, presentation and negotiation skills V	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	
5	<b>Contents</b>	Im Rahmen des Businessplanseminarseminars werden Verbesserungsideen für das Geschäftsmodell von realen Praxispartnern gesammelt, ausgearbeitet, präsentiert und in Form eines detaillierten Businessplans beschrieben. Dazu erhalten die Studierenden kurze inhaltliche Erläuterungen zu den Zielsetzungen und Bestandteilen eines Businessplans.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden arbeiten im Rahmen des Seminars in Arbeitsgruppen einen vollständigen, schriftlichen Businessplan selbstständig aus. Zur Bearbeitung der einzelnen Businessplanbestandteile verfügen die Studierenden über erweitertes Wissen in angrenzenden Bereichen und erschließen darüber hinaus Informationen eigenständig über geeignete Dokumentenrecherche, empirische Erhebungen und/ oder vom Praxispartner. Die gesammelten Informationen müssen bewertet, beurteilt, verglichen und themenspezifisch als Präsentation aufbereitet werden. Bei unvollständigen oder widersprüchlichen Informationen wägen die Studierenden diese gegeneinander ab und entwickeln Lösungsmöglichkeiten für den Umgang mit fehlenden oder uneinheitlichen Informationen. Der Aufbau des Seminars bedingt, dass die Studierenden fachliche Entwicklungen anderer Kommilitonen ebenfalls gezielt fördern, bereichsspezifische und -übergreifende Diskussionen führen sowie wertschätzendes Feedback auf die Zwischenpräsentationen der anderen Seminarteilnehmer geben. Eine abschließende Präsentation trägt darüber hinaus dazu bei, die Kommunikations- und Präsentationsfähigkeiten der Studierenden zu schulen. Aus diesen Gründen herrscht Anwesenheitspflicht.	
7	<b>Prerequisites</b>	Keine (Für Studierende mit Studienbeginn vor WS 17/18 ist eine Anrechnung für den Pflichtbereich II ausgeschlossen, falls das Modul bereits im Vertiefungsbereich angerechnet wurde.)	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Pflichtbereich 2 Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 2011 Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation Hausarbeit	
11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (50%)	

		Hausarbeit (50%)
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Handbuch Businessplan-Erstellung von BayStartup.</li> <li>• Nagl, A. (2014): Der Businessplan: Geschäftspläne professionell erstellen Mit Checklisten und Fallbeispielen. Wiesbaden: Springer Gabler.</li> </ul>



1	<b>Module name</b> 55930	<b>Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhaltenstechniken VI</b> Teamwork, presentation and negotiation skills VI	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Peter Bican Annette Bilgram	
5	<b>Contents</b>	<p>Das Seminar umfasst</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• das Erlernen von Präsentationstechniken,</li> <li>• das Erfassen und Umsetzen der eigenen rhetorischen Fähigkeiten,</li> <li>• die eigene Anwendung und Umsetzung der erlernten Techniken anhand eines Referats.</li> </ul> <p>Die Studierenden erlernen anhand von Inhalten aus der Schauspielschule ihre eigenen Stärken kennen und diese in ihrer Präsentation richtig einzusetzen. Neben klassischen Inhalten der Präsentationstechnik werden vor allem auch der Einsatz und der Ausbau der eigenen Stärken fokussiert und entsprechend trainiert. Zum Abschluss der Veranstaltung setzen die Studierenden das Erlernete mit einer eigenen Präsentation um.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• erwerben Kenntnisse zur Analyse der eigenen Wirkung,</li> <li>• erkennen die Ursachen für das eigene Lampenfieber und erarbeiten eine spezifische Erfolgsstrategie,</li> <li>• bauen ihre eigenen rhetorischen Stärken im Rollentausch aus,</li> <li>• erwerben Kenntnisse zu Präsentationstechniken, die sie aktiv umsetzen können,</li> <li>• erlernen Techniken aus der Schauspielschule, um ihre Publikumswirksamkeit zu steigern,</li> <li>• erwerben Fähigkeiten zur Steigerung ihrer Darstellung in der direkten Interaktion.</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	<p>Grundlegende Kenntnisse in der Präsentationstechnik. Die Teilnehmerzahl ist auf maximal 20 Studierende begrenzt. Der Bewerbungszeitraum wird über Homepage oder StudOn bekannt gegeben.</p>	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation	
11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 20 h Independent study: 130 h	

14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Wird zu Veranstaltungsbeginn bekannt gegeben

1	<b>Module name</b> 56523	<b>Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken VII</b> Teamwork, presentation and negotiation skills VII	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	<b>Contents</b>	Current issues in the field of International Management
6	<b>Learning objectives and skills</b>	The students learn about current challenges in international management and develop strategies and tools for their solution. Topics include market entry strategies, international human resource management, and corporate social responsibility. The students develop creative skills and methodological competences, and apply current theoretical knowledge to practical management problems.
7	<b>Prerequisites</b>	Advanced knowledge of international and intercultural management English language proficiency (C1) The number of participants is limited. Informationen zur Bewerbung werden auf der Homepage des Lehrstuhls bekanntgegeben.
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1
9	<b>Module compatibility</b>	Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	schriftlich
11	<b>Grading procedure</b>	schriftlich (100%)
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	Tba in the course

1	<b>Module name</b> 57053	<b>Innovation and leadership</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Kathrin Möslein	
5	<b>Contents</b>	<p>The lecture focuses on the challenges of leading and communicating innovation and change in IT enabled companies and networked organizations. Based upon that, creating a sustainable innovative environment is a leadership task. In order to succeed at this task, leaders must develop innovative abilities to deal with the challenges inherent in a business environment characterized by fluid, unstructured and changing information. The aim of this course is thereby twofold. First, the course delineates and describes different yet emerging innovation tools, organizing them into a coherent set of classes. Each class of tools is described using a set of up-to-date business cases that depict the current status of the information systems. The second aim of this course is to get an overview of how to structure leadership systems towards innovation, how leaders can motivate to foster innovative thinking and what new forms of innovation (e.g. open innovation) mean for the definition of leadership. In doing so, this lecture represents an Idea Transformation Class as students are encouraged not only to merely develop, but to actively deploy specifically developed concepts.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• will understand and explore the theories and practicalities of leadership in open innovation contexts.</li> <li>• will gain knowledge on leading and communicating innovation and translate it in leadership behavior in real case contexts.</li> <li>• will learn to assess, reflect and feedback the impact of practical leadership for innovation</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Basic understanding of innovation management</li> <li>• Basic understanding of management processes</li> <li>• First experience in team projects</li> </ul>	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192 Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation schriftlich	
11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (0%) schriftlich (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	

14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	Huff, Möslein & Reichwald: Leading Open Innovation; 2013 MIT Press,ISBN-13: 978-0262018494

# Focus modules

1	<b>Module name</b> 55401	<b>Internationales Projektseminar</b> International project seminar	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	
5	<b>Contents</b>	<p>Das Internationale Projektseminar ist eine gemeinsame Lehrveranstaltung des Lehrstuhls für Industrielles Management und dem Boston College, einer US-amerikanischen Hochschule. Im Rahmen des Seminars wird von einer Studierendengruppe, die sich aus jeweils drei Studierenden des Lehrstuhls für Industrielles Management und des Boston Colleges zusammensetzt, eine vom Partnerunternehmen vorgegebene internationale strategische Fragestellung bearbeitet. Während der ca. dreimonatigen Bearbeitungszeit erfolgt ein intensiver Austausch zwischen dem internationalen Team als auch dem Partnerunternehmen selbst. Die Ergebnisse der Untersuchung werden schließlich von den Studierenden in einer ausführlichen Präsentation, die einen Anhang mit weitergehenden Informationen enthält, am Boston College (Boston) oder alternativ beim Partnerunternehmen vorgestellt. Hierfür sind gute englische Sprachkenntnisse, analytische Fähigkeiten und eine überzeugende Ergebnispräsentation von Bedeutung.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Im Rahmen des internationalen Praxisseminars erhalten die Studierenden einen tiefergehenden Einblick in die aktuellen Problemfelder und Herausforderungen von international tätigen Industrieunternehmen. Durch erworbene analytische und konzeptionelle Fertigkeiten sind sie in der Lage, komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen eigenständig zu bearbeiten und die richtigen Methoden und Strukturierungsansätze zur Bewältigung dieser Aufgaben zu finden und erfolgreich anzuwenden.</p> <p>Konkret entwickeln die Studierenden insbesondere die Fähigkeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die besonderen Planungs- und Gestaltungsprobleme im internationalen Kontext zu verstehen</li> <li>• nach relevantem Wissen und Informationen zu recherchieren, diese zu bewerten, zu verdichten und zu strukturieren sowie</li> <li>• die geeigneten strategischen Analyseinstrumente und methoden zur Bewältigung des konkreten Praxisproblems zu finden, diese zielführend anzuwenden und Handlungsalternativen aufzuzeigen.</li> </ul> <p>Durch die Praxiserfahrung und Zusammenarbeit im internationalen Team sind die die Studierenden ferner in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• zielorientiert mit anderen zusammenzuarbeiten und vernetzt zu denken,</li> <li>• sich rational und verantwortungsbewusst mit Interessens- und Kommunikationskonflikten im Rahmen der Gruppenarbeit</li> </ul>	

		<p>auseinanderzusetzen, aber auch mit kulturellen Unterschieden in Denk- und Handlungsmustern umzugehen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• in klarer und eindeutiger Weise die gewonnenen Erkenntnisse auch in einer Fremdsprache zu vermitteln und überzeugend zu präsentieren</li> <li>• sowie komplexe fachbezogene Probleme und Lösungen gegenüber Fachleuten argumentativ zu vertreten</li> </ul>
7	<b>Prerequisites</b>	Keine Für Studierende ist eine Anrechnung im Vertiefungsbereich ausgeschlossen, falls das Modul bereits für den Pflichtbereich II angerechnet wurde.
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Projekt-/Praktikumsbericht Präsentation
11	<b>Grading procedure</b>	Projekt-/Praktikumsbericht (50%) Präsentation (50%)
12	<b>Module frequency</b>	Unregelmäßig
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	Die zu verwendende Literatur ist themen- und projektabhängig und wird rechtzeitig bekannt gegeben.



1	<b>Module name</b> 57127	<b>Nachhaltigkeitskommunikation</b> Sustainability communication	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Adrian Meier	
5	<b>Contents</b>	<p>Nachhaltigkeit bezieht sich auf die zukunftssichere und generationengerechte Verwendung ökologischer, sozialer und ökonomischer Ressourcen. Zum einen meint Nachhaltigkeitskommunikation das Handeln professioneller Kommunikatoren, etwa wenn Unternehmen ihr (mehr oder weniger) nachhaltiges Handeln nach Außen kommunizieren (z. B. CSR-Kommunikation, Greenwashing). Zum anderen umfasst es die Kommunikation gesellschaftlicher Akteure und Interessengruppen (z. B. Protestbewegungen, NGOs), die nachhaltiges Handeln einfordern. Schließlich sind der gesamtgesellschaftliche Diskurs um Nachhaltigkeit (bspw. zum Klimawandel) sowie die Wirkungen von Nachhaltigkeitskommunikation auf Individuen, kollektive Akteure und die Gesellschaft als Ganzes gemeint.</p> <p>In diesem Seminar nehmen wir nacheinander alle vier Perspektiven ein (Unternehmenskommunikation, Aktivismus, gesamtgesellschaftliche Kommunikation und Kommunikationswirkungen). Das Seminar verbindet dabei eine forschungsbasierte, diskursive Auseinandersetzung mit kleineren praktischen Kommunikationsprojekten.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>erwerben umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen im Feld der Nachhaltigkeitskommunikation, z.B. Kommunikationsstrategien über Nachhaltigkeit, Nachhaltigkeit im gesellschaftlich-politischen Diskurs und Folgen dieser Kommunikationsprozesse.</li> <li>erwerben durch die Auseinandersetzung mit dem Thema und die regelmäßige Diskussion mit Mitstudierenden und Fachvertretern Problemlösungs-, Kommunikations- und Medienkompetenzen.</li> <li>entwickeln die Fähigkeit, Prozesse und Herausforderungen der Nachhaltigkeitskommunikation zu analysieren, kritisch einzuordnen und Lösungen diskursiv zu erarbeiten.</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2;3	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Fallstudie(n)	
11	<b>Grading procedure</b>	Fallstudie(n) (100%)	

12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Heinrich, P. (Hrsg.). (2018). CSR und Kommunikation: Unternehmerische Verantwortung überzeugend vermitteln. Springer Berlin Heidelberg.</li> <li>• Hoppe, I., &amp; Wolling, J. (2017). Nachhaltigkeitskommunikation. In H. Bonfadelli, B. Fähnrich, C. Lüthje, J. Milde, M. Rhomberg, &amp; M. S. Schäfer (Hrsg.), Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation (S. 339–354). Springer Fachmedien Wiesbaden</li> <li>• Neverla, I., &amp; Schäfer, M. S. (Hrsg.). (2012). Das Medien-Klima. VS Verlag für Sozialwissenschaften</li> <li>• Neverla, I., Taddicken, M., Lörcher, I., &amp; Hoppe, I. (Hrsg.). (2019). Klimawandel im Kopf: Studien zur Wirkung, Aneignung und Online-Kommunikation. Springer Fachmedien Wiesbaden.</li> <li>• Kümpel, A. S., Peter, C., Schnauber-Stockmann, A., &amp; Mangold, F. (Hrsg.). (2022). Nachhaltigkeit als Gegenstand und Zielgröße der Rezeptions- und Wirkungsforschung: Aktuelle Studien und Befunde. Nomos.</li> </ul>

1	<b>Module name</b> 52130	<b>Sustainability management and corporate functions</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Markus Beckmann	
5	<b>Contents</b>	<p>This lecture provides an advanced perspective on Corporate Sustainability Management. The lecture starts with a short recap of sustainability management basics (What is sustainability? Why is sustainability increasingly important for business? What are key concepts of sustainability management?)</p> <p>Following this brief recap of the concepts of sustainability and sustainability management, we take a closer look at selected corporate functions such as strategy, marketing, or supply chain management. For each function, we look at the key drivers for corporate sustainability, relevant management tools, best-practice cases, and will discuss risks and opportunities involved in corporate management.</p> <p>Throughout the lecture, we will follow the concept of integrated sustainability management, thus integrating the three pillars of sustainability: economy, natural environment, and society, into the core of a business.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Students will acquire:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• advanced knowledge in sustainability management, especially in the selected functional areas</li> <li>• discursive and reflective competencies in regards to societally relevant questions</li> <li>• practical insights for implementing sustainability in real-life applications</li> <li>• insights on potential challenges during the implementation of sustainability management</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	None	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3;1	
9	<b>Module compatibility</b>	Wahlbereich Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	elektronische Prüfung (60 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	elektronische Prüfung (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	english	



1	<b>Module name</b> 52153	<b>The supply of medical services</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Übung: Ü: Supply of Medical Services (1.0 SWS) Vorlesung: VL: Supply of Medical Services (2.0 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lecturers	Irina Simankova Prof. Dr. Harald Tauchmann	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Harald Tauchmann
5	<b>Contents</b>	In this course the market for medical services and in particular the supply of services from physicians and hospitals is analyzed. The focus is on behavioral incentives and how they are shaped by the characteristics of health as a special good as well as by institutional settings. Topics to be covered are supplier induced demand, quality-quantity-relationship in hospitals and optimal reimbursement schemes. The course will also cover individual health behavior. Throughout the course microeconomic models will be used.
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Students <ul style="list-style-type: none"> <li>• understand the behavior of physicians from a microeconomic perspective</li> <li>• can evaluate governmental regulations in health care markets</li> <li>• can discuss reforms in the health care sector</li> </ul>
7	<b>Prerequisites</b>	Solid knowledge of microeconomics and some basic knowledge of econometrics is recommended.
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Klausur (90 Minuten)
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%)
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	Zweifel, P., Breyer, F., Kifmann, M. (2009): Health Economics, Springer, 2. Aufl.

1	<b>Module name</b> 52161	<b>Angewandte empirische Gesundheitsökonomie</b> Applied empirical health economics	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Harald Tauchmann	
5	<b>Contents</b>	<p>Das Projektseminar soll an die angewandte empirische Forschung im Bereich Gesundheitsökonomik heranführen. Hierfür stehen zwei Optionen zur Wahl. Zum einen die Replikation und ggf. Erweiterung einer empirischen gesundheitsökonomischen Forschungsarbeit, die von der BetreuerIn zugewiesen wird. Zum anderen kann eigenständig eine empirische Arbeit durchgeführt werden, die sich an jeweils einem Kapitel des Lehrbuchs Jones, A. et al. (2013): Applied Health Economics orientiert. Die einzelnen Kapitel des Buches behandeln jeweils eine Fragestellung der empirischen Gesundheitsökonomik, wie z.B. Inequality in health wobei im Vordergrund steht, wie Methoden der empirischen Wirtschaftsforschung und Ökonometrie (z.B. verallgemeinerte Lorenzkurven, Probitregression für geordnete Kategorien, Intervallregression) für die Auseinandersetzung mit der jeweiligen Fragestellung verwendet und mit der Software Stata® praktisch angewendet werden können. Die TeilnehmerInnen des Projektseminars arbeiten selbständig (aber mit Unterstützung) im PC-Pool an ihrem Thema. Optional wird im Vorfeld ein Stata® Crashkurs angeboten, mit dem Stata-Kenntnisse erworben, aufgefrischt und vertieft werden können. Die TeilnehmerInnen schreiben eine Seminararbeit, in der sie ihr Vorgehen und Ihre Ergebnisse dokumentieren, und stellen diese in einem Blockseminar vor.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• lernen für konkrete Fragestellungen der empirischen Gesundheitsökonomik relevante Methoden kennen und anzuwenden, bzw. vertiefen ihre in anderen Veranstaltungen erworbene Methodenkompetenz</li> <li>• erwerben die Kompetenz, eigenständig Forschungsfragen der empirischen Gesundheitsökonomie zu bearbeiten</li> <li>• lernen empirische Forschungsergebnisse darzustellen und zu diskutieren</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	Solide Grundkenntnisse in Mikroökonomie und Grundkenntnisse der ökonometrischen Software Stata® sollten vorhanden sein. Zu Beginn der Veranstaltung wird optional ein Stata® Blockkurs angeboten.	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation Seminararbeit	
11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (35%)	

		Seminararbeit (65%)
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german english
16	<b>Bibliography</b>	Jones A., Rice, N. Bago dUva, T. & Balia, S. (2013): Applied Health Economics, 2nd ed., Routledge.

1	<b>Module name</b> 52170	<b>Einführung in das Genossenschaftswesen</b> Introduction to cooperative systems	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Markus Beckmann	
5	<b>Contents</b>	Gegenstand der Veranstaltung ist die wissenschaftliche Betrachtung der Rechts- und Unternehmensform Genossenschaft aus betriebs- und volkswirtschaftlicher Sicht.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Die Studierenden erlangen ein generelles Verständnis für das Modell Genossenschaft und dessen historischen Background. Zusätzlich erhalten die Studierenden einen Einblick in die verschiedenen Geschäftsfelder in denen Genossenschaften vertreten sind und analysieren deren Vorzüge in diesen Bereichen.</p> <p>Insbesondere sind die Studierenden in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Entwicklung der Genossenschaften nachzuvollziehen,</li> <li>• die Rolle von Genossenschaften in der Bundesrepublik Deutschland zu reflektieren,</li> <li>• die Vor- und Nachteile der Rechts- und Unternehmensform eG gegenüber anderen Personen und Kapitalgesellschaften einzuschätzen, und</li> <li>• die Gründungsvoraussetzungen einzuordnen.</li> </ul> <p>Zur Verdeutlichung der dargestellten Sachverhalte be- bzw. erarbeiten die Studierenden Lösungsansätze zu ausgewählten Frage- und Problemstellungen aus der Praxis.</p>	
7	<b>Prerequisites</b>	Keine	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation Klausur (90 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (50%) Klausur (50%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	
16	<b>Bibliography</b>	Kurspezifische Literatur (wird im Kurs bekanntgegeben).	



1	<b>Module name</b> 52260	<b>Quantitative Risk Assessment with Excel</b> Quantitative risk assessment with Excel	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Seminar Quantitative Risk Assessment with Excel (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Nadine Gatzert	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Nadine Gatzert	
5	<b>Contents</b>	<p>Das Seminar vermittelt fundierte und vertiefende Kenntnisse für den Einsatz des Tabellenkalkulationsprogramms Excel als Standardsoftware durch Anwendung auf die computergestützte Risikoeinschätzung und Bewertung von Unternehmen sowie verschiedenen komplexen Finanzinstrumenten.</p> <p>Hierzu werden ausgewählte Fragestellungen und Themenblöcke aus dem Bereich Insurance &amp; Finance behandelt.</p> <p>Inhalte der Fallstudien umfassen zunächst Grundlagen zu Excel und der Monte-Carlo-Simulation. Vertiefend wird dann u.a. auf Risikomaße, die Modellierung des Aktienmarktes, die Erstellung von Risiko-Rendite-Profilen von Fonds, Derivaten, Financial Engineering, Optionsbewertung (Binomialbaum, Black-Scholes-Formel, Greeks, Volatility Smile) sowie die Maximum-Likelihood-Methode eingegangen.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Studierende erwerben fundierte Kenntnisse in Excel, lernen Methoden und typische Herangehensweisen in Insurance und Finance kennen, können diese anwenden und kritisch hinterfragen.	
7	<b>Prerequisites</b>	Grundlegende Kenntnisse in Finanzierung sind hilfreich. Die Anmeldung erfolgt über StudOn (Termine werden auf der Lehrstuhlhomepage bekanntgegeben).	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	<p>elektronische Prüfung (60 Minuten)</p> <p><i>Im Sommersemester besteht vorlesungsbegleitend die Möglichkeit einer freiwilligen Notenverbesserung, wobei eine Verbesserung um bis zu 0,3 Notenstufen erfolgen kann. Dazu können Studierende auf StudOn vier je ca. 10-minütige Online-Kurztests (Quizze) zur Aufbereitung des Vorlesungsstoffs bearbeiten. Die Notenverbesserung erfolgt, wenn die Quizze erfolgreich bearbeitet wurden sowie die Klausur mit der Note 4,0 oder besser bestanden wurde. Etwaige Quizzergebnisse aus dem Sommersemester werden für eine Prüfung im Wintersemester übernommen.</i></p> <p>Ohne Ableistung der Prüfungsleistung kann das mit 2 SWS bewertete Seminar als Schlüsselqualifikation im Rahmen des SQ-Moduls belegt werden. In diesem Fall besteht Anwesenheitspflicht.</p>	
11	<b>Grading procedure</b>	elektronische Prüfung (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester	

13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	<b>Module name</b> 52500	<b>Das Industriegeseminar</b> Seminar: Industrial management	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Das Industriegeseminar (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Prof. Dr. Stefan Asenkerschbaumer Viktoria Leutheuser	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	
5	<b>Contents</b>	In dem Seminar, welches von Herrn Prof. Dr. Asenkerschbaumer, Vorsitzender des Aufsichtsrats der Robert Bosch GmbH und geschäftsführender Gesellschafter der Robert Bosch Industrietreuhand KG, begleitet wird, erarbeiten die Studierenden zu wechselnden Rahmenfragestellungen in Gruppen Seminararbeiten. Die Ergebnisse dieser werden dann vorgetragen, verteidigt und diskutiert.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden erarbeiten in Gruppen weitgehend selbstgesteuert und autonom Analysen zu komplexen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen im Kontext von Industrieunternehmen. Hierzu führen die Studierenden Dokumentanalysen, Literaturrecherchen und Experteninterviews durch und entscheiden weitgehend eigenständig über die zu verwendenden Analysemethoden. Das Ziel ist die Erarbeitung, Strukturierung und Darstellung von detailliertem und spezialisiertem Wissen auf dem aktuellen Erkenntnisstand zu der jeweils ausgeschriebenen Fragestellung. Die erarbeiteten Ergebnisse werden anschließend gemeinsam von der Gruppe in dem Seminar vertreten und vor Herrn Prof. Dr. Asenkerschbaumer und Herrn Prof. Dr. Voigt verteidigt.	
7	<b>Prerequisites</b>	Keine	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Hausarbeit Präsentation	
11	<b>Grading procedure</b>	Hausarbeit (70%) Präsentation (30%)	
12	<b>Module frequency</b>	every semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	
16	<b>Bibliography</b>	Kurspezifische Literatur wird im Kurs bekannt gegeben.	

1	<b>Module name</b> 52581	<b>Praxisseminar: Entwicklung und Vermarktung innovativer Versicherungsprodukte</b> Seminar: Development and marketing of innovative insurance products	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Praxisseminar: Praxisseminar: Entwicklung und Vermarktung innovativer Versicherungsprodukte (Development and marketing of innovative insurance products) (4.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Nadine Gatzert	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Nadine Gatzert Prof. Dr. Martina Steul-Fischer
5	<b>Contents</b>	Das interdisziplinäre Praxisseminar wird von dem Lehrstuhl für Versicherungswirtschaft und Risikomanagement und dem Lehrstuhl für BWL, insb. Versicherungsmarketing sowie einem Praxispartner veranstaltet und vermittelt den Studierenden praxisnahe Kenntnisse zu (Produkt-) Entwicklungen und der Vermarktung von innovativen Versicherungsprodukten in Versicherungsunternehmen.
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Studierende können <ul style="list-style-type: none"> <li>• eigenständig innovative Versicherungsprodukte konzipieren</li> <li>• Risiken identifizieren und die Risikosituation bewerten</li> <li>• innovative Vermarktungskonzepte entwickeln</li> <li>• anhand einer Abschlusspräsentation wesentliche Inhalte vorstellen</li> </ul>
7	<b>Prerequisites</b>	Grundlegende Kenntnisse der Versicherungswirtschaft sind hilfreich, aber nicht erforderlich. Die Anmeldung erfolgt per E-Mail an <a href="mailto:wiso-vwrm@fau.de">wiso-vwrm@fau.de</a> unter Zusendung des Notenspiegels und des Lebenslaufs (beschränkte Teilnehmerzahl. Auswahl auf Basis der Studienleistungen und des Lebenslaufs).
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2;1;3
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation 20-30 Minuten, inklusive Protokoll zur Präsentation sowie Präsentationspapier, in Gruppenarbeit.
11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (100%)
12	<b>Module frequency</b>	every semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 60 h Independent study: 90 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	<b>Module name</b> 52632	<b>Management in Gesundheitseinrichtungen</b> Management in healthcare institutions	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Management in Gesundheitseinrichtungen (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	PD Dr. Adelheid Susanne Esslinger	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Sebastian Junge	
5	<b>Contents</b>	<p>Die Studierenden erlernen spielerisch die Bedeutung des Erfordernisses des Erreichens der Sustainable Development Goals (SDG) im Management im Gesundheitswesen für eine älter werdende Gesellschaft (Tag 1) und identifizieren gemeinsam eine dringliche Management-Fragestellung, insb. für den Gesunderhalt Älterer vor dem Hintergrund der Klimakrise.</p> <p>Sie erweitern ihr Wissen und ihre professionelle Haltung durch die Erlangung gerontologischer Grundlagen für eine konkrete Themenstellung im Bereich der Nachhaltigkeit in der Gesundheitsversorgung. Zudem erproben sie den Transfer ihrer eigenen Managementexpertise gegenüber einem fachfremden Personenkreis (voraussichtlich Studierende des Masterprogramms Gerontologie der FAU). Sie verstehen, dass gesundheitliche Versorgungsfragen stets ganzheitlich und interdisziplinär gelöst werden müssen (Tag 2).</p> <p>Die Studierenden generieren Lösungssätze in Tandems für identifizierte Herausforderungen in der Versorgung älterer Menschen durch Übertragung ihrer Managementfähigkeiten im Versorgungssetting, stellen diese überzeugend zur Diskussion und nehmen Feedback konstruktiv auf (Tag 3).</p> <p>Die Tandems integrieren das Feedback der anderen Teilnehmenden in ihre überarbeitete Lösung und präsentieren diese. Sie zeigen zudem auf, wie der erarbeitete Lösungsansatz konzeptionell zur Umsetzung gelangen könnte (Tag 4).</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden erfassen und erörtern in Kleingruppen aktuelle Themen im Management von Gesundheitseinrichtungen und beantworten spezielle Fragen zu diesen Herausforderungen. Sie präsentieren ihre Lösungen im Plenum und diskutieren sie kritisch mit anderen Studierenden.	
7	<b>Prerequisites</b>	Keine Beschränkung der Teilnehmerzahl Anmeldung per E-Mail an Prof. Dr. habil. Adelheid Susanne Esslinger ( <a href="mailto:susanne.esslinger@hs-coburg.de">susanne.esslinger@hs-coburg.de</a> ).	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation Hausarbeit	
11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (30%) Hausarbeit (70%)	

12	<b>Module frequency</b>	every semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german english
16	<b>Bibliography</b>	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	<b>Module name</b> 52761	<b>Strategische Vorausschau in Theorie und Praxis</b> Strategic forecasting in theory and practice	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Vorlesung: Strategische Vorausschau in Theorie und Praxis (4.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Christopher Münch	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	
5	<b>Contents</b>	<p>Trend- und Zukunftsforschung etabliert sich zunehmend als eigener Fach-/Funktionsbereich in Organisationen. In der Wirtschaft und bei Verbänden untersuchen Corporate Foresight-Experten die Zukunft von Industrien, Märkten, neuen Geschäftsmodellen oder aber der Wettbewerbslandschaft. Im öffentlichen Bereich werden im Sinne der regionalen Vorausschau vor allem die Stadt- und Raumentwicklung, gesellschaftliche und technologische Fragestellungen adressiert. Auch auf Bundesebene (s. BMBF Foresight Prozess) und in den Rahmenforschungsprogrammen der EU (s. European forward-looking activities) spielt die strategische Vorausschau inzwischen eine herausragende Rolle.</p> <p>Dieses Seminar vermittelt die Grundlagen der strategischen Vorausschau. Jede der drei Phasen des Vorausschau-Prozesses (Scanning, Foresight, Transfer) wird im Detail behandelt. Teilnehmer erhalten einen Überblick über die Methoden der Zukunftsforschung. Ein besonderer Fokus liegt auf der Szenariotechnik. Mittels vieler praktischer Beispiele wird gezeigt, wie heutige Entscheider aller Organisationen systematisch Zukunftsszenarien entwickeln und auf den eigenen Organisationskontext transferieren können. Zusätzlich bieten renommierte Gastredner der Zukunftsforschung den Teilnehmenden einen praxisnahen Einblick in die Methoden der strategischen Vorausschau.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Die Studierenden entwickeln ein nachhaltiges Verständnis für das Management von Dynamik und Komplexität. Nach Abschluss des Seminars ist man in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisationen auf zukünftigen Wandel vorzubereiten</li> <li>• Systematisch neue Trends und schwache Signale aufzuspüren</li> <li>• Die Relevanz und Validität neuer Entwicklungen für eine Organisation zu bewerten</li> <li>• Die potenziellen Implikationen von Entwicklungen zu projizieren</li> <li>• Szenarien in einer strukturierten und systematischen Weise zu entwickeln</li> <li>• Szenarien im organisationalen Kontext einzusetzen</li> <li>• Den Mehrwert von Corporate Foresight zu illustrieren</li> </ul> <p>Die erlernten Inhalte können vielfältig im organisationalen Kontext eingesetzt werden, z.B. in Unternehmensentwicklung/ Strategieberatung, Innovations- und Risikomanagement. Eine Anwesenheitspflicht begründet sich für alle Teilnehmer des Seminars in der Präsentation der Ergebnisse, der regelmäßigen Darstellung</p>	

		und Diskussion der Seminararbeit und den damit verbundenen Feedbackschleifen in der Veranstaltung.
7	<b>Prerequisites</b>	Keine (Kenntnisse zu Strategie/Innovation jedoch hilfreich)
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Seminararbeit Präsentation
11	<b>Grading procedure</b>	Seminararbeit (60%) Präsentation (40%)
12	<b>Module frequency</b>	every semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 60 h Independent study: 90 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	von der Gracht, H. (2013) Survive: So bleiben Manager auch in Zukunft erfolgreich. Redline Wirtschaft. Kressenbrock, N. G., Salcher, M. & von der Gracht, H. (2015) Herausforderung Energie: Der Energieführerschein für die Entscheider von Morgen. Redline Wirtschaft.



1	<b>Module name</b> 52770	<b>Kostenträger II</b> Health insurance II: Private health insurance	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Kostenträger II (3.0 SWS) Es besteht Anwesenheitspflicht.	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Annett Bork	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	<b>Contents</b>	Neben der gesetzlichen Krankenversicherung (GKV) ist die private Krankenversicherung (PKV) ein relevanter Spieler im Bereich des Gesundheitswesens. Unterschiede beispielsweise in der Prämienkalkulation aber auch bei der Vergütung der Leistungserbringer assoziieren schnell mit dem Begriff Zwei-Klassen-Medizin. In diesem Modul wird sowohl institutionell die Struktur des PKV-Systems dargestellt als auch wichtige Prinzipien der PKV (z.B. zur Beitragskalkulation und zum vertraglichen Verhältnis zu den Versicherten) analysiert.
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• erwerben ein vertieftes Verständnis über das Verhältnis zwischen Versicherungsunternehmen (VU) und Versicherungsnehmer (VN)</li> <li>• werden in die Lage versetzt, Probleme und Lösungen im Bereich der PKV eingehend zu analysieren und mit Fachvertretern und Mitstudierenden zu diskutieren</li> <li>• erlernen die Grundlagen der Prämienkalkulation</li> <li>• antizipieren künftige Entwicklungen im Bereich der PKV</li> </ul>
7	<b>Prerequisites</b>	Die Pflichtveranstaltung Kostenträger I sollte vor diesem Modul belegt worden sein. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Die Anmeldung erfolgt über das Anmeldeformular (siehe Lehrstuhlhomepage), der Anmeldezeitraum wird rechtzeitig bekannt gegeben.
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Klausur mit MultipleChoice (60 Minuten)
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur mit MultipleChoice (100%)
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Busse, R., Schreyögg, J., Stargardt, T. (Hrsg.) Management im Gesundheitswesen, 5. Aufl. Berlin Heidelberg, 2022</li> <li>• Koch, P., Privatversicherungsrecht, Beck-Texte im dtv, 28. Auflage, Münster, 2022</li> </ul>

1	<b>Module name</b> 52780	<b>Pharmamanagement II</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Pharmamanagement II (3.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Oliver Schöffski	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Oliver Schöffski	
5	<b>Contents</b>	Nachdem in Pharmamanagement I insbesondere die Akteure der Branche betrachtet wurden, erfolgt in diesem Modul die Fokussierung auf die Produkte in diesem Bereich, die Arzneimittel. Es erfolgt eine Klassifizierung von Arzneimitteln anhand verschiedener Kriterien und der Arzneimittelmarkt wird analysiert. Darüber hinaus wird die Preisbildung auf dem Arzneimittelmarkt thematisiert und es erfolgt eine ausführliche Analyse der Steuerungsinstrumente in diesem Bereich.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• erfahren den Arzneimittelbereich in seiner Komplexität</li> <li>• analysieren die Wirkungen von vorhandenen Steuerungsinstrumenten</li> <li>• antizipieren die Wirkungen von weiteren potenziellen Steuerungsinstrumenten</li> <li>• vertiefen ihre Kenntnisse anhand aktueller Fallbeispiele, für die sie eigenständig Lösungen entwickeln.</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	Die Pflichtveranstaltung Pharmamanagement I sollte vor diesem Modul belegt worden sein.	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur mit MultipleChoice (60 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur mit MultipleChoice (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	
16	<b>Bibliography</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schöffski, O. / Fricke, F. U. / Guminski, W. (Hrsg.): Pharmabetriebslehre, 2. Aufl., Berlin u. a., 2008.</li> <li>• Busse, R., Schreyögg, J., Stargadt, T. (Hrsg.) Management im Gesundheitswesen, 4. und 5. Aufl. Berlin Heidelberg, 2017 und 2022</li> </ul>	

1	<b>Module name</b> 52810	<b>Ambulantes Management II</b> Outpatient management II	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Ambulantes Management II (3.0 SWS) Es besteht Anwesenheitspflicht.	5 ECTS
3	Lecturers	Kristina Kast	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Oliver Schöffski	
5	<b>Contents</b>	<p>Im Mittelpunkt der Veranstaltung Ambulantes Management II stehen aktuelle Themenfelder der ambulanten und integrierten Versorgung (z. B. neue Versorgungsformen, usw.), wobei der Schwerpunkt auf Problemfeldern bzw. aktuellen Versorgungsherausforderungen (z. B. Sicherstellung der Versorgung im ländlichen Bereich, usw.) liegt. Ein weiterer Schwerpunkt der Veranstaltung behandelt die Vermittlung relevanter methodischer Kenntnisse (Systematische Literaturrecherche/ Review, Metaanalyse, usw.). Die Veranstaltung ist als Mischung aus herkömmlichen (Frontalvortrag) und neueren Lehrformen (z. B. Gruppenarbeit) konzipiert. Die Veranstaltung weist einen interaktiven Charakter auf, Themenstellungen müssen selbstständig erarbeitet und die erzielten Ergebnisse präsentiert werden. Die vorgestellten Ergebnisse werden schließlich mit den Mitstudierenden diskutiert und die Studierenden geben ihren Kommiliton(inn)en wertschätzendes Feedback.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• verstehen und reflektieren die vermittelten Inhalte</li> <li>• können mit den erlernten Methoden umgehen und diese selbstständig auf Fragestellungen anwenden bzw. übertragen</li> <li>• können Literatur zu einem vorgegebenen Thema selbstständig erarbeiten und kritisch hinterfragen</li> <li>• können eine vorgegebene Themenstellung eigenständig bearbeiten und die Ergebnisse angemessen präsentieren</li> <li>• können von Studierenden vorgebrachte Ergebnisse angemessen bewerten und Feedback formulieren</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	Die Pflichtveranstaltung Ambulantes Management I sollte vor diesem Modul belegt worden sein. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Die Anmeldung erfolgt über das Anmeldeformular (siehe Lehrstuhlhomepage), der Anmeldezeitraum wird rechtzeitig bekannt gegeben.	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation Seminararbeit	
11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (30%) Seminararbeit (70%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	

14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Keine

1	<b>Module name</b> 52820	<b>Praxisseminar</b> Practical seminar	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers. Es besteht Anwesenheitspflicht.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Jens Konopik Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	<b>Contents</b>	Um ein gesundes Leben und Wohlbefinden in jedem Alter zu fördern, ist das Zusammenspiel einer Vielzahl von Personen, Organisationen und Einrichtungen erforderlich. In dieser Lehrveranstaltung geben Experten aus dem Krankenhaussektor, der Pharmaindustrie, der Medizintechnikindustrie, der (angewandten) Forschung sowie von Kostenträgern durch Gastvorträge Einblicke in aktuelle Themen und praxisnahe Fallstudien. Die Studierenden erhalten auf diese Weise Einblicke in verschiedenste Bereiche des Gesundheitswesens, insbesondere in aktuelle Themen des Gesundheitsmanagements, der Gesundheitsökonomie sowie der Versorgungsforschung. Jedes Thema wird anschließend mit den Studierenden bewertet und diskutiert.
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>erschließen sich selbst die Anwendung von Methoden aus Gesundheitsökonomie, -management sowie Versorgungsforschung auf Problemstellungen aus der Praxis</li> <li>tauschen sich mit Experten über Probleme und Lösungen aktueller Themenfelder des Gesundheitswesens aus</li> <li>diskutieren praxisorientierte Fallstudien und aktuelle Themen mit Experten</li> <li>strukturieren und bewerten die komplexen Wechselwirkungen zwischen Leistungserbringern, Kostenträgern und Patienten im Gesundheitswesen</li> </ul>
7	<b>Prerequisites</b>	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Klausur (60 Minuten) Eine Notenverbesserung von maximal einer Stufe (0,3 bzw. 0,4) kann im Wintersemester durch aktive Beiträge zur Diskussion der Gastvorträge erlangt werden. Nähere Informationen zu den Beiträgen zur Diskussion werden in der Vorlesung bekanntgegeben. Die Prüfung ist nur bestanden, wenn auch die

		Klausur selbst bestanden ist. Eine Notenverbesserung wird nur in dem Semester gewertet, in dem sie erreicht wurde.
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%)
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Werden zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	<b>Module name</b> 52850	<b>Gesundheitsökonomische Evaluationen II</b> Health economic evaluations II	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Oliver Schöffski	
5	<b>Contents</b>	Die Thematik wird in dieser Veranstaltung aufbauend auf der Grundlagenveranstaltung im 1. Semester weiter vertieft. Insbesondere werden hier die Methoden der Lebensqualitätsmessung behandelt und kritisch diskutiert. Weiterhin werden Modellierungen in Form von Entscheidungsbäumen und Markov-Modellen theoretisch und praktisch durchgeführt. Fallbeispiele runden diese Veranstaltung ab.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• verstehen die Problematik und die Relevanz der Messung von Lebensqualitätseffekten</li> <li>• können entsprechende Lebensqualitätsmessungen eigenständig durchführen</li> <li>• sind in der Lage verschiedene Modellierungsansätze beurteilen zu können</li> <li>• können einfache Modellierungen selbst konzipieren, durchführen und die Ergebnisse interpretieren.</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	Die Pflichtveranstaltung Gesundheitsökonomische Evaluationen I sollte vor diesem Modul belegt worden sein.	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur mit MultipleChoice (60 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur mit MultipleChoice (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	
16	<b>Bibliography</b>	Schöffski / Graf von der Schulenburg (Hrsg.): Gesundheitsökonomische Evaluationen, 3. oder 4. Aufl., Berlin u. a., 2007, 2008 oder 2012.	

1	<b>Module name</b> 53043	<b>Ökonometrie</b> Econometrics	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn
5	<b>Contents</b>	Konzept der linearen Regression in Matrixnotation; Inhaltliche und statistische Interpretation linearer Regressionsmodelle; Heteroskedastie und Autokorrelation; Endogenität und Instrumentvariablenschätzung; Maximum Likelihood Schätzung und Modelle für bivariate abhängige Variablen; Praktische Umsetzung der Lerninhalte mit Hilfe der Statistiksoftware STATA
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden erwerben umfassende und fundierte Kenntnisse in linearen und nicht linearen Schätz- und Testverfahren und wenden diese mit Hilfe der Statistiksoftware STATA an. Sie beurteilen die Angemessenheit der Verfahren im praxisbezogenen Kontext und erstellen eigene empirische Analysen.
7	<b>Prerequisites</b>	Grundkenntnisse Statistik und Ökonometrie im Umfang des angebotenen Brückenkurses
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1;3
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Klausur (90 Minuten)
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%) 100 % Klausur (Bei Notenverbesserung ist eine freiwillige, vorlesungsbegleitend erstellte Hausarbeit zu 20 % auf die Endnote anrechenbar, in der auf Basis eines Datensatzes und mit Hilfe von Stata eine empirische Fragestellung bearbeitet wird. Dabei kann sich die Klausurnote um bis zu 0,7 Notenpunkte verbessern. Die Prüfung ist nur bestanden, wenn auch die Klausur bestanden ist. Die Hausarbeit wird nur in dem Semester gewertet, in dem sie erstellt wurde.)
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 60 h Independent study: 90 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Verbeek, Marno, 2012, A Guide to Modern Econometrics, 4. A., Wiley.



1	<b>Module name</b> 53055	<b>Panel and evaluation methods</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Tutorium: Panel- and Evaluation Methods-Tutorium (0.0 SWS)	-
3	Lecturers	Irakli Sauer Dr. Selina Gangl Prof. Dr. Regina Therese Riphahn Matthias Collischon	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn
5	<b>Contents</b>	Endogeneity in the linear regression model; instrumental variables estimation; static and dynamic panel data models; matching; difference-in-differences estimation; regression discontinuity design; quantile regression; practical application of methods using statistics software STATA
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Based on the introductory econometrics module "Ökonometrie" students acquire specialized knowledge in panel und evaluation methods and apply it using the statistics software STATA. Students evaluate to what degree empirical patterns can be interpreted as causal and decide to what extent problems of endogeneity can be solved via panel data or exogeneous variation. Students can produce own empirical analyses.
7	<b>Prerequisites</b>	Basic knowledge in statistics and econometrics
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3;1
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Klausur (60 Minuten)
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%) 100 % written exam (a voluntarily submitted homework can account for 20 % of the final grade if it improves the grade. In the homework an empirical analysis is performed based on Stata. The final grade can be improved by up to 0.7 points. However, the exam must be passed. The homework only counts towards final grades in the semester in which they are produced, i.e. only in the winter semester.)
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	Wooldridge, J.M., 2010, Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data, 2.ed., MIT Press.  Greene, William H., 2020, Econometric Analysis, 8. ed., Pearson, New Jersey

Cameron, C.A. and P.K. Trivedi, 2005, *Microeconometrics. Methods and Applications*, Cambridge University Press

Angrist, J. and J.-S. Pischke, 2009, *Mostly Harmless Econometrics*, Princeton University Press, Princeton, and Oxford.

Verbeek, M., 2017, *A Guide to Modern Econometrics*, 5. ed., Wiley.

1	<b>Module name</b> 53107	<b>Microeconometrics and machine learning</b> Microeconometrics and Machine Learning	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Vorlesung: Microeconometrics and machine learning (2.0 SWS) Übung: Microeconometrics and machine learning - Übung (2.0 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lecturers	Dr. Selina Gangl	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn	
5	<b>Contents</b>	Maximum Likelihood estimation, binary dependent variables, multinomial and ordered dependent variables, Tobit models, selection models, duration models, count data models, applications of machine learning in economics. Practical application of empirical methods using Stata.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Based on introductory econometrics modules students acquire specialized knowledge regarding maximum likelihood estimation and microeconomic problems, and methods of machine learning. Students learn how to apply these methods using the statistics software STATA. They discuss and evaluate the appropriateness of specific methods in the framework of practical applications and have the opportunity to voluntarily prepare written empirical homework.	
7	<b>Prerequisites</b>	Basic knowledge in statistics and econometrics	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2;4	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur (60 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%) The grade is based 100 % on a written exam. However, a voluntarily submitted homework can account for 20 % of the final grade if it improves the grade. The homework can be prepared in groups of up to two students. In the homework an empirical analysis is performed based on Stata. The final grade can be improved by up to 0.7 points. However, the exam must be passed. The homework only counts towards final grades in the semester in which they are produced, i.e. only in the summer semester.	
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	english	
16	<b>Bibliography</b>	Cameron, C. und P. K. Trivedi, 2005, Microeconometrics. Methods and Applications, Cambridge Univ. Press.  Greene, William H., 2020, Econometric Analysis, 8.ed., Pearson	

Hastie, T., R. Tibsharani, und J., 2009, The Elements of Statistical Learning: Data Mining, Inference and Prediction, Springer.

Wooldridge, J.M., 2010, Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data, 2.ed., MIT Press.

1	<b>Module name</b> 53285	<b>Empirical environmental economics</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Mario Liebensteiner	
5	<b>Contents</b>	This module provides an introduction to focal issues of environmental economics with a particular focus on empirical investigations. The module sets out to make students familiar with state-of-the-art econometric research methods in environmental economics. Key issues will be carbon emissions from the energy and transportation sectors, carbon pricing, integration and subsidization of renewable energies, and the effectiveness of different climate policies.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Students get to know fundamental problems of environmental economics (e.g. problems of air pollution from burning fossil fuels, integration of renewable energy sources, and effective policy making)</li> <li>• Students get to know recent econometric approach</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	Basic microeconomics Basic econometrics (at least multivariate OLS regressions)	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation Klausur (90 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (20%) Klausur (80%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	english	
16	<b>Bibliography</b>	Journal articles and other relevant reading materials: will be distributed to course participants via StudOn Wooldridge, J.M. 2012 Introductory Econometrics: A Modern Approach. South-Western Cengage Learning.	

1	<b>Module name</b> 53330	<b>Workshop capital markets research</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers. Die Anwesenheit in der Lehrveranstaltung ist Voraussetzung für die Prüfungsteilnahme	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Hendrik Scholz
5	<b>Contents</b>	In diesem Seminar lesen, präsentieren und diskutieren die Studierenden aktuelle Forschungsarbeiten aus dem Gebiet der Finanzierung, die in international führenden Zeitschriften erscheinen bzw. erschienen sind.
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• erarbeiten sich in Gruppen durch eigenständige Recherche und Ausarbeitung von Präsentationen zu hochrangigen, internationalen Publikationen neues Wissen, das sie den Teilnehmern des Seminars vermitteln.</li> <li>• können ihre zuvor in Vorlesungen erworbenen theoretischen Kenntnisse im Rahmen interaktiver Präsentationen anwenden.</li> <li>• beurteilen quantitative Methoden, die in aktuellen Forschungsarbeiten zum Einsatz kommen und wenden ausgewählte Methoden an exemplarischen Datensätzen an.</li> <li>• geben und erhalten im Rahmen offener Diskussionen zu den Präsentationen ein wertschätzendes Feedback über die erbrachte Leistung.</li> </ul>
7	<b>Prerequisites</b>	Vertiefte Kenntnisse im Bereich Finance.
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	schriftlich/mündlich Präsentation/Präsentationspapier (tw. in Gruppenarbeit) und Diskussionsbeitrag <i>Es handelt sich um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWIWI in der jeweils geltenden Fassung alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWIWI eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.</i>
11	<b>Grading procedure</b>	schriftlich/mündlich (100%) Präsentation/Präsentationspapier (50 %) und Diskussionsbeitrag (50 %)
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h

14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

1	<b>Module name</b> 53460	<b>Change management</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Vorlesung mit Übung: Change Management (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Sebastian Junge	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Sebastian Junge	
5	<b>Contents</b>	<p>This module focuses on one of the most important management tasks: to achieve change in organizations. It deals with systematic approaches to influence individuals, teams and the organization as a whole in a desired way in order to develop a company from its current to a future state. The currently ongoing digital transformation makes this particularly worthwhile. Digitalization drives change and thus represents a great challenge, but also offers tremendous opportunities. The module provides participants with a systematic approach in order to (1) successfully initiate and implement organizational changes and (2) successfully guide an organization through a change process. Participants will be provided with theoretical concepts and practical tools for managing organizational change (e.g. research on cognitive biases, trait theory, motivation theory, affective events theory, emotional intelligence, and organizational ambidexterity).</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>At the end of this module, students are familiar with the tasks and challenges of managing change in organizations. The participants develop an understanding of the importance of successful leadership during organizational change as well as evaluate situations, which are related to organizational change.</p>	
7	<b>Prerequisites</b>	None	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Pflichtbereich 1 Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur (60 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	english	
16	<b>Bibliography</b>	<p>Bazerman, M., Moore, D.: Judgement in Managerial Decision Making, 8th ed., Hoboken 2017. Greenberg, J.: Managing Behavior in Organizations, 6th ed., Boston 2013. Kahneman, D.: Thinking, Fast and Slow, 1st ed., New York 2013. Robbins, S., Judge, T.: Organizational Behavior, 17th ed., Boston 2017.</p>	



1	<b>Module name</b> 53471	<b>Managing intercultural relations</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Vorlesung: Managing Intercultural Relations IM 3 (2.0 SWS) Seminar: Managing Intercultural Relations IM 3 (1 ECTS, Seminar) (1.0 SWS)	4 ECTS 1 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge Laura Kirste	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge	
5	<b>Contents</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Relevance of Intercultural Management</li> <li>2. Intercultural Management Research: Scope and Results</li> <li>3. Manifestations and Functions of Culture</li> <li>4. Concepts of Culture</li> <li>5. Intercultural Communication and Negotiations</li> <li>6. Culture and Management: Organization, Motivation and Leadership in Different Cultures</li> <li>7. Intercultural Competence</li> <li>8. Intercultural Training</li> <li>9. Conclusions</li> </ol>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>The participants understand and analyze modern theories and methods of intercultural management and apply these to practical problems. They get a detailed overview of the current state of comparative, cross-cultural, indigenous and post-colonial management research and evaluate theoretical and empirical studies in these areas. They are able to conceptualize and measure intercultural competence and to conduct and evaluate innovative methods of intercultural training. They learn about methodological challenges of intercultural management research and are able to assess its rigor and relevance.</p>	
7	<b>Prerequisites</b>	English language proficiency (C1)	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Pflichtbereich 1 Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation schriftlich <i>Details for the examination for the lecture: Report (6 pages)</i> <i>Details for the examination for the seminar: Oral presentation (attendance mandatory)</i>	
11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (20%) schriftlich (80%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	

15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	Holtbrügge, D. (2022). Intercultural Management. Concepts, Practice, Critical Reflection. Thousand Oaks: Sage.

1	<b>Module name</b> 53521	<b>Kostenträger I</b> Health insurance I: Statutory health insurance	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	<b>Contents</b>	Diese Veranstaltung ist als Einstiegsveranstaltung in das MiGG-Studium konzipiert. Neben einem Überblick über das gesamte Studienprogramm wird hier in erster Linie das Gesundheitssystem als Ganzes sowie die Gesetzliche Krankenversicherung (GKV) mit den Krankenkassen als Träger behandelt. Thematisiert werden beispielsweise der Versichertenkreis der GKV, der Leistungsumfang und die Finanzierung (Gesundheitsfonds, Morbi-RSA).
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>erwerben ein vertieftes Verständnis über das Zusammenspiel der für das Gesundheitswesen zentralen Akteure auf der Kostenträger- und der Leistungserbringerseite,</li> <li>werden in die Lage versetzt, dieses Zusammenspiel eingehend zu analysieren,</li> <li>antizipieren künftige Entwicklungen im Bereich der gesetzlichen Krankenversicherungen.</li> </ul>
7	<b>Prerequisites</b>	Keine
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Klausur mit MultipleChoice (60 Minuten)
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur mit MultipleChoice (100%)
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lampert, H. / Althammer, J./ Sommer, M.: Lehrbuch der Sozialpolitik, 10. Aufl., Heidelberg, 2021.</li> <li>Busse, R., Schreyögg, J., Stargadt, T. (Hrsg.): Management im Gesundheitswesen, 5. Aufl., Berlin 2022.</li> <li>Sozialgesetzbuch, insbesondere SGB V</li> </ul>

1	<b>Module name</b> 53531	<b>Pharmamanagement I</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Oliver Schöffski	
5	<b>Contents</b>	In dieser Veranstaltung werden insbesondere die Akteure in der Arzneimittelversorgung sowie die verschiedenen Wertschöpfungsstufen der pharmazeutischen Industrie von den Arzneimittelherstellern, über den Großhandel hin zu den Apotheken thematisiert. Vertieft werden die Themenbereiche regulatorische Rahmenbedingungen, Geschäftsmodelle, strategische Fragestellungen sowie Forschung- und Entwicklung, Zulassung und Preisfindung (AMNOG-Prozess) von Arzneimitteln.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• erschließen die Komplexität der pharmazeutischen Branche und die Wechselwirkungen zwischen den Branchenakteuren</li> <li>• analysieren klinische Studien und deren Bedeutung für die Vermarktung von Arzneimitteln</li> <li>• vertiefen ihre Kenntnisse anhand aktueller Fallbeispiele, für die sie eigenständig Lösungen entwickeln</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	Keine	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur (60 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german english	
16	<b>Bibliography</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schöffski, O. / Fricke, F. U. / Guminski, W. (Hrsg.): Pharmabetriebslehre, 2. Aufl., Berlin u. a., 2008. Fischer, D., Breitenbach, J. (Hrsg.): Die Pharmaindustrie, 4. Aufl., Berlin u.a., 2013</li> <li>• Busse, R., Schreyögg, J., Stargardt, T. (Hrsg.): Management im Gesundheitswesen, 4. Aufl., Berlin u.a., 2017</li> </ul>	

1	<b>Module name</b> 53541	<b>Krankenhausmanagement I</b> Hospital management I	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Oliver Schöffski	
5	<b>Contents</b>	Gegenstand dieser Veranstaltung ist der stationäre Sektor im Gesundheitswesen. Krankenhäuser zu managen, ist angesichts ihrer hohen Komplexität eine besondere Herausforderung. Es werden Verfahren vermittelt, mit denen dies erfolgreich gelingen kann. Neben geeigneten Managementtechniken werden maßgeschneiderte Verfahren des mathematisch gestützten Operations Research behandelt.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• stellen den Krankenhaussektor als zentrales Element des Gesundheitswesens dar,</li> <li>• ordnen die beteiligten Interessens- und Betroffenengruppen, welche häufig gegenläufige Ziele haben, ein,</li> <li>• würdigen die Komplexität des Systems Krankenhaus auf der Grundlage von Fallstudien und Beispielen aus der realen Krankenhauswelt,</li> <li>• arbeiten eigene Lösungsvorschläge aus, stellen diese im Plenum vor und erhalten ein konstruktives Feedback dazu.</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	keine	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur mit MultipleChoice (60 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur mit MultipleChoice (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	
16	<b>Bibliography</b>	Werden zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.	

1	<b>Module name</b> 53551	<b>Ambulantes Management I</b> Outpatient management I	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Oliver Schöffski	
5	<b>Contents</b>	Die Veranstaltung beschäftigt sich mit der ambulanten Versorgung in Deutschland, wobei der Schwerpunkt auf der vertragsärztlichen Versorgung liegt. Konkret geht es hierbei beispielsweise um die beteiligten Akteure und deren Aufgaben, die verschiedenen Organisationsformen sowie um Fragen der Finanzierung und Vergütung. Die Beschäftigung mit den aktuellen Herausforderungen sowie den neuen Versorgungsformen (z. B. Besondere Versorgung, hausarztzentrierte Versorgung, usw.) bildet einen weiteren Themenkomplex. Diese Veranstaltung ist zum einen durch einen informativen Charakter geprägt, zum anderen trägt sie zum Aufbau des kritischen Denkens bei Studierenden im Rahmen des komplexen Gesundheitssystems bei. Sie verbindet außerdem die Theorie und Praxis und trägt so zu nachhaltigen Entwicklungen bei.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• erhalten einen detaillierten Einblick in die verschiedenen Facetten der ambulanten und integrierten Versorgung und können diese diskutieren und gegenüberstellen</li> <li>• können insbesondere die bestehenden Organisationsformen erläutern sowie die Entstehung neuer Versorgungsformen erklären und bewerten</li> <li>• verstehen die Finanzflüsse und die bestehenden Strukturen bzw. Institutionen im ambulanten Bereich und können diese hinterfragen</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	keine	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur (60 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	
16	<b>Bibliography</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Busse, R., Schreyögg, J., Stargadt, T. (Hrsg.) Management im Gesundheitswesen, 5. Aufl. Berlin Heidelberg, 2022.</li> </ul>	

- |  |  |
|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Weatherly, J.N., Seiler, R., Meyer-Lutterloh K., Schmid, E., Lägel, R., Amelung, V.E.: Leuchtturmprojekte Integrierter Versorgung und Medizinischer Versorgungszentren, Berlin, 2007.</li><li>• Sozialgesetzbuch, insbesondere SGB V.</li><li>• Amelung, V.E., Eble, S., Hildebrandt, H.: Innovatives Versorgungsmanagement, Berlin, 2011.</li></ul> |
|--|--|

1	<b>Module name</b> 53561	<b>Medizin</b> Medicine	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Oliver Schöffski	
5	<b>Contents</b>	Medizinische Grundlagen für Wirtschaftsstudierende, insb. medizinische Terminologie, fachübergreifende Interdisziplinarität im Gesundheitswesen, Anatomie, Physiologie und Pathologie der wichtigsten Organsysteme, Diagnostik am Beispiel des Bewegungsapparats (incl. Anamnese, Untersuchungstechniken, ärztliche Arbeitstechniken, Medizintechnik), Therapien am Beispiel des Bewegungsapparats (insb. operative und konservative Therapien), Notfallmedizin. Außerdem Überblick über volkswirtschaftlich und epidemiologisch wichtige Erkrankungen, Krankheitsbilder und Symptome, diagnostische und therapeutische Möglichkeiten mit praktischen Beispielen.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• erlangen Kenntnisse über medizinische Grundlagen</li> <li>• erlangen ein Verständnis über die Bedarfe in der Behandlung von Patienten</li> <li>• erlangen Wissen zu Methoden medizinischer Forschung, ethischen und rechtlichen Aspekten sowie zur Berufskunde</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	keine	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur mit MultipleChoice (60 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur mit MultipleChoice (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	
16	<b>Bibliography</b>	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.	



1	<b>Module name</b> 53674	<b>Strategic problem solving in the digital age</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Strategic Problem Solving in the digital Age (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Sebastian Junge	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Harald Hungenberg Prof. Dr. Sebastian Junge
5	<b>Contents</b>	Durch die Einflüsse der fortschreitenden Digitalisierung stehen ganze Branchen vor dem Umbruch und deren Unternehmen vor neuen Herausforderungen. Data security, eServices, Connected mobility und eHealth sind nur einige der Schlagwörter, mit denen sich die Unternehmen beschäftigen müssen, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Die Veranstaltung befasst sich mit den Lösungskonzepten dieser strategischen Herausforderungen und deren managementorientierter Kommunikation. Der Fokus liegt neben der Problemstrukturierung auf einer, durch Theorie gestützten, praxisnahen Problembearbeitung sowie der adäquaten Kommunikation der Problemlösung. Den Studierenden werden hierfür moderne, zielgruppenspezifische Vorgehensweisen und (Methoden-)Techniken vermittelt. Die interaktive Veranstaltung schließt die Bearbeitung einer realen Fallstudie mit abschließender Ergebnispräsentation durch Studierendenteams ein.
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden lernen fortgeschrittene Methoden und Instrumente kennen, die im Rahmen des (strategischen) Managements von Unternehmen eine große Rolle spielen und diese auf praktische Fragestellungen anwenden können. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf fortgeschrittenen Methoden der Problemstrukturierung (z.B. System Dynamics) und Kommunikation (z.B. Stickyness). Darauf aufbauend entwickeln die Studierenden im Rahmen einer realen Fallstudie aus der Unternehmenspraxis eine Präsentation, um die von ihnen erarbeitete Problemlösung zu kommunizieren. Innerhalb dieser Kooperation lernen die Studierenden, eine aktuelle strategische Herausforderung zu einem eingegrenzten Themenbereich zu bearbeiten, einen Lösungsvorschlag zu entwickeln und diesen in einer wissenschaftlichen Diskussion zu verteidigen. Hierdurch werden fachliche und persönliche Kompetenzen entwickelt. Die Studierenden geben und erhalten im Rahmen interaktiver Präsentationen der Arbeitsergebnisse ein wertschätzendes Feedback über die erbrachte Leistung.
7	<b>Prerequisites</b>	Die Teilnehmerzahl ist auf maximal 20 Studierende begrenzt. Der Bewerbungszeitraum wird über Homepage oder StudOn bekannt gegeben. <a href="https://www.unternehmensfuehrung.rw.fau.de/studium-lehre/aktuelle-lehre/strategic-problem-solving-in-the-digital-age/">https://www.unternehmensfuehrung.rw.fau.de/studium-lehre/aktuelle-lehre/strategic-problem-solving-in-the-digital-age/</a>
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation (20 Minuten)

11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (100%)
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german english
16	<b>Bibliography</b>	Hungenberg, H.: Problemlösung und Kommunikation im Management: Vorgehensweise und Techniken, 3. Aufl., München, 2010. Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen, 8. Aufl., Wiesbaden 2014. Minto, B.: The Pyramid Principle, London, 4. Aufl., Harlow 2009. Cialdini, R.: The Psychology of Persuasion, 2007. Heath, C. and Heath, D.: Made to Stick, 2007.

1	<b>Module name</b> 53700	<b>Corporate Investment Controlling</b> Corporate investment controlling	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Übung: Corporate Investment Controlling (Übung) (2.0 SWS) Vorlesung: Corporate Investment Controlling (Vorlesung) (2.0 SWS)	- 5 ECTS
3	Lecturers	Lena Pager Nils Kneußel	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Thomas Fischer
5	<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Beteiligungscontrollings</li> <li>• M&amp;A-Strategien</li> <li>• Beteiligungen und Reporting</li> <li>• Anreizsysteme im Beteiligungscontrolling</li> </ul>
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden können Instrumente einschätzen, die Unternehmen für die strategische und operative Planung, Steuerung und Kontrolle von Beteiligungen einsetzen. Im Einzelnen kennen die Studierenden M&A-Strategien, Reporting von Beteiligungen und Anreizsysteme im Beteiligungscontrolling.
7	<b>Prerequisites</b>	Empfehlung: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Bilanzierung,</li> <li>• Grundlagen Investition und Finanzierung</li> </ul>
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2
9	<b>Module compatibility</b>	Wahlbereich 4: Management globaler Unternehmen Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Klausur (60 Minuten) Da die Dienstzeit von Herrn Prof. Dr. Thomas M. Fischer planmäßig am 30.09.2025 enden wird, ist eine <b>letztmalige Erstanmeldung</b> zur Prüfung Corporate Investment Controlling (CIC) im <b>Sommersemester 2024</b> möglich. Nach diesem Termin können lediglich Wiederholungsprüfungen absolviert werden, aber keine neuen Erstanmeldungen mehr vorgenommen werden.
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%)
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Burger, A./Ulbrich, P./Ahlemeyer, N.: Beteiligungscontrolling, 2. Aufl., München 2010.</li> <li>• Schultze, W./Hirsch, C.: Unternehmenswertsteigerung durch wertorientiertes Controlling, München 2005.</li> </ul>

- |  |  |
|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Fischer, T. M./Möller, K./Schultze, W.: Controlling, 2. Aufl., Stuttgart 2015.</li><li>• Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. Aufl., Stuttgart 2016.</li></ul> |
|--|--|

1	<b>Module name</b> 53710	<b>Foundations of international management I</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Foundations of International Management I (1 ECTS, Seminar) (1.0 SWS) Vorlesung: Foundations of International Management I (2.0 SWS)	1 ECTS 4 ECTS
3	Lecturers	Maxim Grib	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	<b>Contents</b>	1. Environment of International Management: History and Major Trends 2. Theoretical and Conceptual Foundations of International Management 3. Theories of Internationalization 4. Strategic Management in International Corporations.
6	<b>Learning objectives and skills</b>	The participants understand and analyze typical management problems of international firms. The participants will get to know modern theories and methods of international management and will be able to apply these to practical problems. They get a detailed overview of the current state of international management research and are able to evaluate theoretical and empirical studies in this area critically.
7	<b>Prerequisites</b>	English language proficiency (C1)
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1
9	<b>Module compatibility</b>	Wahlbereich 4: Management globaler Unternehmen Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Report Präsentation <i>Details for the examination for the lecture: Report (6 pages)</i> <i>Details for the examination for the seminar: Oral presentation (attendance mandatory)</i>
11	<b>Grading procedure</b>	Report (80%) Präsentation (20%)
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	Holtbrügge, D. & Welge, M.K. (2020). International Management. Mimeo, Nürnberg (chapters 1-4).  Holtbrügge, D. & Haussmann, H. (eds.) (2024). Internationalization Strategies of Firms. Case Studies from the Nürnberg Metropolitan Region. 3rd edition. Baden-Baden: Nomos.

1	<b>Module name</b> 53720	<b>Foundations of international management II</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Foundations of International Management II (1 ECTS, Seminar) (1.0 SWS) Vorlesung: Foundations of International Management II (2.0 SWS)	1 ECTS 4 ECTS
3	Lecturers	Maxim Grib	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	<b>Contents</b>	1. Organization of International Corporations 2. Human Resource Management in International Corporations 3. Public Affairs Management in International Corporations
6	<b>Learning objectives and skills</b>	The participants understand and analyze typical management problems of international firms. The participants will get to know modern theories and methods of international management and will be able to apply these to practical problems. They get a detailed overview of the current state of international management research and are able to evaluate theoretical and empirical studies in this area critically.
7	<b>Prerequisites</b>	Successful attendance of Foundations of International Management I English language proficiency (C1)
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1
9	<b>Module compatibility</b>	Wahlbereich 4: Management globaler Unternehmen Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation Report <i>Details for the examination for the lecture: Report (6 pages)</i> <i>Details for the examination for the seminar: Oral presentation (attendance mandatory)</i>
11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (20%) Report (80%)
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	Holtbrügge, D. & Welge, M.K. (2020): International Management. Mimeo, Nürnberg (chapters 5, 6 & 8).  Holtbrügge, D. & Haussmann, H. (eds.) (2024). Internationalization Strategies of Firms. Case Studies from the Nürnberg Metropolitan Region. 3rd edition. Baden-Baden: Nomos.

1	<b>Module name</b> 53763	<b>Supply chain management research seminar</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Supply chain management research seminar (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Christoph Küffner	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	
5	<b>Contents</b>	Gegenstand dieser Veranstaltung stellen wechselnde Themen aus Forschung und Praxis im Supply Chain Management dar. Dieses Seminar soll dazu dienen, aktuelle Forschungsfragen und Konzepte im Supply Chain Management anwendungsorientiert zu bearbeiten. Anhand wissenschaftlicher Methoden sollen diese Forschungsansätze aufbereitet und abschließend deren mögliche Übertragung in die Praxis diskutiert werden.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden erlangen vertiefte Kenntnisse im Bereich der Forschung im Supply Chain Management und deren Auswirkungen auf die Praxis und die Fähigkeit, vorgestellte Theorien zu verstehen. Sie erlernen durch die eigenständige Bearbeitung wechselnder, forschungsorientierter Themen eine analytische Vorgehensweise und spezifische Fachkenntnisse zur Argumentation und Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit.	
7	<b>Prerequisites</b>	Produktions- und Supply Chain Management;	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Wahlbereich 5: Dienstleistungsmanagement Master of Science Management 2009 Wahlbereich 6: Supply Chain Management Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation Seminararbeit	
11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (30%) Seminararbeit (70%)	
12	<b>Module frequency</b>	every semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german english	
16	<b>Bibliography</b>	Wird im Kurs bekanntgegeben.	

1	<b>Module name</b> 53770	<b>Finanz- und Bankmanagement</b> Financial and bank management	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Hendrik Scholz	
5	<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klassische Ansätze zum Management von Marktzinsrisiken</li> <li>• Darstellung und Bewertung moderner Finanzinstrumente und Finanzprodukte (z.B. Optionen, Futures, Forwards und Swaps)</li> <li>• "Value at Risk" zur Messung finanzieller Risiken</li> <li>• Aufbau und Funktion von Finanzsystemen</li> <li>• Steuerungssysteme für Finanzunternehmen</li> </ul>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ermitteln Zinsrisiken von Anleiheportfolios und beurteilen Instrumente zur Reduktion von Zinsrisiken und deren Einsatz aus Kundensicht.</li> <li>• können diverse Fixed-Income Produkte wie Kupon-Anleihen, Floating Rates Notes und Zinsswaps bewerten und deren Chancen-Risiko-Profile beurteilen.</li> <li>• bestimmen die Kennzahl "Value at Risk" für Portfolios und unter Anwendung verschiedene Konzepte der Volatilitätsschätzung.</li> <li>• können den generellen Aufbau und die Funktion des Banken- und Finanzsystems erläutern</li> <li>• beurteilen auf Basis der Marktzinsmethode die Geschäftspolitik einer Bank.</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	Keine	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1	
9	<b>Module compatibility</b>	Wahlbereich 5: Dienstleistungsmanagement Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur (60 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	
16	<b>Bibliography</b>	Hartmann-Wendels, T. / Pfingsten, A. / Weber, M.: Bankbetriebslehre, Berlin u.a.	



Weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	<b>Module name</b> 53910	<b>Workshop: Finance</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Workshop Finance (3.0 SWS) Die Anwesenheit in der Lehrveranstaltung ist Voraussetzung für die Prüfungsteilnahme.	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Hendrik Scholz	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Hendrik Scholz	
5	<b>Contents</b>	In diesem Seminar lesen, präsentieren und diskutieren die Studierenden aktuelle Forschungsarbeiten aus dem Gebiet der Finanzierung, die in international führenden Zeitschriften erscheinen bzw. erschienen sind.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• erarbeiten sich in Gruppen durch eigenständige Recherche und Ausarbeitung von Präsentationen zu hochrangigen, internationalen Publikationen neues Wissen, das sie den Teilnehmern des Seminars vermitteln.</li> <li>• können ihre zuvor in Vorlesungen erworbenen theoretischen Kenntnisse im Rahmen interaktiver Präsentationen anwenden.</li> <li>• beurteilen quantitative Methoden, die in aktuellen Forschungsarbeiten zum Einsatz kommen und wenden ausgewählte Methoden an exemplarischen Datensätzen an.</li> <li>• geben und erhalten im Rahmen offener Diskussionen zu den Präsentationen ein wertschätzendes Feedback über die erbrachte Leistung.</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	Vertiefte Kenntnisse im Bereich Finance	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	<p>schriftlich/mündlich Präsentation/Präsentationspapier (tw. in Gruppenarbeit) und Diskussionsbeitrag <i>Es handelt sich um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWIWI in der jeweils geltenden Fassung alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWIWI eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.</i></p>	
11	<b>Grading procedure</b>	<p>schriftlich/mündlich (100%) Präsentation/Präsentationspapier (50 %) und Diskussionsbeitrag (50 %)</p>	
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	<p>Contact hours: 45 h Independent study: 105 h</p>	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	

15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

1	<b>Module name</b> 54120	<b>Interdisziplinäres Seminar</b> Interdisciplinary seminar	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Social Media Marketing (2.0 SWS) Seminar: Interdisziplinäres Seminar	5 ECTS 5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	
5	<b>Contents</b>	Die Veranstaltung behandelt interdisziplinäre Fragestellungen des Marketings. Die genaue Themenstellung wird vor Semesterbeginn bekannt gegeben.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden erlernen im Rahmen der Veranstaltung spezialisierte Fähigkeiten zur eigenständigen Strukturierung und Erarbeitung von Lösungsansätzen für interdisziplinäre Fragestellungen und erwerben darüber hinaus Soft Skills wie Team- und Diskussionsfähigkeit sowie Präsentationsfertigkeiten. Weiterhin können die Studierenden weitgehend selbstgesteuert forschungs- oder anwendungsorientierte Projekte auf Basis des im Rahmen der Veranstaltung vermittelten Fachwissens anwenden. Im Rahmen des Seminars wird eine wissenschaftliche Fragestellung eigenständig bearbeitet, ein Lösungsvorschlag nach kritischer Würdigung aller wesentlichen Aspekte entwickelt und auf wissenschaftlichem Niveau verteidigt. Die Studierenden sind dazu in der Lage, in vertiefter und kritischer Weise ihre Ergebnisse und deren Bedeutung zu reflektieren und Implikation daraus abzuleiten.	
7	<b>Prerequisites</b>	Keine	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Seminararbeit	
11	<b>Grading procedure</b>	Seminararbeit (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	Unregelmäßig	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	
16	<b>Bibliography</b>	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben	

1	<b>Module name</b> 54141	<b>Advanced marketing management II: Advanced topics in marketing</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Advanced Topics in Marketing (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	
5	<b>Contents</b>	The module discusses recent insights from research on consumer behavior. Building upon theoretical and conceptual fundamentals, students acquire an advanced understanding of how marketing measures impact consumer experience and behavior. Implications for the industry are illustrated by various practical examples.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Students can explain and apply fundamental as well as more advanced scientific evidence on the impact of marketing measures on consumer experience and behavior. They can interpret scientific studies, put them in context, and discuss them critically. Based on the acquired knowledge, students can independently derive practical implications and recommendations.	
7	<b>Prerequisites</b>	none; Please note that only a limited number of students can take the course. For further information on course registration, please see our homepage.	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur (60 Minuten) Please note that the exam can only be taken during the summer term.	
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	english	
16	<b>Bibliography</b>	Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., Pieters, R. (2023), Consumer Behavior, 8. Auflage, Cengage Learning.	

1	<b>Module name</b> 54162	<b>Advanced marketing management IV</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Strategisches Marketing (Master) (4.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer	
5	<b>Contents</b>	Das strategische Marketing beinhaltet die langfristige Planung der Marketingmaßnahmen. In dieser Veranstaltung werden die Grundlagen des strategischen Marketings vorgestellt. Im Mittelpunkt stehen dabei die Instrumente des strategischen Marketings, wie z.B. Marktanalysen und Wettbewerbsstrategien. Praktische Erfahrungen im Bereich des strategischen Marketings werden den Studierenden durch die Teilnahme an einem Marketingplanspiel im Rahmen dieser Veranstaltung vermittelt.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden können wissenschaftliche Grundlagen sowie spezialisiertes und vertieftes Fachwissen des strategischen Marketings erläutern und anwenden. Im Besonderen können sie in vertiefter und kritischer Weise Theorien, Terminologien, Besonderheiten, Grenzen und Lehrmeinungen des Faches erläutern, anwenden und reflektieren. Studierende können eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher und praktischer Probleme im strategischen Marketing entwickeln und anhand eines Marketingplanspiels anwenden. Sie können komplexe fachbezogene Inhalte klar und zielgruppengerecht präsentieren, in Diskussionen argumentativ vertreten, sowie das eigene Argumentationsverhalten in kritischreflexiver Weise erweitern.	
7	<b>Prerequisites</b>	Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Kernbereich gehört, vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Seminararbeit+Vortrag schriftlich/mündlich  Seminararbeit und Präsentation im Rahmen der Fallstudienbearbeitung (als Gruppenleistung);  Strategiekonzept und Reflexion im Rahmen des Planspiels (als Gruppenleistung)	
11	<b>Grading procedure</b>	Seminararbeit+Vortrag (50%) schriftlich/mündlich (50%)  50%: Seminararbeit (30%) + Präsentation (20%) 50%: Strategiekonzept (30%) + Reflexion (20%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester	

13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 60 h Independent study: 90 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Backhaus, K., Schneider, H. (2020): Strategisches Marketing, 3., überarb. Aufl., Stuttgart.  Benkenstein, M., Uhlich, S. (2021): Strategisches Marketing: Ein wettbewerbsorientierter Ansatz, 4., erw. und aktual. Aufl., Stuttgart.

1	<b>Module name</b> 54171	<b>Advanced marketing management V</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Vorlesung: Business-to-business Marketing (Vorlesung) (2.0 SWS)  Seminar: Business-to-Business Marketing (Case Study) (1.0 SWS)	2,5 ECTS  2,5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Andreas Fürst	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Andreas Fürst	
5	<b>Contents</b>	In vielen Branchen (z.B. Konsumgüterbranche, Handel, verarbeitendes Gewerbe) findet ein wesentlicher Teil der Transaktionen zwischen Unternehmen und organisationalen Kunden (wiederum Unternehmen bzw. öffentliche Institutionen) statt. Die Veranstaltung verdeutlicht die Besonderheiten des Business-to-Business Marketing auf Nachfrager- und Anbieterseite. Die Studierenden lernen im Rahmen der Vorlesung zunächst Strukturen, Prozesse und Akteure auf B2B-Märkten kennen. Vor diesem Hintergrund entwickeln sie im zweiten Teil der Veranstaltung Lösungsansätze zu ausgewählten Fallstudien aus der Praxis.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden verfügen über vertiefendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen im Fach Business-to-Business Marketing. Sie können die Besonderheiten des Business-to-Business Marketings auf Nachfrager- und Anbieterseite erläutern und kritisch hinterfragen. Darüber hinaus können sie im Rahmen der Be- bzw. Erarbeitung von Fallstudien das in der Vorlesung vermittelte Wissen vertiefen und praktisch anwenden. Sie können neue Lösungskonzepte entwickeln und auf einem wissenschaftlichen Niveau verteidigen. Durch die Be- bzw. Erarbeitung der Fallstudien in Kleingruppen können die Studierenden kooperativ und verantwortlich arbeiten sowie das eigene Kooperationsverhalten in Gruppen kritisch reflektieren und erweitern.	
7	<b>Prerequisites</b>	Keine; Die Teilnehmendenzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Pflichtbereich gehört, vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur Fallstudie(n)	
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (50%) Fallstudie(n) (50%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	



16	<b>Bibliography</b>	Backhaus, K., Voeth, M. (2014), Industriegütermarketing, 10. Aufl., München. Homburg, Ch. (2020), Marketingmanagement: Strategie Instrumente Umsetzung Unternehmensführung, 7. Aufl., Wiesbaden.
----	---------------------	--

1	<b>Module name</b> 54251	<b>Konzernrechnungslegung</b> Accounting for consolidated financial statements	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Übung: Konzernrechnungslegung (Master / Übung) (nur Übung aus dem WS) (1.0 SWS) Vorlesung: Konzernrechnungslegung (Master / Vorlesung) (nur Vorlesung aus dem WS) (2.0 SWS)	- 5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Klaus Henselmann	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Klaus Henselmann	
5	<b>Contents</b>	<p>Inhalte der Veranstaltung sind ausgehend vom ökonomischen Zweck der Konzernrechnungslegung die Rechtsgrundlagen und die konkrete Ausgestaltung der Rechnungslegung nach HGB sowie nach IFRS. Hierzu gehören die bilanztheoretischen Grundlagen sowie die wichtigsten Konsolidierungsfragen (Pflicht zur Erstellung eines Konzernabschlusses, Konsolidierungskreis, Zweckgesellschaften, Tochterunternehmen und Vollkonsolidierung, Gemeinschaftsunternehmen und Quotenkonsolidierung, Assoziierte Unternehmen und Equity-Methode, Forderungs- und Schuldenkonsolidierung, Aufwands- und Ertragskonsolidierung, Zwischengewinneliminierung, abweichende Stichtage, Währungsumrechnung, Latente Steuern, PPA, Anteilstausch, Konzernbilanzpolitik, komplexe Konzernstrukturen.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Die Studierenden verfügen in diesen Bereichen über umfassendes, detailliertes und integriertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand einschließlich der praktischen Anwendung sowie eines kritischen Verständnisses der Theorien und Methoden.</p> <p>Die Studierenden können dieses Wissen kombinieren und zur umfassenden Lösung von Konsolidierungssachverhalten aus der Praxis verknüpfen.</p> <p>Dazu gehören sowohl die Lösungen nach HGB als auch nach IFRS einschließlich eines Verständnisses von Unterschieden und Gemeinsamkeiten.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage die Aussagekraft der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS in Hinblick auf eine Abbildung der Realität zu beurteilen und die momentan geltenden Rechtsnormen kritisch zu hinterfragen.</p> <p>Die Studierenden können demnach Werturteile abgeben, Vergleiche heranziehen und richtige Schlussfolgerungen ziehen, Prognosen erstellen und die eigenen Aussagen rechtfertigen, komplexe Problemstellungen erkennen und auf Basis der gewonnenen Erfahrung analysieren.</p>	
7	<b>Prerequisites</b>	keine	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur (60 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%)	

12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Wird im Rahmen der Veranstaltungen bekannt gegeben

1	<b>Module name</b> 54360	<b>Internationale Transportlogistik- und Distributionssysteme</b> International logistics and distribution systems	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Vorlesung: Internationale Transportlogistik- und Distributionssysteme (vhb) (4.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Christopher Münch Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	
5	<b>Contents</b>	<p>Das Ziel des Kurses besteht darin, den Studierenden einen umfassenden Überblick zu operativen Transporten in der Logistik zu vermitteln.</p> <p>Entsprechend ist das Lehrangebot thematisch wie folgt gegliedert:</p> <p>Modul 1: Grundlagen  Modul 2: Besonderheiten internationaler Transporte  Modul 3: Straßengüterverkehr  Modul 4: Schienengüterverkehr  Modul 5: Seegüterverkehr  Modul 6: Luftfrachtverkehr  Modul 7: Vergleich der Verkehrsträger  Modul 8: Internationale infrastrukturelle Unterschiede in der Transportlogistik  Modul 9: Einfluss von Distributionssystemen auf den Kunden-nutzen  Modul 10: Risiken internationaler Transporte  Modul 11: Trends in der Transportlogistik  Modul 12: Nachhaltigkeit in der Transportlogistik</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Die Studierenden können durch den Kurs die besondere Rolle der operativen Logistik und des internationalen Transports besser verstehen und durchdringen. Hierbei sind folgende Lernziele vorgesehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden kennen die Rolle der operativen Logistik und des Transports im internationalen Kontext und verstehen länder- und industriespezifische Besonderheiten. Durch die verschiedenen Referenten aus der Praxis erwerben die Studierenden ferner ein Wissen über firmenspezifische Besonderheiten in der Umsetzung.</li> <li>• Die Lernenden kennen und verstehen Herausforderungen und Potenziale der relevanten Verkehrsträger internationaler Güterströme.</li> <li>• Die Studierenden erwerben die darauf aufbauende Befähigung zur Planung und Steuerung globaler Lieferketten unter Berücksichtigung verschiedenster Nebenbedingungen (bspw. Sicherheitsanforderungen bei Gefahrgut oder dem jeweiligen Wert-/Volumen-Verhältnis des Produktes).</li> <li>• Die Studierenden sind in der Lage, die relevanten Methoden für die Auswahl und Auslegung von Transport- und Ladungsträgern anzuwenden und verstehen den Zusammenhang zwischen der Auswahlentscheidung und dem Kundennutzen.</li> </ul>	

		Die Konzeption als Selbststudium fördert zudem die Selbstorganisation und -disziplin sowie das eigenverantwortliche Zeit-management der Studierenden.
7	<b>Prerequisites</b>	Produktions- und Supply Chain Management Eine Registrierung über die vhb ( <a href="http://www.vhb.org">www.vhb.org</a> ) ist zwingend notwendig, um den Kurs belegen zu können und um Zugang zum StudOn Kurs zu erhalten.
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3
9	<b>Module compatibility</b>	Wahlbereich Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Klausur mit MultipleChoice (60 Minuten)
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur mit MultipleChoice (100%)
12	<b>Module frequency</b>	every semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 1 h Independent study: 149 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Wird im Kurs bekannt gegeben

1	<b>Module name</b> 55231	<b>Design thinking und Produktdesign</b> Design thinking and product design	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Design Thinking und Produktdesign (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Stefan Dinter Prof. Dr. Markus Beckmann	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Markus Beckmann Prof. Dr. Peter Bican Annette Bilgram	
5	<b>Contents</b>	<p>Was ist Design? Wie hängt Kreativität und Innovation mit Design zusammen? Welche Techniken und Tools gibt es hierfür? Mittels theoretischen Erklärungsmodellen, Vermittlung von Methoden und Prozessen sowie praktischen Anwendungen entlang einer prototypischen Produktentwicklung über das gesamte Semester werden diese Fragen detailliert erörtert und erprobt.</p> <p>Hierbei werden insbesondere folgende Themenkomplexe diskutiert:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Design als Disziplin</li> <li>• Design Thinking</li> <li>• Kreativitätstechniken und Kreativworkshops</li> <li>• Prototypen und Verfestung</li> <li>• Designtheorie und Designgesetze</li> <li>• Verknüpfung von Design mit Produktentwicklung</li> <li>• Produktdesign analysieren und verstehen</li> <li>• Präsentieren und Pitchen</li> <li>• Business Modelle entwickeln</li> </ul> <p>Das Seminar beinhaltet neben der Vermittlung von Theorien, Methoden und Prozessen auch ggfs. die Einbindung von Gastdozenten sowie eine oder mehrere Exkursionen.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden erwerben ein breites Verständnis für Design als Prozess, als Tätigkeit und als Phänomen in Wirtschaft und Gesellschaft. Sie können Designprozesse verstehen und im betrieblichen Umfeld begleiten. Sie haben Einblick in die Denkweise von Designern und können in interdisziplinären Gruppen mit ihnen sprechen und arbeiten. Teilnehmer lernen Design zu verstehen und zu interpretieren.	
7	<b>Prerequisites</b>	Interesse an Kultur, Interesse an interdisziplinärer Zusammenarbeit, Verständnis für nichtlineare, iterative & agile Prozesse, Verständnis zum Charakter der Zukunft und digitaler Transformation, Lust an der Neugierde und Tinkering. Aufgrund des didaktischen Konzepts ist die Teilnehmeranzahl auf maximal 20 Studierende begrenzt. Alle Informationen zu Bewerbungszeitraum und -prozess werden ca. einen Monat vor Semesterbeginn auf der Website des Lehrstuhls bekanntgegeben ( <a href="http://www.tm.rw.fau.de">www.tm.rw.fau.de</a> ).	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation	

		Seminararbeit
11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (50%) Seminararbeit (50%)
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german english
16	<b>Bibliography</b>	Brem, A.; Sproedt, H.: Same same but different: perspectives on creativity workshops by design and business. IEEE Engineering Management Review, 45(1), 2017, 27-31. Brem, A.; Brem, S.: Kreativität und Innovation im Unternehmen - Methoden und Workshops zur Sammlung und Generierung von Ideen, Schäffer-Poeschel, 2013. Dark Horse Innovation: Digital Innovation Playbook. Das unverzichtbare Arbeitsbuch für Gründer, Macher und Manager; 5. Auflage; Murmann Publishers GmbH Bill Moggridge: Designing Interactions, 2006; MIT PR Kampfer, K., Ivens, B., & Brem, A.: Multisensory innovation: Haptic input and its role in product design. IEEE Engineering Management Review, 45(4), 2017, 32-38. Lawson, B.: How Designers Think: The Design Process Demystified, Architectural Press, 4. Auflage, 2005.

1	<b>Module name</b> 55291	<b>Global retail logistics</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Vorlesung: Global Retail Logistics (vhb-Kurs) (4.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann Christopher Münch	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	
5	<b>Contents</b>	<p>This e-learning course offers specific insights on the logistic processes in the global retail industry. Upon completion of the course, the students should understand the peculiarities of logistics for fast moving consumer goods. Every module consists of an interactive lecture and script. Additional material and exercises enhance the presented topics further. As the entire lecture, the readings, the additional material and the exam is in English, proficiency in German is not necessary. The course is supposed to provide the students with the following content concerning the global retail industry:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Module 1: Overview</li> <li>• Module 2: Characteristics &amp; basics</li> <li>• Module 3: Trends &amp; challenges</li> <li>• Module 4: Point of sale &amp; E-Commerce</li> <li>• Module 5: Interfaces</li> <li>• Module 6: Load units &amp; transport logistics</li> <li>• Module 7: Cross docking</li> <li>• Module 8: Warehousing &amp; distribution</li> <li>• Module 9: Food supply chain</li> <li>• Module 10: Sustainability in retail logistics</li> </ul>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>The following learning objectives are anticipated:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• You will be able to define the topic of retail logistics and describe its specific requirements.</li> <li>• You will be able to report the retail industry specific peculiarities relating to the usage of logistics processes.</li> <li>• You will be able to use the relevant methods of planning, controlling and monitoring of logistics processes in the retail industry.</li> <li>• You will be able to analyse various retail-specific characteristics in the use of logistics processes and assess their application in a practical context.</li> <li>• You will be able to apply the most important principles of global retail logistics, to manage logistic processes while solving the questions of supply, distribution, transport and storage of goods.</li> <li>• You will be able to work creatively, generate new ideas, and solve problems regarding retail logistics in an international context, international interaction and cooperation, while accepting social and ethical responsibility.</li> <li>• You will be able to manage, organise and discipline yourself, and plan your time independently.</li> </ul>	



		<ul style="list-style-type: none"> <li>You will be able to demonstrate the ability to engage in critical thinking by analysing complex situations thus concluding and selecting viable solutions to solve problems.</li> </ul>
7	<b>Prerequisites</b>	<p>Registration via vhb (<a href="http://www.vhb.org">www.vhb.org</a>) is necessary in order to gain access to the StudOn e-learning platform.</p> <p>English language proficiency (C1)</p> <p>Prior completion of the course "Produktions- und Supply Chain Management" is recommended.</p>
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Klausur mit MultipleChoice (60 Minuten)
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur mit MultipleChoice (100%)
12	<b>Module frequency</b>	every semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 1 h Independent study: 149 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	Will be announced during the course

1	<b>Module name</b> 55300	<b>Global logistics and supply chain management</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Übung: Global Logistics and Supply Chain Management - Übung (2.0 SWS)  Vorlesung: Global Logistics and Supply Chain Management - Vorlesung (2.0 SWS)	-  5 ECTS
3	Lecturers	Christopher Münch	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	
5	<b>Contents</b>	<p>Im ersten Teil der Veranstaltung wird über die Bedeutung, Trends und Zielsetzung der Logistik und des Supply Chain Management referiert. Der zweite Abschnitt der Vorlesung wendet sich dem Management logistischer Systeme zu, dabei wird der Fokus auf Lagerbestände, Servicelevels und deren Konsequenzen für die unternehmensinterne und unternehmensübergreifende Logistik gelegt. Vertieft werden Ansätze, um Lieferketten effizient und erfolgreich zu gestalten und zu managen. Hierbei wird der Fokus auf auftretende Probleme sowohl von der unternehmensinternen, wie auch der unternehmensexternen Perspektive gesetzt. Ergänzende Gastvorträge von Referentinnen bzw. Referenten aus der Praxis geben einen Überblick über die Vielfalt der Problemstellungen.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden beherrschen die Grundlagen des Supply Chain Managements. Sie identifizieren die Zusammenhänge und Schwierigkeiten im Supply Chain Management. Die Studierenden beherrschen Hilfsmittel und Ansätze, um eine globale Lieferkette effizient und erfolgreich zu steuern.	
7	<b>Prerequisites</b>	Produktions- und Supply Chain Management	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Wahlbereich 6: Supply Chain Management Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur mit MultipleChoice (60 Minuten) Fallstudie(n)	
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur mit MultipleChoice (70%) Fallstudie(n) (30%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	
16	<b>Bibliography</b>	Wird im Kurs bekanntgegeben	

1	<b>Module name</b> 55310	<b>Logistik-Consulting</b> Logistics consulting	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann
5	<b>Contents</b>	Im ersten Teil der Veranstaltung werden theoretische und empirische Grundlagen der Organisationsentwicklung, des geplanten Wandels und der Berater-Klienten-Beziehung besprochen und auf den Bereich des Logistik Consulting übertragen. Im zweiten Teil werden typische Problemstellungen für Logistikberater erläutert und ein Überblick über Standardwerkzeuge und Techniken zu deren Lösung gegeben. Ergänzende Gastvorträge von Referentinnen bzw. Referenten aus der Praxis des Logistik Consultings sollen einen Überblick über die Vielfalt der Branche geben.
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden verfügen über Kompetenzen, die für die Bewältigung von Situationen im Beratungsalltag notwendig sind. Sie entdecken u.a. typische Problemstellungen von Consulting-Projekten sowie deren erfolgreiche Bearbeitung.
7	<b>Prerequisites</b>	Produktions- und Supply Chain Management
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3
9	<b>Module compatibility</b>	Wahlbereich 6: Supply Chain Management Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Fallstudie(n) Klausur (60 Minuten)
11	<b>Grading procedure</b>	Fallstudie(n) (40%) Klausur (60%)
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Wird im Kurs bekanntgegeben.

1	<b>Module name</b> 55511	<b>Seminar zum Genossenschaftswesen</b> Seminar on cooperatives	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Seminar zum Genossenschaftswesen (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Richard Reichel	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	<b>Contents</b>	<p>Im Rahmen des Moduls wird in Kooperation mit dem Genossenschaftsverband Bayern die Genossenschaft als besondere Form der Unternehmung näher betrachtet. Ziel der Veranstaltung ist es sowohl die Bedeutung und Entwicklung der Genossenschaften aufzuzeigen, als auch auf aktuelle Forschungs- und Praxisprobleme tiefgehend einzugehen. Neben einem einführenden Teil (in Vorlesungsform), der insbesondere das Genossenschaftswesen und seine Besonderheiten aus der theoretischen Perspektive näher erläutert, ist die eigenständige Bearbeitung und Präsentation einer zuvor definierten praxisrelevanten Fragestellung weiterer Bestandteil des Seminars.</p>
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Im Rahmen des Moduls erhalten die Studierenden einen tiefgehenden Einblick in die aktuellen Problemfelder und Herausforderungen von genossenschaftlichen Unternehmen und verfügen somit über ein spezialisiertes und detailliertes Wissen über das Genossenschaftswesen. Durch erworbene analytische und konzeptionelle Fertigkeiten sind sie ferner in der Lage komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen eigenständig zu bearbeiten und die richtigen Methoden und Strukturierungsansätze zur Bewältigung dieser Aufgaben zu finden und erfolgreich anzuwenden.</p> <p>Konkret entwickeln die Studierenden insbesondere die Fähigkeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die besonderen Planungs- und Gestaltungsprobleme von Genossenschaften zu verstehen</li> <li>• nach relevantem Wissen und Informationen zu recherchieren, diese zu bewerten, zu verdichten und zu strukturieren sowie - die geeigneten strategischen Analyseinstrumente und -methoden zur Bewältigung des konkreten Praxisproblems zu finden, diese zielführend anzuwenden sowie</li> <li>• Handlungsalternativen aufzuzeigen.</li> </ul> <p>Durch die Zusammenarbeit im Team sind die Studierenden ferner in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• zielorientiert mit anderen zusammenzuarbeiten und vernetzt zu denken,</li> <li>• sich rational und verantwortungsbewusst mit Interessens- und Kommunikationskonflikten im Rahmen der Gruppenarbeit auseinanderzusetzen, aber auch mit Unterschieden in Denk- und Handlungsmustern umzugehen</li> <li>• in klarer und eindeutiger Weise die gewonnenen Erkenntnisse sprachlich und visuell zu vermitteln sowie überzeugend zu präsentieren</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• sowie komplexe fachbezogene Probleme und Lösungen gegenüber Dritten argumentativ zu vertreten</li> </ul>
7	<b>Prerequisites</b>	Keine
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2;4
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation Hausarbeit
11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (50%) Hausarbeit (50%)
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Kursspezifische Literatur (wird im Kurs bekannt gegeben).

1	<b>Module name</b> 55521	<b>Praxisseminar mit Prof. Dr. Heinrich v. Pierer</b> Practical seminar with Prof. Dr. Heinrich v. Pierer	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Praxisseminar mit Prof. Dr. Heinrich v. Pierer (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Michael Mertel Prof. Dr. Heinrich Pierer	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	
5	<b>Contents</b>	In dem Seminar erarbeiten die Studierenden zu wechselnden Rahmenfragestellungen in Gruppen eigenständig Seminararbeiten deren Ergebnisse im Rahmen von zwei Blockterminen vorgetragen, verteidigt und diskutiert werden.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden erarbeiten in Gruppen weitgehend selbstgesteuert und autonom Analysen zu komplexen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen. Hierzu führen die Studierenden Dokumentanalysen und Literaturrecherchen durch und entscheiden weitgehend eigenständig über die zu verwendenden Analysemethoden. Das Ziel ist die Erarbeitung, Strukturierung und Darstellung von detailliertem und spezialisiertem Wissen auf dem aktuellen Erkenntnisstand zu der jeweils ausgeschriebenen Fragestellung. Die erarbeiteten Ergebnisse werden anschließend gemeinsam von der Gruppe in dem Seminar vertreten und vor Fachvertretern verteidigt. Durch die Bearbeitung der Fallstudien in Kleingruppen wird das Übernehmen herausgehobener Verantwortung sowie die fachliche Weiterentwicklung der Studierenden gefördert.	
7	<b>Prerequisites</b>	Keine	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Wahlbereich 2: Management von Start-up Unternehmen Master of Science Management 2009 Wahlbereich 3: Management industrieller Unternehmen Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Hausarbeit Präsentation	
11	<b>Grading procedure</b>	Hausarbeit (70%) Präsentation (30%)	
12	<b>Module frequency</b>	every semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	
16	<b>Bibliography</b>	Kurspezifische Literatur (wird im Kurs bekannt gegeben).	

1	<b>Module name</b> 55530	<b>Hauptseminar Finance</b> Advanced seminar: Finance	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.  Die Anwesenheit in der Lehrveranstaltung ist Voraussetzung für die Prüfungsteilnahme.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Hendrik Scholz
5	<b>Contents</b>	Verschiedene wechselnde Themenbereiche aus dem Bereich Finanzierung
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• arbeiten in Gruppen selbstständig Analysen zu aktuellen Forschungsbereichen aus.</li> <li>• erstellen auf Basis wissenschaftlicher Methoden und aktueller englischer Fachliteratur eigenständig einen Lösungsvorschlag zu einer aktuellen Forschungsfrage.</li> <li>• wenden zuvor in Vorlesungen erworbene theoretische Kenntnisse an und erarbeiten sich selbstständig neues Fachwissen.</li> <li>• analysieren mit Hilfe statistischer Verfahren einen aktuellen Datensatz.</li> <li>• geben und erhalten im Rahmen interaktiver Präsentationen der Arbeitsergebnisse ein wertschätzendes Feedback über die erbrachte Leistung.</li> </ul>
7	<b>Prerequisites</b>	Workshop Capital Markets Research oder Workshop Finance, Financial Engineering und Structured Finance
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	schriftlich/mündlich Seminararbeit (ca. 15 Seiten, tw. in Gruppenarbeit) und Präsentation/Präsentationspapier (tw. in Gruppenarbeit) und Diskussionsbeitrag <i>Es handelt sich um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWIWI in der jeweils geltenden Fassung alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWIWI eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.</i>
11	<b>Grading procedure</b>	schriftlich/mündlich (100%) Seminararbeit (60%), Präsentation/Präsentationspapier (20%) und Diskussionsbeitrag (20%)
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester

13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben



1	<b>Module name</b> 55600	<b>Hauptseminar Risk and Insurance</b> Advanced seminar: Risk and insurance	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Hauptseminar: Hauptseminar "Risk and Insurance" (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Nadine Gatzert	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Nadine Gatzert	
5	<b>Contents</b>	Ausgewählte Fragestellungen des Risiko- und Versicherungsmanagements (wechselnde und aktuelle Themenschwerpunkte).	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• können eigenständig ein forschungsbezogenes Projekt zu einer aktuellen wissenschaftlichen Fragestellung des Versicherungs- und Risikomanagements bearbeiten;</li> <li>• analysieren und reflektieren dabei aktuelle Entwicklungen in der Versicherungswirtschaft;</li> <li>• können die zuvor erworbenen theoretischen Kenntnisse und Methoden anwenden und diese kritisch reflektieren;</li> <li>• erarbeiten sich dabei selbstständig neues Fachwissen auf dem neuesten Stand der Forschung sowie der praktischen Anwendungen;</li> <li>• können komplexe fachbezogene Inhalte klar und zielgruppengerecht präsentieren, in einer fachlichen Diskussion argumentativ vertreten und in einer schriftlichen Arbeit darlegen.</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	Keine. Die Anmeldung erfolgt per E-Mail an <a href="mailto:wiso-vwrm@fau.de">wiso-vwrm@fau.de</a> . Weitere Informationen siehe Lehrstuhl-Homepage. Die Teilnehmerzahl ist beschränkt.	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	<p>Seminararbeit+Vortrag Seminararbeit (ca. 15 Seiten), Präsentation (15-25 Minuten) und wissenschaftlicher Diskurs (10-25 Minuten). <i>Es handelt sich um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWIWI in der jeweils geltenden Fassung alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWIWI eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.</i></p>	
11	<b>Grading procedure</b>	Seminararbeit+Vortrag (100%) Seminararbeit 50% und Vortrag 50%	

12	<b>Module frequency</b>	every semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	In Abhängigkeit vom Rahmenthema des Seminars (wird bei Vergabe der Seminararbeiten bekannt gegeben).

1	<b>Module name</b> 56080	<b>Praxisseminar</b> Practical seminar	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Praxisseminar: Data Visualization in Tableau (2.0 SWS) Seminar: Praxisseminar	5 ECTS 5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	
5	<b>Contents</b>	Das Praxisseminar beinhaltet die eigenständige Bearbeitung einer praxisbezogenen Aufgabenstellung (in der Regel in Kooperation mit einem Praxispartner).	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Im Praxisseminar zeigen die Studierenden, dass sie in der Lage sind, ihre zuvor erworbenen theoretischen und methodischen Kompetenzen eigenständig auf eine praxisrelevante Aufgabenstellung anzuwenden. Hierbei müssen die Studierenden eigenständig die Strukturierung, Analyse, Bewertung und Entwicklung einer wissenschaftlich und methodisch fundierten Lösung zur Aufgabenstellung erarbeiten. Die Studierenden sind in der Lage, mithilfe ihres spezialisierten und vertieften Fachwissens Ideen und Konzepte zur Lösung dieses wissenschaftlichen Problems zu entwickeln. Dabei müssen sich die Studierenden neben aktuellen und sehr spezifischen Marketingkenntnissen auch Fachkenntnisse angrenzender Disziplinen (z.B. Wirtschaftsinformatik u.v.w.) eigenständig erschließen. Die Studierenden führen das Projekt auf der Basis breiter und spezialisierter Forschungsmethodik durch. Die Lernprozesse können sie dabei selbständig gestalten, reflektieren und methodisch erweitern.	
7	<b>Prerequisites</b>	Nach Maßgabe der anbietenden Lehrstühle. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Kernbereich gehört, vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalität auf der Homepage des Lehrstuhls.	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation (30 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	Unregelmäßig	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	
16	<b>Bibliography</b>	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben	

1	<b>Module name</b> 56216	<b>Judgment in decision making and evidence-based management</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Verena Tiefenbeck	
5	<b>Contents</b>	<p>While today's companies and individuals have access to more and more data, most decisions are taken on limited and imperfect information. Consequently, various fields require their practitioners to have an in-depth understanding of judgment and decision-making. Examples include the development of user interfaces and marketing strategies, hiring decisions, crisis intervention, as well as policy-making in education, healthcare, or social services. This course examines how people make choices, judge situations, probabilities, and decision options. The focus is on the contrast between rational decision-making, and the psychological principles that guide decision behavior. The course reviews common heuristics, cognitive errors and systematic biases that help us to make reasonable and accurate decisions in some areas, but may crucially misguide us in others. We will develop tools to detect and mitigate systematic cognitive biases and we will identify strategies that tap into these insights for improved decision-making in diverse real-world contexts, both in simple everyday-life situations and complex managerial decision environments.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>describe key psychological processes involved in judgment and decision making.</li> <li>explain when and why those processes lead to (more or less) accurate and inaccurate judgments.</li> <li>identify and describe common judgment and decision heuristics and biases.</li> <li>apply the acquired knowledge to examples and problems from business and public policy.</li> <li>explain the methodology (experiments and field studies) used to study judgment and decision making and apply it to new real-world applications.</li> <li>critically reflect upon the way how they and others take common decisions in daily life.</li> <li>work together in international small work groups, summarize key takeaways from behavioral studies, and present their results in English.</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	None	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur Projekt-/Praktikumsbericht	

		Written exam and project (creating a short educational video clip)
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (60%) Projekt-/Praktikumsbericht (40%) Written exam (60%), project (40%)
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	All relevant material will be provided during the seminar.

1	<b>Module name</b> 56220	<b>Strategic supply management</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Tutorium: Tutorium Strategic Supply Management (3.0 SWS)	-
3	Lecturers	Christopher Münch Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	
5	<b>Contents</b>	Die Kernkompetenzen die dieser Kurs vermittelt, fokussieren sich um die grundlegenden Elemente des strategischen Beschaffungsmanagements. Hierzu gehören Themen wie die Berücksichtigung von Risiken und Unsicherheiten in Supply Chains, das organisationsübergreifende Beziehungsmanagement, die Entwicklung von Supply Chains in Wachstumsmärkten und die Schaffung nachhaltiger grüner Supply Chains.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Teilnehmer werden in alle wesentlichen Aspekte der (strategischen) Beschaffung, inkl. der Leistungsmessung und Steuerung eingeführt. Hierbei wird ein Schwerpunkt auf den Transfer der theoretischen Grundlagen auf praktische Anwendung gelegt. Dies wird anhand von Praxisbeispielen und praxisnahen Fallstudien sichergestellt.	
7	<b>Prerequisites</b>	Keine	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Fallstudie(n) Klausur (60 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	Fallstudie(n) (30%) Klausur (70%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 60 h Independent study: 90 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	
16	<b>Bibliography</b>	Van Weele, A (2010) Purchasing and Supply Chain Management, 5. Auflage, Cengage, London. Weitere Literatur wird spezifische in der jeweiligen Veranstaltung bekannt gegeben.	

1	<b>Module name</b> 56231	<b>Versorgungsmanagement I</b> Health services management I	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers. Es besteht Anwesenheitspflicht.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Oliver Schöffski	
5	<b>Contents</b>	Durch die Einführung des Digitale-Versorgung-Gesetzes soll die Digitalisierung im deutschen Gesundheitswesen vorangetrieben werden. Seitdem sind unter anderem Gesundheits-Apps und Digitale Gesundheitsanwendungen (DiGAs) weitläufig diskutierte Themen. Das Seminar im WS 23/24 findet in Zusammenarbeit mit einer bereits in den App-Stores erhältlichen Gesundheits-App statt, die sich aktuell auch auf dem Weg zur Zertifizierung zur DiGA befindet. In dieser Veranstaltung liegt der Fokus auf der vertieften Betrachtung der zunehmenden Digitalisierung im Gesundheitswesen und den sich daraus ergebenden nachhaltigen Veränderungen in den Behandlungsmöglichkeiten. Die Studierenden haben die Möglichkeit, mittels verschiedener methodischer Ansätze die vielfältigen Facetten der Gesundheits-App zu analysieren (z.B. Kosten(-vorteile), Patientenperspektive etc.)	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• erhalten einen Einblick in die verschiedenen Facetten der Versorgung mit Gesundheits-Apps und können diese diskutieren und gegenüberstellen</li> <li>• können mit den erlernten Methoden umgehen und diese selbstständig auf Fragestellungen anwenden bzw. übertragen</li> <li>• können eine vorgegebene Themenstellung eigenständig bearbeiten und die Ergebnisse schriftlich und mündlich präsentieren</li> <li>• können von Studierenden vorgebrachte Ergebnisse angemessen bewerten und Feedback formulieren</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	Grundkenntnisse im Gesundheitsmanagement (aber keine formale Voraussetzung). Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Die Anmeldung erfolgt per Mail an <a href="mailto:Lena.Jaegers@fau.de">Lena.Jaegers@fau.de</a> , der Anmeldezeitraum wird rechtzeitig bekannt gegeben.	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Wahlbereich 1: Management im Gesundheitssektor Master of Science Management 2009 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation Hausarbeit	

11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (30%) Hausarbeit (70%)
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Schöffski / Graf von der Schulenburg (Hrsg.): Gesundheitsökonomische Evaluationen, 3. oder 4. Aufl., Berlin u. a., 2007, 2008 oder 2012.



1	<b>Module name</b> 56270	<b>Financial engineering and structured finance</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Vorlesung: Financial Engineering und Structured Finance (VL) (2.0 SWS) Übung: Financial Engineering und Structured Finance (ÜB) (1.0 SWS)	5 ECTS -
3	Lecturers	Prof. Dr. Hendrik Scholz	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Hendrik Scholz	
5	<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Darstellung und Bewertung von Aktien-, Zinssatz- &amp; Bondoptionen</li> <li>• Strukturierter Produkte im Fixed Income und Equity Bereich</li> <li>• Kapitalstruktur und Optionspreistheorie</li> <li>• Darstellung und Bewertung von Kreditderivaten</li> </ul>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• erarbeiten sich ein tiefgehendes Wissen über Aktien-, Zinssatz- und Bondoptionen, können deren Einsatzmöglichkeiten beurteilen und ihren Wert bestimmen.</li> <li>• wenden zentrale Kenntnisse der Optionspreistheorie an, um Bestandteile komplexer, strukturierter Fixed Income- und Equity-Produkte zu analysieren, diese zu bewerten und deren Wertbeitrag für Kunden einer Bank zu evaluieren.</li> <li>• können unter Berücksichtigung von Kundenpräferenzen eigenständig innovative Finanzprodukte entwickeln.</li> <li>• sind in der Lage die Positionen Eigen- und Fremdkapital von Unternehmen auf Basis der Optionspreistheorie zu bewerten.</li> <li>• können Instrumente zum Kreditrisikotransfer erläutern und deren Einsatzmöglichkeiten kritisch hinterfragen.</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	keine	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur (60 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	
16	<b>Bibliography</b>	<p>Hull, John C.: Options, futures and other derivatives</p> <p>Weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben</p>	

1	<b>Module name</b> 56422	<b>Organizing for digital transformation</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Vorlesung mit Übung: Organizing Digital Transformation (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Kathrin Möslein Julian Kurtz	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Kathrin Möslein	
5	<b>Contents</b>	<p>The course focusses on dynamics in organizational transformation driven through information technology (IT) and consists of two parts. The first part introduces the topic from an industrial perspective and explores the re-organization of value streams in the course of the digital transformation. Teaching in this part includes contributions from a German automotive company. Students will work in a project-oriented mode for half the lecture and then present their results.</p> <p>The second part takes the perspective of academic research on the organization of the digital transformation. It introduces different theoretical frameworks to gain a deeper understanding of the phenomenon and explores its implications for global business structures. Students write a short essay to show what they have learned.</p> <p>Together, the lecture allows the students to gain theoretical knowledge on the digital transformation and acquire practical problem-solving skills as well to work effectively on innovative projects in the field.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• are familiar with different theories of works systems and service systems and their practical application</li> <li>• know more about the contribution of information technology in managing complex innovation activities</li> <li>• have an improved understanding of the global IT Industry and various strategies that are used</li> <li>• can identify and unravel the business problem in a case study and actively take part in class discussions</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• general knowledge of digital technology and their economic applications</li> <li>• basic understanding of simple software applications</li> <li>• first experience with team projects</li> </ul>	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation Seminararbeit	
11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (30%) Seminararbeit (70%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 60 h Independent study: 90 h	

14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	None

1	<b>Module name</b> 56470	<b>Versicherungs- und Risikotheorie</b> Risk and insurance theory	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Übung: Übung Versicherungs- und Risikotheorie (1.0 SWS) Vorlesung: Vorlesung Versicherungs- und Risikotheorie (Risk and insurance theory) (2.0 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Nadine Gatzert	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Nadine Gatzert	
5	<b>Contents</b>	Einführend: Entscheidung bei Sicherheit, Unsicherheit, Risiko; Risikomessung, Risikowahrnehmung, Risikobeeinflussung (Vorgehen und Methoden); Risikobewertung am Beispiel der Versicherungsnachfrage (individuell und aus Unternehmenssicht); Risikobewertung am Beispiel des Versicherungsangebots (Risikotheorie, Schadenprozessmodellierung, Optionspreis-Modell); Problematik der Informationsasymmetrien (Adverse Selektion, Moral Hazard); Enterprise Risk Management (Bedeutung und Rahmenwerke, Risikostrategie, Risikoidentifikation und -bewertung, Governance, Risikokultur); Emerging Risks.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>haben vertiefte Kenntnisse über die zentralen Konzepte der Risikobewertung sowie der Versicherungs- und Risikotheorie, können diese beurteilen und hinterfragen;</li> <li>können ihre theoretischen Kenntnisse auf konkrete Fragestellungen anwenden;</li> <li>erlernen den Umgang mit und die Bewertung von Risiken in Unternehmen;</li> <li>können die theoretischen Kenntnisse zur Risikomessung im Rahmen einer Monte-Carlo-Simulation in Excel umsetzen;</li> <li>lernen interaktiv im Rahmen von Workshops in Gruppen aktuelle Fragestellungen im Kontext der Versicherungs- und Risikotheorie zu strukturieren, zu erarbeiten und zu präsentieren;</li> <li>entwickeln und vertiefen dabei ihre Kompetenzen in der Teamarbeit.</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	Keine	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1;3	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur (60 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	

14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Die vorbereitende und weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	<b>Module name</b> 56512	<b>Bedürfnisse von Arbeitnehmer*innen - das Beispiel Diversity</b> Needs of employees - the example of diversity	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Masterseminar: Bedürfnisse von ArbeitnehmerInnen- das Beispiel Diversity (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Werner Widuckel	

4	<b>Module coordinator</b>	Annika Ebert Prof. Dr. Werner Widuckel	
5	<b>Contents</b>	Aufbereitung, Interpretation und Diskussion von aktuellen Themen und Studien zur Veränderung von Belegschaftsstrukturen als Herausforderungen für das Personalmanagement	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden lernen anhand aktueller Literatur, Themen und Studien, wissenschaftliche Befunde zu analysieren und zu interpretieren und hieraus mögliche Schlussfolgerungen für die Handlungsfelder des Personalmanagements zu ziehen. Zielsetzung ist die Befähigung zur kritischen Reflexion und Bewertung wissenschaftlicher Erkenntnisse und deren mögliche Aufnahme in die personalpolitische Praxis.	
7	<b>Prerequisites</b>	Grundkenntnisse der Handlungsfelder des Personalmanagements	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Hausarbeit Präsentation	
11	<b>Grading procedure</b>	Hausarbeit (70%) Präsentation (30%)	
12	<b>Module frequency</b>	every semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	
16	<b>Bibliography</b>	Wechselnde aktuelle Forschungsliteratur	

1	<b>Module name</b> 56530	<b>Asset liability management (Versicherungen)</b> Asset liability management (insurance)	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Übung: Übung Asset Liability Management (1.0 SWS) Vorlesung: Vorlesung "Asset Liability Management (Versicherungen)" (2.0 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Nadine Gatzert	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Nadine Gatzert	
5	<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung: Rahmenbedingungen im Finanzdienstleistungssektor; strategische Zielgrößen von Versicherungsunternehmen (Konzepte und Messung von Kennzahlen)</li> <li>• Asset Management: grundsätzliche Überlegungen; Risikostreuung in Theorie und Praxis; rechtliche Rahmenbedingungen; Chancen und Risiken von Investitionen in Infrastruktur und erneuerbare Energien unter Solvency II; strategische Aspekte der Kapitalanlagepolitik; Performancemessung; Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten in der Kapitalanlage</li> <li>• Liability Management: Ausgleich im Kollektiv; Chain Ladder Verfahren; Rückversicherungsformen; Alternativer Risikotransfer (u.a. Insurance Linked Securities, Cat Bonds)</li> <li>• Asset Liability Management für Versicherungen: Immunisierungsansätze (Cashflow und Duration Matching); Optimierungsstrategien; Szenarioanalysen und Dynamische Finanzanalyse; wissenschaftliche Forschungsarbeiten im Kontext des ALM</li> <li>• Cyber-Risiken im Kontext des ALM, Versicherbarkeit und Management von Cyber-Risiken</li> <li>• Umsetzung von Szenarioanalysen mit Monte-Carlo Simulation im Rahmen einer Excel-basierten ALM Case Study</li> </ul>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• erlernen die grundlegenden und vertiefenden Konzepte des Asset Liability Managements eines Versicherungsunternehmens;</li> <li>• können Modellannahmen hinterfragen;</li> <li>• können die theoretischen Konzepte auf konkrete Fragestellungen anwenden;</li> <li>• können Monte-Carlo Simulation in Excel einsetzen, dabei ihre theoretischen Kenntnisse anwenden und eigenständig im Rahmen einer ALM-Simulationsstudie mit Szenarioanalysen umsetzen;</li> <li>• lernen interaktiv im Rahmen von Workshops in Gruppen aktuelle Fragestellungen im Kontext des ALMs zu strukturieren, zu erarbeiten und zu präsentieren;</li> <li>• entwickeln und vertiefen dabei ihre Kompetenzen in der Teamarbeit.</li> </ul>	

7	<b>Prerequisites</b>	Keine
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Klausur (60 Minuten) <i>Im Sommersemester besteht vorlesungsbegleitend die Möglichkeit einer freiwilligen Notenverbesserung, wobei eine Verbesserung um bis zu 0,3 Notenstufen erfolgen kann. Dazu können Studierende auf StudOn vier je ca. 10-minütige Online-Kurztests (Quizze) zur Aufbereitung des Vorlesungsstoffs bearbeiten. Die Notenverbesserung erfolgt, wenn die Quizze erfolgreich bearbeitet wurden sowie die Klausur mit der Note 4,0 oder besser bestanden wurde. Etwaige Quizzergebnisse aus dem Sommersemester werden für eine Nachholprüfung im Wintersemester übernommen.</i>
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%)
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Die vorbereitende Literatur und auch die weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.



1	<b>Module name</b> 56540	<b>Lebensversicherung</b> Life insurance	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Vorlesung: Vorlesung "Lebensversicherung" (2.0 SWS) Übung: Übung zu "Lebensversicherung" (1.0 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Nadine Gatzert Prof. Dr. Alexander Bohnert	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Nadine Gatzert	
5	<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in den Lebensversicherungsmarkt</li> <li>• Darstellung von klassischen und innovativen Lebensversicherungsprodukten (und den darin enthaltenen impliziten Optionen)</li> <li>• Versicherungsmathematische Aspekte: Bestimmung von Prämien und Deckungsrückstellungen auf Basis der typischen aktuariellen Rechnungsgrundlagen (Zins, Sterbetafeln)</li> <li>• Analyse und Bewertung von Fondsprodukten mit Garantien</li> <li>• Absicherung von Garantien in Fondsprodukten mit Kapitalanlagestrategien (u.a. Constant Proportion Portfolio Insurance)</li> </ul>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• aktuelle Entwicklungen im Lebensversicherungsmarkt beurteilen und hinterfragen diese;</li> <li>• Prämien und Deckungsrückstellungen von klassischen Lebensversicherungsverträgen berechnen und kennen die zentralen Einflussgrößen;</li> <li>• klassische und fondsgebundene Lebensversicherungsprodukte mit verschiedenen Garantien bewerten und verschiedene Methoden der Bewertung vergleichen und Modellannahmen kritisch hinterfragen;</li> <li>• einschätzen, wie verschiedene Arten von Finanzgarantien abgesichert werden müssen und können hierfür auch Kapitalanlagestrategien anwenden;</li> <li>• ihre theoretischen Kenntnisse im Rahmen einer Monte-Carlo-Simulation in Excel umsetzen und auf praktische Fragestellungen anwenden.</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	Keine.	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	<p>Klausur (60 Minuten)</p> <p><i>Im Sommersemester besteht vorlesungsbegleitend die Möglichkeit einer freiwilligen Notenverbesserung, wobei eine Verbesserung um bis zu 0,3 Notenstufen erfolgen kann. Dazu können Studierende auf StudOn vier je ca. 10-minütige Online-Kurztests (Quizze) zur Aufbereitung des Vorlesungsstoffs bearbeiten. Die Notenverbesserung erfolgt, wenn die Quizze erfolgreich bearbeitet wurden sowie die Klausur mit der Note</i></p>	

		4,0 oder besser bestanden wurde. Etwaige Quizergebnisse aus dem Sommersemester werden für eine Nachholprüfung im Wintersemester übernommen.
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%)
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Die vorbereitende Literatur und auch die weitergehende, forschungsbezogene Literatur werden im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	<b>Module name</b> 56790	<b>Gesundheitsökonomie I</b> Health economics I	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Harald Tauchmann	
5	<b>Contents</b>	Die Veranstaltung betrachtet das Gesundheitswesen aus mikroökonomischer Perspektive. Den Schwerpunkt der Veranstaltung bildet die Betrachtung von Krankenversicherungsmärkten und ihrer spezifischen Unvollkommenheiten, und Probleme (adverse Selektion, Moral Hazard, Risikoselektion), die sich aus den besonderen Eigenschaften des Gutes Gesundheit ergeben. Aus dieser Betrachtung werden Anforderungen an die Gestaltung eines Gesundheitssystems abgeleitet. Studierende sollten die Bereitschaft mitbringen, sich vertieft mit mikroökonomischen Modellen zu beschäftigen.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• erwerben fundiertes ökonomisches Wissen über das Gesundheitswesen, insbesondere bzgl. Krankenversicherungsmärkten,</li> <li>• analysieren die Besonderheiten von Gesundheitsmärkten im Rahmen theoretischer Modelle,</li> <li>• überprüfen deren Validität anhand empirischer Studien</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	Grundkenntnisse in Mikroökonomie und Ökonometrie sollten vorhanden sein.	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur (90 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	
16	<b>Bibliography</b>	Breyer, F., Zweifel, P. & Kifmann, M. (2013): Gesundheitsökonomik, 6. Aufl., Springer. Sloan, F.A. & Hsieh, C.R. (2012): Health Economics, MIT Press. Folland, Sh., Goodman, A. & Stano, M. (2009): The Economics of Health and Health Care, 6th int. ed., Prentice Hall.	

1	<b>Module name</b> 57043	<b>Business intelligence</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Vorlesung mit Übung: Business Intelligence (SS24) (4.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Dr. Pavlina Kröckel	

4	<b>Module coordinator</b>	Dr. Pavlina Kröckel	
5	<b>Contents</b>	<p>We introduce a variety of topics which will give you a kick start in the field of data science and will help you to continue the learning path in other, more advanced courses. We teach the whole data science process (based on the industry-wide accepted CRISP model) from the business and data understanding to the deployment and management steps. Students get familiar with terms like data science, machine learning, and artificial intelligence, as well as available tools and technologies. You will learn what is behind the technology that powers everything from your shopping suggestions on Amazon to automatic systems like chatbots and self-driving cars. We teach you the most used machine learning algorithms right now: decision trees, neural networks, association rules (Apriori and FP Growth), clustering algorithms (k-Means, DBSCAN).</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Can describe important business intelligence and data science concepts, tools, and algorithms</li> <li>• Learn how to structure a data science project</li> <li>• Work on a practical exercise and apply the learned algorithms on a real-world dataset</li> <li>• Are able to evaluate a machine learning model and decide on its goodness of fit.</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	The lecture is intended for students with no prior knowledge in data analytics. Course is <b>limited to 200 participants</b> .	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	<p>Klausur (90 Minuten)  A <b>pre-requisite</b> to attend the <b>exam</b> is <b>course registration on StudOn</b>. Course participation is limited. Thus, we cannot offer an exam for students not part of the StudOn course.</p>	
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 60 h Independent study: 90 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	english	
16	<b>Bibliography</b>	All relevant material will be provided during the lecture.	

1	<b>Module name</b> 57131	<b>Labor markets in the knowledge economy</b> Labor Markets in the Knowledge Economy	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Markus Nagler	
5	<b>Contents</b>	The course analyzes topics in labor economics and their connection to technological change and the knowledge economy. We will mostly discuss topics in labor economics such as labor supply and migration which are seen through a technology and knowledge economy perspective. The course is mainly based on empirical research papers: labor economics is a front-runner in the use of econometrics and data.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Students know the key issues in the intersection of labor and innovation economics. They are able to assess current research in the area and are able to relate its results to fundamental policy questions. Students are acquainted with important empirical approaches in labor economics.	
7	<b>Prerequisites</b>	Recommended: Basic microeconomics, basic econometrics	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur (90 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 60 h Independent study: 90 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	english	
16	<b>Bibliography</b>	Angrist, Joshua and Jörn-Steffen Pischke (2008). Mostly Harmless Econometrics, Princeton University Press.  Autor, David H. Why are there still so many jobs? The history and future of workplace automation. The Journal of Economic Perspectives 29.3 (2015): 3-30.	

1	<b>Module name</b> 57172	<b>Patenting for innovation</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Kathrin Möslein	
5	<b>Contents</b>	<p>Intellectual Properties (Ips) in general and especially patents play an important role in innovation in any Hightech society. This topic is multi-faceted and can be accessed from different viewpoints: business, politics, legal framework, organization, etc. In this course, we will focus on:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• the introduction to Ips and patents in general,</li> <li>• the role of Ips and patents in research, development and (open) innovation,</li> <li>• the patent exploitation through licensing contracts and patent pools, the patent policies in the European Union, China and USA.</li> </ul>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>The students:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• learn to understand the role of patenting in the innovation process,</li> <li>• gain deeper insights into the roles of IP in various types of businesses, study the role of IP and patents in different regions and contexts (Asia, United States, Europe).</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	None	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Seminararbeit	
11	<b>Grading procedure</b>	Seminararbeit (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	english	
16	<b>Bibliography</b>	Literature will be announced and distributed in the first sessions.	

1	<b>Module name</b> 57173	<b>Management von Logistik- und SCM-Projekten</b> Management of logistics and SCM projects	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Vorlesung: Management von Logistik- und SCM-Projekten (vhb-Kurs) (4.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann Christopher Münch	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	
5	<b>Contents</b>	<p>Dieser Kurs vermittelt unter stetigem Logistikbezug die Grundlagen des Projektmanagements. Darüber hinaus werden die vier Logistik-Projekttypen aufgezeigt und zu jedem der Projekttypen typische Logistik- und SCM-Fragestellungen erläutert. Im Rahmen von Gastvorträgen werden reale Logistik- und SCM-Projekte von erfahrenen Projektmanagern präsentiert. Hierdurch werden vor allem logistikspezifische Besonderheiten demonstriert, vorhandene Barrieren thematisiert und geeignete Tools und Vorgehensweisen zur Umsetzung von Logistikprojekten vorgestellt.</p> <p>Im Rahmen der Übung wird das erlangte Wissen vertieft und gefestigt. Die Bearbeitung von Fallstudien erlaubt es den Studierenden außerdem, ihr erlangtes Wissen direkt selbstständig anzuwenden. Hierfür werden Aufgaben zu verschiedensten Themen, wie z.B. Zieldefinition, Grobplanung und Festlegung von Hauptmeilensteinen, Machbarkeits- und Risikoanalyse, Strukturplanung und Aufwandsschätzung, Termin- und Ablaufplanung, Einsatzmittelplanung/ Kostenplanung und Projektauswertung gestellt. Entsprechend ist das Lehrangebot thematisch wie folgt gegliedert:</p> <p>Modul 1: Projektmanagement in der Logistik und im SCM Grundlagen  Modul 2: Projektdefinition  Modul 3: Projektplanung  Modul 4: Projektdurchführung und -steuerung  Modul 5: Projektabschluss  Modul 6: Risikomanagement im Projektgeschäft  Modul 7: Soft Skills und Teamwork im Projektmanagement  Modul 8: Logistik-Optimierungsprojekt  Modul 9: Supply Chain-Optimierungsprojekt  Modul 10: Logistik-Gestaltungsprojekt  Modul 11: Supply Chain-Gestaltungsprojekt</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Nach Abschluss des Kurses sind die Teilnehmenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die wichtigsten Begriffe und Konzepte des Projektmanagements zu erläutern</li> <li>• Logistik- und SCM-Projekte zielführend zu planen</li> <li>• Risiken, die während der Projektlaufzeit auftreten können, zu identifizieren, zu bewerten und zu managen</li> <li>• Logistik- und SCM-Projekte durchzuführen und zu steuern</li> <li>• Projektteams zu führen und auftretende Konflikte zu managen</li> </ul>	

		<ul style="list-style-type: none"> <li>Logistik- und SCM-Projekte fristgerecht abzuschließen und die gewonnenen Projekterfahrungen für zukünftige Projekte zu sichern</li> </ul> <p>Die Konzeption als Selbststudium fördert zudem die Selbstorganisation und -disziplin sowie das eigenverantwortliche Zeitmanagement der Studierenden.</p>
7	<b>Prerequisites</b>	Keine Eine Registrierung über die vhb ( <a href="http://www.vhb.org">www.vhb.org</a> ) ist zwingend notwendig, um den Kurs belegen zu können und um Zugang zum StudOn Kurs zu erhalten.
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Fallstudie(n) Klausur
11	<b>Grading procedure</b>	Fallstudie(n) (30%) Klausur (70%)
12	<b>Module frequency</b>	every semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 1 h Independent study: 149 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Wird im Kurs bekannt gegeben



1	<b>Module name</b> 57174	<b>Technology-based service innovation</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	
5	<b>Contents</b>	<p>Im Seminar erarbeiten die Studierenden ein Konzept für eine technologiebasierte Dienstleistungsinnovation, wobei sich das Seminar in drei Phasen gliedert. In der ersten Phase werden den Studierenden Grundlagen des Service Design Thinkings vermittelt sowie gemeinsam die für das Seminar geeigneten Methoden der strategischen Analyse rekapituliert. Die zweite Phase umfasst die strategische Analyse einer ausgewählten Branche (B2B oder B2C) in Gruppenarbeit, wobei verschiedene Methoden des Strategischen Managements zum Einsatz kommen. Ziel dieser Phase ist der Erwerb von grundlegenden Branchenkenntnissen sowie das Verständnis von zukünftigen Herausforderungen und relevanten Technologien. Die dritte Phase des Seminars besteht aus kreativer Arbeit. Durch Einsatz des Service Design Thinkings werden aus Nutzersicht Innovationspotenziale für Dienstleistungen in den Gruppen erarbeitet. Hierbei sollen verschiedene Methoden des Design Thinkings ausgewählt und angewendet werden. Die dabei erarbeiteten Ideen werden bewertet, diskutiert und die beste als Dienstleistungskonzept detailliert ausgearbeitet.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• wissen um die Herausforderungen des Managements und der Entwicklung von innovativen Dienstleistungen</li> <li>• sind fähig unter Anwendung von Methoden eine strategische Analyse durchzuführen</li> <li>• beherrschen die Anwendung von designorientierten Innovationsmethoden und Kreativtechniken zur Entwicklung von Dienstleistungsinnovationen</li> <li>• sind in der Lage verschiedene Ideen für eine Dienstleistungsinnovation zu entwickeln und diese systematisch zu bewerten</li> <li>• sind in der Lage dieses Wissen auf ein konkrete Branche anzuwenden und basierend hierauf eine Dienstleistungsinnovation zu entwickeln, auszuarbeiten und zu präsentieren</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	Keine	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation Hausarbeit	
11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (30%)	

		Hausarbeit (70%)
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Busse, D. (2005). Innovationsmanagement industrieller Dienstleistungen. Wiesbaden: Gabler. Roger, L. M. (2009). Design of Business: Why Design Thinking is the Next Competitive Advantage. Boston: Harvard Business Review Press Stickdorn, M. (2012). This is Service Design Thinking: Basics, Tools, Cases. Amsterdam : BIS Publishers Voigt, K-I. (2008). Industrielles Management. Berlin: Springer.

1	<b>Module name</b> 57178	<b>Planspiel: Unternehmen wert- und risikoorientiert steuern</b> Business simulation: risk- and value-oriented management of firms	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Planspiel: Unternehmen wert- und risikoorientiert steuern (2.0 SWS) Es besteht Anwesenheitspflicht.	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Nadine Gatzert	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Nadine Gatzert	
5	<b>Contents</b>	<p>Im Rahmen des Planspiels</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• steuern die Studierenden als Vorstandsteams in Gruppen einen Versicherungskonzern mit Lebens- und Schadensversicherung wert- und risikoorientiert</li> <li>• mit Fokus auf Entscheidungen bzgl. dem Produkt-Mix, Marketing und Absatz, Kapitalanlagen sowie Anforderungen an das Risikomanagement</li> <li>• über mehrere Geschäftsjahre (computergestützte Unternehmenssimulation mit stochastischem ökonomischen Szenariogenerator)</li> <li>• im Spannungsfeld von Wachstum, Profitabilität und Sicherheit</li> <li>• unter Beachtung von Nachhaltigkeitsrisiken und -chancen</li> <li>• mit sich dynamisch verändernden Rahmenbedingungen, starken Interaktionen des Unternehmens mit seiner Umwelt und komplexen Zusammenhängen innerhalb des Unternehmens.</li> </ul> <p>Einführend werden dazu die strategischen Zielgrößen von Unternehmen unter Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsrisiken und -chancen (ESG: environmental, social, governance), Steuerungsmöglichkeiten eines Versicherungskonzerns mit Lebens- und Schadensversicherung sowie Finanz- und Versicherungskennzahlen aus der wert- und risikoorientierten Steuerung vorgestellt.</p> <p>Im Rahmen des Planspiels wenden die Studierenden die theoretischen Grundlagen an, berücksichtigen Elemente der Corporate Governance und Unternehmenskultur zur Förderung des nachhaltigen Unternehmenserfolgs und entwickeln ihre Kompetenzen im Umgang mit komplexen unternehmerischen Entscheidungen sowie in der Zusammenarbeit von Teams.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verantwortungsbereiche und Entscheidungsprozesse im Vorstandsteam definieren;</li> <li>• ein Unternehmensleitbild entwickeln;</li> <li>• die Situation ihres Unternehmens analysieren;</li> <li>• strategische Unternehmensziele im Hinblick auf nachhaltiges Wachstum, Profitabilität und Sicherheit unter Berücksichtigung von Finanz- und Versicherungskennzahlen konkretisieren;</li> </ul>	

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• dabei theoretische Grundlagen der wert- und risikoorientierten Unternehmenssteuerung anwenden;</li> <li>• Handlungsfelder ableiten;</li> <li>• ihre Entscheidungen mit stochastischen Szenarien simulieren und die Konsequenzen von Alternativen durchdenken, bevor sie ihre Entscheidungen treffen;</li> <li>• Kennzahlen nutzen und Analysen von Zusammenhängen interpretieren, um die Komplexität der Unternehmenssteuerung zu handhaben;</li> <li>• Nachhaltigkeitsrisiken analysieren und strategische Chancen und Risiken für Versicherungsunternehmen ableiten (z.B. mit Blick auf transitorische und physische Risiken im Bereich Klima und Umwelt / Klimawandel);</li> <li>• ein Verständnis für auftretende Spannungsfelder bei strategischen Zielgrößen in Versicherungsunternehmen entwickeln und lernen damit umzugehen;</li> <li>• Anreizstrukturen für die Vorstandsvergütung zur Förderung eines nachhaltigen Unternehmenserfolgs erarbeiten;</li> <li>• Dimensionen der Unternehmens- und Risikokultur erarbeiten und bewerten, die wesentlich zu einem nachhaltigen Unternehmenserfolg beitragen;</li> <li>• im Rahmen einer Präsentation über ihre Strategie sowie die getroffenen Entscheidungen über die Geschäftsjahre berichten und diese kritisch reflektieren;</li> <li>• ihre Kompetenzen in der Zusammenarbeit von Teams entwickeln und Erfolgsfaktoren in der Zusammenarbeit reflektieren;</li> <li>• ihre Kompetenzen im Umgang mit Komplexität bei unternehmerischen Entscheidungen entwickeln.</li> </ul>
7	<b>Prerequisites</b>	Keine. Die Anmeldung erfolgt per E-Mail an <a href="mailto:wiso-vwrm@fau.de">wiso-vwrm@fau.de</a> unter Zusendung des Notenspiegels und des Lebenslaufs (beschränkte Teilnehmerzahl. Auswahl auf Basis der Studienleistungen und des Lebenslaufs).
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2;1;3
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	schriftlich/mündlich elektronische Prüfung Präsentation: ca. 20 Min. Präsentationspapier: ca. 20 Seiten, zusätzlich Protokoll mit den Anteilen der Gruppenmitglieder (ca. 1 Seite). Elektronische Prüfung: 30 Min.
11	<b>Grading procedure</b>	schriftlich/mündlich (65%) elektronische Prüfung (35%)
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h

14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	<b>Module name</b> 57179	<b>Digitalisierung der Wertschöpfungskette in der Industrie</b> Digitalization of industrial value chains	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Digitalisierung der Wertschöpfungskette in der Industrie (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Klaus Helmrich Manuel Zall Lars Friedrich	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	<b>Contents</b>	In dem Seminar, welches vom ehemaligen CEO von Siemens Digital Industries, Herrn Helmrich, begleitet wird, erarbeiten die Studierenden zu wechselnden Rahmenfragestellungen der industriellen Digitalisierung in Gruppen Seminararbeiten. Die Ergebnisse dieser werden dann im Rahmen von einer Abschlussveranstaltung vorgetragen, verteidigt und diskutiert.
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden erarbeiten in Gruppen weitgehend selbstgesteuert und autonom Analysen zu komplexen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen im Kontext der industriellen Digitalisierung. Hierzu führen die Studierenden ggf. empirische Datenerhebungen und Literaturrecherchen durch und entscheiden weitgehend eigenständig über die zu verwendenden Analysemethoden. Das Ziel ist die Erarbeitung, Strukturierung und Darstellung von detailliertem und spezialisiertem Wissen auf dem aktuellen Erkenntnisstand zu der jeweils ausgeschriebenen Fragestellung. Die erarbeiteten Ergebnisse werden anschließend gemeinsam von der Gruppe in dem Seminar vertreten und vor Herrn Helmrich und Herrn Prof. Dr. Voigt verteidigt.
7	<b>Prerequisites</b>	Keine
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Hausarbeit Präsentation
11	<b>Grading procedure</b>	Hausarbeit (70%) Präsentation (30%)
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Kursspezifische Literatur (wird im Kurs bekanntgegeben).

1	<b>Module name</b> 57310	<b>Publishing in management journals</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Publishing in management journals (3.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Sebastian Junge	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Sebastian Junge	
5	<b>Contents</b>	Die Studierenden sollen den wissenschaftlichen Publikationsprozess kennenlernen. Hierfür werden die Stärken und Schwächen der Masterarbeit noch einmal detailliert betrachtet, um unter Berücksichtigung dieser Erkenntnisse die Masterarbeit in ein entsprechendes Forschungspapier zu entwickeln. Im Anschluss sollen die Studierenden, in Rücksprache mit Ihrem Betreuer, ein geeignetes Zieljournal identifizieren und ein Schreiben an die Herausgeber des identifizierten Journals (letter to the editors) formulieren.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Das Seminarangebot richtet sich an forschungsinteressierte Studierende, die nach ihrem Masterabschluss eine akademische Karriere in Erwägung ziehen. Mithilfe des Moduls sollen die Studierenden einen Einblick in die Forschungs- und Publikationstätigkeit erhalten und die notwendigen Prozessschritte hin zu einer Veröffentlichung eines Forschungspapieres kennenlernen.	
7	<b>Prerequisites</b>	Das Modul kann nur belegt werden, wenn eine Masterarbeit am Lehrstuhl für Unternehmensführung parallel zu diesem Seminar geschrieben wird, bzw. bereits in einem vorangegangenen Semester absolviert wurde. Im Vorfeld ist eine Bewerbung an den jeweiligen Betreuer der Masterarbeit zu richten.	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 4	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Seminararbeit	
11	<b>Grading procedure</b>	Seminararbeit (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	every semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	english	
16	<b>Bibliography</b>	Keine	

1	<b>Module name</b> 57351	<b>Seminar Pflegemanagement</b> Care Management	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers. Es besteht Anwesenheitspflicht.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Oliver Schöffski	
5	<b>Contents</b>	<p><b>Motivation</b> Da das Thema Altenpflege in Deutschland immer relevanter wird, wird auch die Gesellschaft immer mehr für Bedürfnisse der Betroffenen und die Ressourcenverfügbarkeit in der Pflege sensibilisiert. Forschung stellt eine Möglichkeit dar, bei Problemlösungen zu helfen, ist jedoch in diesem Bereich noch unterrepräsentiert. Insbesondere das Sub-Thema „Qualität in der Pflege“ benötigt mehr Aufmerksamkeit und stellt im Wintersemester 23/24 den Schwerpunkt des Seminars dar.</p> <p><b>Anforderungen</b> In dieser Veranstaltung bekommen die Seminarteilnehmer(innen) die Gelegenheit, selbst intensive Forschung im Bereich Qualität in der Pflege zu betreiben. Dabei sucht jede(r) Teilnehmer(in) selbst ein für sie/ihn interessantes Thema, identifiziert eine Forschungslücke und konzipiert eine dazu passende Untersuchung, die sie/er anschließend durchführt. Ihre Arbeit fassen die Teilnehmer(innen) jeweils in Form eines kurzen, wissenschaftlichen Aufsatzes (paper) zusammen und präsentieren diesen in Form eines Wissenschaftsposters (research poster) den an der Veranstaltung beteiligten Kommiliton(inn)en.</p> <p><b>Unterstützungsangebot</b> In allen Phasen des Seminars werden die Teilnehmer(innen) bei ihrer selbständigen Arbeit intensiv unterstützt und kontinuierlich begleitet. Hilfestellung erfolgt in Form von Input zum Hintergrundwissen, Gastvorträgen aus der Praxis, individueller Begleitung bei der Erarbeitung von methodischen Konzepten und mehreren gemeinsamen Schreibsitzungen während der Schreibphase. Die Präsenztermine (ggf. auch digitale Einzeltermine) finden in Plenum statt, parallel steht ein Pool an möglichen Einzelterminen mit der Dozentin zur Verfügung.</p> <p><b>Mehrwert für Studierende</b> Auf diese Weise, lernen Studierende sowohl den Pflegesektor als auch die Welt der Wissenschaft kennen. Sie lernen Sachverhalte</p>	



		<p>zu hinterfragen und erhalten die Gelegenheit, selbst zur Lösung eines wichtigen gesellschaftlichen Problems beizutragen. Sie nehmen gleichzeitig Wissen und Fertigkeiten mit, die sie sowohl bei ihrer anstehenden Abschlussarbeit als auch bei anderen Aufgaben in ihrer Laufbahn einsetzen können.</p> <p><b>Übergeordneter Mehrwert</b>  Dieses Seminar zielt darauf ab, das Interesse der Studierenden an der Forschung zu wecken. Indem das Seminar die reale Forschung in universitäre Lehre einbindet, trägt es zur Entwicklung der innovativen Lehre bei. Zusätzlich fördert es mit seiner Einbeziehung der Studierenden in die Forschung, mit seinem Bezug zu anspruchsvollen gesellschaftlichen Problemen sowie seiner organisatorischen Flexibilität zur nachhaltigen Entwicklung der Hochschulbildung bei.</p>
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• verstehen die vermittelten Inhalte</li> <li>• nehmen an der gemeinsamen Diskussion teil</li> <li>• erarbeiten selbständig ihr Thema</li> <li>• sind in der Lage, ihr Vorhaben zeitlich zu planen</li> <li>• sind in der Lage, ihr methodisches Vorgehen und ihre Ergebnisse in Form eines wissenschaftlichen Aufsatzes zu verfassen</li> <li>• sind in der Lage, ihre Arbeit angemessen zu visualisieren und zu präsentieren</li> </ul>
7	<b>Prerequisites</b>	Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Die Anmeldung erfolgt per Mail an <a href="mailto:Lena.Jaegers@fau.de">Lena.Jaegers@fau.de</a> , der Anmeldezeitraum wird rechtzeitig bekannt gegeben.
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Hausarbeit Präsentation
11	<b>Grading procedure</b>	Hausarbeit (70%) Präsentation (30%)
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	<b>Module name</b> 57387	<b>AI and Data in Business and Management</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: AI & Data in Business and Management (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Dr. Lydia Mammen Lauren Mackintosh	

4	<b>Module coordinator</b>	Dr. Lydia Mammen Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	
5	<b>Contents</b>	In the seminar, which is supervised by Dr. Lydia Mammen (Vice President Data Analytics at adidas), the students work in groups on seminar papers on changing questions in the context of artificial intelligence, digital technologies, and data in business and management. The results are then presented, defended, and discussed at a final event.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	The students work in groups largely self-directed and autonomous. They analyze complex business issues in the context of the management of artificial intelligence, digital technologies and data in organizations. For this purpose, the students collect empirical data and review existing (scientific) literature, if necessary, and decide largely independently on the methods of analysis to be used. The goal is the development, structuring and presentation of detailed and specialized knowledge based on the current state of knowledge on the respective topic. The developed results are then jointly presented by the group in the seminar and defended in front of Dr. Mammen and Prof. Dr. Voigt.	
7	<b>Prerequisites</b>	None.	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Projekt-/Praktikumsbericht Präsentation	
11	<b>Grading procedure</b>	Projekt-/Praktikumsbericht (50%) Präsentation (50%)	
12	<b>Module frequency</b>	every semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 60 h Independent study: 90 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	english	
16	<b>Bibliography</b>	None	

1	<b>Module name</b> 57410	<b>Product innovation management in emerging markets</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Product Innovation Management in Emerging Markets (vhb) (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Rabab Saleh Prof. Dr. Markus Beckmann	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Markus Beckmann Rabab Saleh	
5	<b>Contents</b>	<p>This course is an online course, which is included in the curriculum of the Virtuelle Hochschule Bayern (vhb). Hence, this course will be conducted online only. Attendance is only required for examination (see section method of examination).</p> <p>The course Product Innovation Management in Emerging Markets is intended for future managers and entrepreneurs who want to understand the trends in the management of innovation in an emerging markets context.</p> <p>The course includes a combination of online lectures, videos, keynotes and case studies in which participants study the management of innovation in emerging economies. Course contents include:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• An introduction to product innovation management in emerging markets</li> <li>• Basic definitions and concepts of emerging markets as well as innovation</li> <li>• Classification and case studies of innovations originating from emerging markets: e.g. frugal innovation, jugaad and reverse innovation</li> <li>• A discourse about the transformation of research and development (R&amp;D) strategies and innovation strategies of Multinationals</li> </ul> <p>Currents trends and future outlook on the innovation management in emerging markets</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Students will:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• become familiar with the scientific literature about innovation management in emerging markets.</li> <li>• understand basic concepts of innovation and emerging markets.</li> <li>• learn different types of innovations originating from emerging markets.</li> <li>• apply their knowledge about innovation in emerging markets in case studies.</li> </ul> <p>learn to apply the case study method as part of an interdisciplinary team (group presentation).</p>	
7	<b>Prerequisites</b>	Basic understanding of general management and innovation management topics (Bachelor level).	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	

10	<b>Method of examination</b>	Fallstudie(n) Präsentation
11	<b>Grading procedure</b>	Fallstudie(n) (60%) Präsentation (40%)
12	<b>Module frequency</b>	every semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	<p>Radjou, N., &amp; Prabhu, J. (2015), Frugal Innovation: How to Do More with Less. London: Profile Books. Govindarajan V. and Trimble C. (2012), Reverse Innovation, Harvard Business Review Press Radjou, N. and J. Prabhu (2015) Frugal innovation: how to do more with less. London: Profile Books Radjou, N. and J. Prabhu (2015) Frugal innovation: how to do more with less. London: Profile Books Brem A. and Viardot E. (2013), Evolution of Innovation Management, Palgrave Macmillan</p> <p>Agarwal, N., Grottke, M., Mishra, S., &amp; Brem, A. (2017). A systematic literature review of constraint-based innovations: state of the art and future perspectives. IEEE Transactions on Engineering Management, 64(1), 3-15. Agarwal, N., &amp; Brem, A. (2017). Frugal innovation-past, present, and future. IEEE Engineering Management Review, 45(3), 37-41. Agarwal, N., Chakrabarti, R., Brem, A., &amp; Bocken, N. (2018). Market driving at Bottom of the Pyramid (BoP): An analysis of social enterprises from the healthcare sector. Journal of Business Research, 86, 234-244</p>

1	<b>Module name</b> 57430	<b>Research projects in strategic management</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Research projects in strategic management (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Sebastian Junge	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Sebastian Junge	
5	<b>Contents</b>	Das Seminar soll Studierende dazu befähigen, sich kritisch mit aktuellen Fragestellungen des strategischen Managements auseinanderzusetzen. Durch die Einholung weitreichender Informationen (z.B. Datenerhebung), erarbeiten die Studierenden eine Lösung zu einem vorgegebenen, aktuellen Themengebiet. Die Erkenntnisse werden anschließend in einer mündlichen Prüfung dargestellt und diskutiert.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden erlernen, sich kritisch mit aktuellen Fragestellungen des strategischen Managements auseinanderzusetzen. Hierbei erlernen die Studierenden Informationen zielgerecht und detailliert zu beschaffen und diese lösungsorientiert aufzubereiten.	
7	<b>Prerequisites</b>	Keine <a href="https://www.unternehmensfuehrung.rw.fau.de/studium-lehre/aktuelle-lehre/research-projects-in-strategic-management/">https://www.unternehmensfuehrung.rw.fau.de/studium-lehre/aktuelle-lehre/research-projects-in-strategic-management/</a>	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	mündlich	
11	<b>Grading procedure</b>	mündlich (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	every semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german english	
16	<b>Bibliography</b>	Keine	

1	<b>Module name</b> 57455	<b>Regeneration and sustainable development</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Regeneration and sustainable development (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Dr. Francisco Layrissa Villamizar	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Markus Beckmann	
5	<b>Contents</b>	<p>The seminar provides content on the basics of regenerative practices across different industries and context. The course is divided into three general blocks.</p> <p>The first block of sessions will provide context into the importance of regeneration considering the limitations of current frameworks such as corporate philanthropy, corporate social responsibility and corporate sustainability management.</p> <p>The second block of sessions will concentrate in understanding the regenerative principles, the importance of socio-ecological systems and circularity.</p> <p>The third block of sessions will focus on analysing regeneration/ circularity in practice by looking at:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>i) Innovative business models that include regenerative practices and/or circularity</li> <li>ii) Transitions towards regeneration in agrofood systems.</li> <li>iii) Industrial ecology and circular practices</li> <li>iv) Risk management practices for climate change</li> </ul> <p>Students will have a mid term presentation and final presentation where they will have to identify an innovative business model that integrates regeneration/circularity. In addition, they will have to document in detail the aspects of the model.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>At the end of the seminar students will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Criticize and frame the limits of our current system</li> <li>• Articulate the root causes of today's wicked problems</li> <li>• Describe the underlying principles of regeneration and circularity</li> <li>• Define characteristics of regenerative and circular enterprises</li> <li>• Contrast traditional enterprises with innovative business/ practices models based on regeneration and/circularity</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	Previous courses on sustainability management are recommended but not required.	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2;4	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Hausarbeit Präsentation	
11	<b>Grading procedure</b>	Hausarbeit (50%) Präsentation (50%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h	

		Independent study: 120 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	All necessary materials will be provided via StudOn

1	<b>Module name</b> 57469	<b>Designing Information Systems for Behavior Change: Practical Applications</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Verena Tiefenbeck	
5	<b>Contents</b>	<p>Information systems increasingly provide the necessary tools to collect, analyze, and communicate data about individuals both in organizational and private contexts. This makes it possible to implement data-driven behavioral interventions using various devices including mobile phones, fitness trackers, or electricity smart meters. While some of these products successfully induce behavior change, others completely fail. The seminar introduces students to key concepts from behavioral economics and psychology and how to use them to build effective applications for behavior change in relevant domains including sustainability, healthcare or household spending.</p> <p>At the beginning of the semester, an introduction to the topic is provided and topics for the seminar thesis are assigned. During the semester, students work on their seminar thesis. The results are presented and discussed at the end of the semester.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>The research seminar prepares students for a master's thesis, so that they are able to answer a concrete research question in the field of digital transformation.</p> <p>More specifically, students</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Understand important behavioral theories</li> <li>• Get a first impression on theory testing</li> <li>• Relate the insights to practical challenges</li> <li>• Understand the limitations of the theories</li> <li>• Structure and plan a research-related assignment</li> <li>• Read and evaluate scientific publications</li> <li>• Write a scientific report</li> <li>• Use and cite literature sources</li> <li>• Present research findings to an audience</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	None	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Seminararbeit Präsentation	
11	<b>Grading procedure</b>	Seminararbeit (70%) Präsentation (30%)	
12	<b>Module frequency</b>	Unregelmäßig	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	



14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	Will be announced in class

1	<b>Module name</b> 57471	<b>Digital Marketing</b> Digital marketing	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Vorlesung: Digital Marketing (2.0 SWS) Übung: Digitales Marketing ÜB (1.0 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer Dr. David Schindler	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	
5	<b>Contents</b>	In der Vorlesung analysieren die Studierenden, wie digitale Technologien das Marketing verändern und diskutieren aktuelle Erkenntnisse aus der Marketingforschung. Aufbauend auf einer umfassenden theoretischen Konzeption erwerben die Studierenden Kenntnisse über die Rolle digitaler Technologien im Marketing aus der Konsumenten- und Unternehmensperspektive. Best-Practice Beispiele von verschiedenen Unternehmen veranschaulichen die Auswirkungen digitaler Technologien im Marketing auf die Unternehmenspraxis.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>In der Vorlesung werden relevante Kenntnisse, Perspektiven und Fähigkeiten vermittelt, um die Bedeutung digitaler Technologien im Marketing zu verstehen.</p> <p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• in kritischer Weise Theorien, Terminologien, Besonderheiten und Grenzen des Einsatzes digitaler Technologien im Marketing erläutern, anwenden und reflektieren.</li> <li>• wichtige Chancen und Risiken beim Einsatz digitaler Technologien im Marketing identifizieren und evaluieren.</li> <li>• den Wert und die Auswirkungen digitaler Technologien im Marketing für Konsumenten, Unternehmen und Gesellschaft anhand aktueller wissenschaftlicher Publikationen analysieren und beurteilen.</li> <li>• aus einer ganzheitlichen Sichtweise forschungs- und praxisorientierte Fragestellungen zum Einsatz digitaler Technologien im Marketing auf Basis breiter und spezialisierter Forschungsmethodik ausarbeiten und bewerten.</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation Klausur (60 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (0%) Klausur (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	every semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 60 h Independent study: 90 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	

15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	<p>Chaffey, Dave and Fiona Ellis-Chadwick (2022), Digital Marketing, Eighth edition. Upper Saddle River: Pearson.</p> <p>Grewal, Dhruv, John Hulland, Praveen K. Kopalle, and Elena Karahanna (2020), The Future of Technology and Marketing: A Multidisciplinary Perspective, Journal of the Academy of Marketing Science, 48 (1), 1-8.</p> <p>Hanlon, Annmarie (2022), Digital Marketing, Strategic Planning &amp; Integration, London: Sage Publication.</p> <p>Kannan, P. K. and Hongshuang Alice Li (2017), Digital Marketing. A Framework, Review and Research Agenda, International Journal of Research in Marketing, 34 (1), 22-45.</p> <p>Yadav, Manjig S. and Paul A. Pavlou (2020), Technology-Enabled Interactions in Digital Environments: A Conceptual Foundation for Current and Future Research, Journal of the Academy of Marketing Science, 48 (1), 132-136.</p>

1	<b>Module name</b> 57490	<b>Das Innovationsseminar</b> Innovation management seminar	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Das Innovationsseminar (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Hannah Altenburg Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Daniel Krauss	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	
5	<b>Contents</b>	In dem Seminar, welches vom Gründer und CIO (Chief Information Officer) von Flixbus (heute Flixbus GmbH), Herrn Daniel Krauss, begleitet wird, erarbeiten die Studierenden zu wechselnden Rahmenfragestellungen des Innovationsmanagements in Gruppen Seminararbeiten. Die Ergebnisse dieser werden dann im Rahmen von einer Abschlussveranstaltung vorgetragen, verteidigt und diskutiert.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden erarbeiten in Gruppen weitgehend selbstgesteuert und autonom Analysen zu komplexen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen im Kontext des Innovationsmanagements, insbesondere zu den Themen Business Model Innovation und Innovationsmarketing. Hierzu führen die Studierenden ggf. empirische Datenerhebungen und Literaturrecherchen durch und entscheiden weitgehend eigenständig über die zu verwendenden Analysemethoden. Das Ziel ist die Erarbeitung, Strukturierung und Darstellung von detailliertem und spezialisiertem Wissen auf dem aktuellen Erkenntnisstand zu der jeweils ausgeschriebenen Fragestellung. Die erarbeiteten Ergebnisse werden anschließend gemeinsam von der Gruppe in dem Seminar vertreten und vor Herrn Daniel Krauss und Herrn Prof. Dr. Voigt verteidigt.	
7	<b>Prerequisites</b>	Keine	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Hausarbeit Präsentation	
11	<b>Grading procedure</b>	Hausarbeit (50%) Präsentation (50%)	
12	<b>Module frequency</b>	every semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	
16	<b>Bibliography</b>	Kurspezifische Literatur wird im Kurs bekannt gegeben.	

1	<b>Module name</b> 58072	<b>Advanced marketing management I: Service Marketing</b> Advanced marketing management I: Services marketing	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer
5	<b>Contents</b>	In dieser Veranstaltung werden die Charakteristika von Dienstleistungen aufgezeigt und die Instrumente sowie Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings dargestellt und diskutiert. Es wird vertiefend auf einzelne Aspekte und aktuelle Forschungsergebnisse zum Dienstleistungsmarketing eingegangen. Studierende sollen im Rahmen der Veranstaltung insbesondere die Kompetenz erwerben, eine wissenschaftliche Fragestellung eigenständig zu bearbeiten, einen Lösungsvorschlag zu unterbreiten und zu verteidigen.
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden können wissenschaftliche Grundlagen des Dienstleistungsmarketings sowie spezialisiertes und vertieftes Fachwissen erläutern, anwenden und bewerten. Im Besonderen können Sie in vertiefter und kritischer Weise zudem die Theorien, Terminologien, Besonderheiten, Grenzen und Lehrmeinungen des Faches Dienstleistungsmarketing erläutern, anwenden und reflektieren. Die Studierenden können eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher Probleme im Dienstleistungsmarketing entwickeln. Studierende können komplexe fachbezogene Inhalte klar und zielgruppengerecht präsentieren, in Diskussionen argumentativ vertreten, sowie das eigene Argumentationsverhalten in kritisch-reflexiver Weise erweitern.
7	<b>Prerequisites</b>	Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Kernbereich gehört, vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Seminararbeit
11	<b>Grading procedure</b>	Seminararbeit (100%)
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester

15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	<p>Wirtz, J., Lovelock, C. H. (2022): Services marketing: people, technology, strategy, 9. Aufl., Hackensack, NJ.</p> <p>Zeithaml, V.A., Bitner, M. J., Gremler, D. D. (2021): Services marketing: integrating customer focus across the firm, 4. Aufl. (europäische Edition), Dubuque.</p>

1	<b>Module name</b> 58081	<b>Advanced marketing management VII</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer	
5	<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theoretische Grundmodelle des Kundenmanagements</li> <li>• Operative und strategische Prozesse der Kundenannäherung</li> <li>• Operative und strategische Prozesse der Kundengewinnung</li> <li>• Operative und strategische Prozesse der Kundenpflege</li> <li>• Management der Prozesse des Kundenmanagements</li> </ul>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden können wissenschaftliche Grundlagen sowie spezialisiertes und vertieftes Fachwissen anhand der Prozesse, Instrumente und Prinzipien des Kundenmanagements erläutern und anwenden. Im Besonderen können sie in vertiefter und kritischer Weise Theorien, Terminologien, Besonderheiten, Grenzen und Lehrmeinungen des Faches erläutern, anwenden und reflektieren. Studierende können eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher und praktischer Probleme im Bereich des Kundenmanagements anhand von Fallstudien entwickeln und anwenden.	
7	<b>Prerequisites</b>	keine	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur (60 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	
16	<b>Bibliography</b>	Diller, H., Haas, A., Ivens, B. (2005), Verkauf und Kundenmanagement, Stuttgart.	

1	<b>Module name</b> 53165	<b>Consumer relationship marketing</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Consumer Relationship Marketing (Seminar) (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Dr. Jens Cornelsen	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Andreas Fürst
5	<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theoretische Grundlagen, Konzept &amp; Abgrenzung</li> <li>• Technologie, Software und Datenschutz</li> <li>• Kundenwert-Modellierung und Word of Mouth-Marketing</li> <li>• Praxisbeispiele &amp; Cases Consumer Relationship Marketing</li> <li>• Zusammenarbeit mit einem hochrangigen CRM-Experten</li> <li>• Trends im Consumer Relationship Marketing</li> </ul>
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden können Consumer Relationship Marketing (b2c) inhaltlich-konzeptionell klar einordnen und CRM (b2c) in seinen vielfältigen Facetten eindeutig abgrenzen zu verwandten Konzepten und Ansätzen. Sie können CRM (b2c) zudem in seiner daten-, technologie- und datenschutzbezogenen Komponente fundiert erläutern und kritisch reflektieren. Die Teilnehmenden können eigenständige Ideen und Konzepte zur Entwicklung und Anwendung von Consumer Relationship Marketing anhand von Fallstudien entwickeln und anwenden.
7	<b>Prerequisites</b>	Keine; Die Teilnehmendenzahl ist begrenzt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Diskussionsbeitrag Präsentation
11	<b>Grading procedure</b>	Diskussionsbeitrag (50%) Präsentation (50%)
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Cornelsen, Jens: Kundenwertanalysen im Beziehungsmarketing, Nürnberg 2000.



1	<b>Module name</b> 52290	<b>International finance</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Christian Merkl
5	<b>Contents</b>	This course covers a wide range of topics (e.g., exchange rates and exchange rate regimes, national accounts and capital flows, international financial system, international banking and central banking). Basic economic concepts will be provided as a background. Statistics and empirical results will be shown to understand the validity of these concepts. Recent real life examples/case studies will be used to analyze the implications for policy makers, international organisations and business.
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Students <ul style="list-style-type: none"> <li>• understand and apply basic concepts of exchange rate determination and their validity.</li> <li>• learn about driving forces of capital flows.</li> <li>• analyze how international (central) banking and the international financial system work.</li> <li>• apply their knowledge in a presentation (either in case study style or in a small quantitative project).</li> </ul>
7	<b>Prerequisites</b>	Macroeconomics (Bachelor)
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	schriftlich/mündlich (60 Minuten)
11	<b>Grading procedure</b>	schriftlich/mündlich (100%) Examination form: written exam. The grade can be improved up to 0.7 units with a voluntary presentation during the winter term. This requires the written exam to be graded no worse than 4.0.
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	Presentation slides and relevant literature will be provided

1	<b>Module name</b> 54326	<b>Strategy &amp; AI</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Sebastian Junge	
5	<b>Contents</b>	In this seminar, the students interactively define, explore, and challenge use cases and applications for Artificial Intelligence in the (corporate and business) strategy process. Almost daily new AI software is released, which potentially can be beneficial in the strategy process. However, the selection and the right application are a prerequisite for useful and unbiased results. In this seminar use cases are defined together and the results will be presented and discussed.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>The goal of this seminar is the search, practical application, and critical reflection of various AI tools on real-life uses cases.</p> <p>The student groups develop analyses on various use cases and collectively provide an overview on the current status quo of AI tools and how to approach them. The focus lies on experimenting together how AI tools can bring value to the selected examples.</p> <p>The module furthermore aims to develop the students' understanding of and capability to use (generative) AI in a business environment and to solve a set of specific problems. This includes, among others, the right application and input (e.g., prompts) as well as the critical reflection of the output.</p>	
7	<b>Prerequisites</b>	keine The number of participants is limited to a maximum of 24 students. The application period will be announced via the chair's homepage or StudOn. <a href="https://www.unternehmensfuehrung.rw.fau.de/studium-lehre-2/aktuelle-lehre/strategy-ai/">https://www.unternehmensfuehrung.rw.fau.de/studium-lehre-2/aktuelle-lehre/strategy-ai/</a>	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1;3	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Seminararbeit+Vortrag Präsentation & Seminararbeit	
11	<b>Grading procedure</b>	Seminararbeit+Vortrag (100%) Präsentation (80%), Seminararbeit (20%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 24 h Independent study: 126 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	

15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	Relevant literature will be announced during the course.

1	<b>Module name</b> 54821	<b>Gesundheitsökonomische Evaluationen I</b> Evaluation methods in health economics I	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Gesundheitsökonomische Evaluationen I (3.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Oliver Schöffski	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Oliver Schöffski	
5	<b>Contents</b>	Bei allen öffentlichen Großprojekten sind Kosten-Nutzen-Analysen zwingend vorgeschrieben. Die Methodik wurde im Gesundheitswesen weiterentwickelt, wo auch intangible Effekte (z.B. Lebensqualität) berücksichtigt werden müssen. In der Veranstaltung werden die unterschiedlichen Studienformen, die Grundprinzipien, das Design von gesundheitsökonomischen Studien und insbesondere das QALY- und das Effizienzgrenzenkonzept behandelt.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ermessen den Unterschied zwischen Effektivität und Effizienz im Gesundheitswesen</li> <li>• diskutieren verschiedene Möglichkeiten der Berechnung von Kosten und Nutzen medizinischer Maßnahmen und setzen Kosten und Nutzen verschiedener medizinischer Maßnahmen zueinander in Beziehung</li> <li>• beurteilen aktuelle Diskussionen zu dieser Thematik</li> <li>• vergleichen die verschiedenen Grundformen und -prinzipien gesundheitsökonomischer Evaluationen sowie die damit verbundenen Konzepte</li> <li>• schätzen das QALY-Konzept im Hinblick auf seine Relevanz ein</li> <li>• skizzieren das Design einer gesundheitsökonomischen Studie</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	Keine	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur mit MultipleChoice (60 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur mit MultipleChoice (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	
16	<b>Bibliography</b>	Schöffski / Graf von der Schulenburg (Hrsg.): Gesundheitsökonomische Evaluationen, 3. oder 4. Aufl., Berlin u. a., 2007, 2008 oder 2012.	

1	<b>Module name</b> 57453	<b>Branchen- und themenspezifisches Nachhaltigkeitsmanagement</b> Industry and issue specific sustainability management	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Markus Beckmann	
5	<b>Contents</b>	<p>Das Seminar vermittelt Inhalte zu den Grundlagen des Nachhaltigkeitsmanagements in Forschung und Praxis. In enger Zusammenarbeit mit unserem Unternehmenspartner Uvex werden aktuelle Herausforderungen für die Nachhaltigkeit im Unternehmen identifiziert und Lösungsvorschläge erarbeitet.</p> <p>Die ersten Sitzungen dienen dazu, eine interaktive Einführung in das Thema Nachhaltigkeit zu geben und die unterschiedlichen Wissensstände der Studierenden aus verschiedenen Disziplinen zu harmonisieren. Die Studierenden lernen verschiedene Konzepte und Instrumente des Nachhaltigkeitsmanagements kennen. Damit zielt das Seminar auf ein systematisches Verständnis relevanter Managementwerkzeuge und neuartiger Instrumente und Funktionen zur Bewältigung von Nachhaltigkeitsthemen. Nach einer theoretischen Einführung werden die Studierenden mit den aktuellen Nachhaltigkeitsthemen bei Uvex in den Dimensionen der Triple Bottom Line vertraut gemacht. Diese Projekte konzentrieren sich auf Themen wie Kreislaufwirtschaft oder Impact Assessment. Im zweiten Teil des Seminars geht es darum, das theoretische Wissen in die Praxis umzusetzen. Zu diesem Zweck arbeiten die Studierenden in Projektteams an einer praktischen Lösung für ein bei Uvex identifiziertes Nachhaltigkeitsproblem in kooperativer Abstimmung mit den Seminarleitern. In einer Zwischenpräsentation haben die Studierenden die Möglichkeit, Feedback zu erhalten und ihre Ideen zu überarbeiten. Am Ende des Seminars findet eine Abschlusspräsentation statt und die Studierenden erstellen eine Dokumentation ihrer Projektarbeit.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Am Ende des Seminars sind die Studierenden in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nachhaltigkeitsthemen aus der Praxis zu identifizieren und deren Managementrelevanz zu beurteilen;</li> <li>• grundlegende betriebswirtschaftliche Ansätze zur Bewältigung sozialer und ökologischer Probleme zu analysieren und anzuwenden;</li> <li>• ihre qualitativen Forschungs- und Projektmanagementkompetenzen anzuwenden;</li> <li>• Methoden des Nachhaltigkeitsmanagements zu reflektieren und selbstbewusst umzusetzen;</li> <li>• Soft Skills wie strukturierte Teamarbeit und professionelle Präsentationen anzuwenden und zu reflektieren</li> </ul>	

7	<b>Prerequisites</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bereits besuchte Kurse zum Nachhaltigkeitsmanagement sind von Vorteil</li> <li>• Interesse an praxisorientiertem Nachhaltigkeitsmanagement;</li> <li>• Motivation zur selbständigen Arbeit in einem Team</li> </ul>
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3;1
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation schriftlich Gemeinsame Analyse und Bearbeitung einer Nachhaltigkeitsherausforderung und Konzeptentwicklung in Projektteams mit Zwischen- und Abschlusspräsentation. Zusätzlich wird die Dokumentation des Problemlösungsprozesses benotet.
11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (70%) schriftlich (30%) Präsentation (70%) und Dokumentation (30%)
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german english
16	<b>Bibliography</b>	All necessary materials will be provided via StudOn

1	<b>Module name</b> 53511	<b>Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung I</b> Advanced management research methods I	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Introduction to Sustainable Technology Management	5 ECTS
3	Lecturers	Rabab Saleh Prof. Dr. Markus Beckmann	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Peter Bican Annette Bilgram	
5	<b>Contents</b>	Technology management is an emerging and vibrant research field with a highly interdisciplinary nature. Within this course, current trends will be presented and discussed in an international context. Key concepts will be discussed and applied through course assignments. The goal is to deepen the understanding of state-of-the-art technology management approaches for successful development and commercialization of new products. Groups will work interdisciplinary. This course includes where applicable also guest presentations from visiting lecturers/industry representatives.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Students will</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>attain a familiarity with the scientific literature and the ability to view technology management in the context of other concepts and theories,</li> <li>apply key concepts of technology management,</li> <li>learn how to conduct a comprehensive scientific literature research and analysis and how to apply the research results in the scope of their assignment</li> <li>learn to make technology management decisions as a part of an interdisciplinary team (via assignments).</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	<p>Successfully finished course in Innovation Management obligatory (at least bachelor level).</p> <p>The course is limited to 25 students. To ensure interdisciplinary teams, there might be restrictions for students of specific fields of studies.</p> <p>Registration for the seminar is only possible at the information meeting. Location and date for the meeting will be announced via the website of the Chair, as well as further details for the application process.</p>	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	<p>Methoden der Managementforschung Master of Science Management 20192</p> <p>Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242</p>	
10	<b>Method of examination</b>	Hausarbeit	
11	<b>Grading procedure</b>	Hausarbeit (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	every semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	<p>Contact hours: 30 h</p> <p>Independent study: 120 h</p>	

14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	Will be announced



1	<b>Module name</b> 55440	<b>Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung II</b> Advanced methods of management research II	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers. Anwesenheitspflicht	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Thomas Fischer
5	<b>Contents</b>	Wechselnde Themen aus dem Bereich Controlling.
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden lernen, ein aktuelles Fachproblem mit wissenschaftlichen Methoden zu einem eingegrenzten Themenbereich zu bearbeiten, einen Lösungsvorschlag zu entwickeln und diesen in einer wissenschaftlichen Diskussion zu verteidigen. Hierdurch werden fachliche und persönliche Kompetenzen entwickelt. Die Studierenden geben und erhalten im Rahmen interaktiver Präsentationen der Arbeitsergebnisse ein wertschätzendes Feedback über die erbrachte Leistung. Es besteht Anwesenheitspflicht.
7	<b>Prerequisites</b>	Besuch der Veranstaltungen Controlling of Business Systems und Controlling and Reporting.
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3
9	<b>Module compatibility</b>	Pflichtbereich 2 Master of Science Management 2009 Methoden der Managementforschung Master of Science Management 20192 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	schriftlich/mündlich Seminararbeit (12-15 Seiten) und Präsentation (ca. 15 Minuten) und Diskussionsbeitrag (ca. 10 Minuten) <i>Es handelt sich um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWISO in der jeweils geltenden Fassung alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWISO eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.</i> <b>Aufgrund des Endes der Dienstzeit von Herrn Prof. Dr. Thomas M. Fischer zum 30.09.2025 ist es möglich, dass die Veranstaltung im Wintersemester 2025/26 nicht mehr angeboten wird.</b>
11	<b>Grading procedure</b>	schriftlich/mündlich (100%) Seminararbeit (60%) und Präsentation (30%) und Diskussionsbeitrag (10%)
12	<b>Module frequency</b>	Unregelmäßig

13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	Literaturhinweise werden bei der Themenvergabe bekannt gegeben.

1	<b>Module name</b> 55450	<b>Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung III</b> Advanced methods of management research III	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Hauptseminar / Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Christopher Münch	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	
5	<b>Contents</b>	Im Rahmen dieser Veranstaltungen werden wechselnde Themenbereiche aus dem Gesamtfeld logistischer Forschung vertieft. Zu diesen Bereichen gehören: Logistik als Wissenschaft, praktische Anwendungsfelder des Supply Chain Management, Technologieeinsatz in der Logistik sowie Personen- und Güterverkehr als logistische Aufgabenstellungen.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Teilnehmer leisten einen aktiven Beitrag zur Aufarbeitung des jeweils gewählten Themenbereichs in Form von Projekt- bzw. Seminararbeiten und Kurzpräsentationen. Sie erwerben dabei Grundfertigkeiten eigenständigen wissenschaftlichen Arbeitens, wie die selbständige Literatursuche und die kritische Auseinandersetzung mit dem aktuellen Forschungsstand. Die Studierenden erlernen fortgeschrittene wissenschaftliche Methoden der Managementforschung im begleitenden Seminar.	
7	<b>Prerequisites</b>	Keine	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Pflichtbereich 2 Master of Science Management 2009 Methoden der Managementforschung Master of Science Management 20192 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Hausarbeit Präsentation	
11	<b>Grading procedure</b>	Hausarbeit (50%) Präsentation (50%)	
12	<b>Module frequency</b>	every semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	
16	<b>Bibliography</b>	Theisen, M.R.: Wissenschaftliches Arbeiten: Technik Methodik Form, 14. Auflage, München, 2008.	

1	<b>Module name</b> 58062	<b>Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung IX</b> Advanced methods of management research IX	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Marketing Seminar (4.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	
5	<b>Contents</b>	Die Studierenden arbeiten sich in eine aktuelle Fragestellung in der Marketingforschung ein (z.B. auf den Gebieten Marktforschung, Preismanagement, Produkt- und Innovationsmanagement und Konsumentenverhalten).	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Die Studierenden können weitgehend eigenständig Forschungsfragen mit Hilfe qualitativer oder quantitativer Methoden beantworten. Die Studierenden können sich eigenständig Wissen über wissenschaftliche Fachthemen erschließen und dieses anwenden. Sie können wissenschaftliche Studien aus international referierten Marketingjournals kritisch reflektieren und Studienergebnisse in den Gesamtkontext einordnen sowie deren Beitrag zur wissenschaftlichen Forschung gewichten. Die Studierenden können eigenständige Ideen zur Lösung wissenschaftlicher Probleme entwickeln und verteidigen. Die Studierenden können die Ergebnisse ihrer Ausarbeitungen auf einem wissenschaftlichen Niveau präsentieren und bereichsspezifische wie auch übergreifende Diskussionen führen.</p> <p>Die Studierenden können im Hinblick auf die Anfertigung der Masterarbeit Ziele für die eigene Entwicklung definieren sowie eigene Stärken und Schwächen reflektieren.</p>	
7	<b>Prerequisites</b>	Studien- und Prüfungsleistungen aller Pflichtmodule des 1. Semesters erfolgreich erbracht. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Pflichtbereich gehört, vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Methoden der Managementforschung Master of Science Management 20192 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Seminararbeit	
11	<b>Grading procedure</b>	Seminararbeit (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 60 h Independent study: 90 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german english	



1	<b>Module name</b> 55470	<b>Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung V</b> Advanced methods of management research V	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Hauptseminar: Advanced Theories and Methods in Strategy (Seminar zur Managementforschung) (4.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Dr. Verena Hoßnofsky	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Harald Hungenberg Prof. Dr. Sebastian Junge	
5	<b>Contents</b>	<p>Students get to learn the basics of empirical economic and social research and develop a critical attitude and their own approaches to theories of strategic management and testing methods.</p> <p>On the one hand, theoretical insights into the preparation of a scientific paper are given. For this purpose, both the content-related building blocks and their structural design are analyzed and evaluated on the basis of current studies in the field of strategic management (e.g. innovation, executive cognition and personality, organizational behavior, entrepreneurship, and corporate social responsibility). In addition, the statistical basics, especially for quantitative, but also for qualitative economic and social research and working with statistical software are taught.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Students get familiar with different types of conducting research. They learn how an academic article is structured and what to consider in each section. Students read and discuss various studies for this purpose. Participants also work on their writing style. In addition, students learn statistical methods and apply them using appropriate statistical software.</p>	
7	<b>Prerequisites</b>	<p>The module is a prerequisite for students who wish to write their master's thesis at the chair in the following semester. The number of participants is limited to a maximum of 16 students. The application period will be announced via the homepage or StudOn. <a href="https://www.unternehmensfuehrung.rw.fau.de/studium-lehre/aktuelle-lehre/advanced-theory-and-methods-in-strategy/">https://www.unternehmensfuehrung.rw.fau.de/studium-lehre/aktuelle-lehre/advanced-theory-and-methods-in-strategy/</a></p>	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	<p>Pflichtbereich 2 Master of Science Management 2009 Methoden der Managementforschung Master of Science Management 20192 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242</p>	
10	<b>Method of examination</b>	Hausarbeit	
11	<b>Grading procedure</b>	Hausarbeit (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	every semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	<p>Contact hours: 30 h Independent study: 120 h</p>	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	

15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	Woolridge, J.M. (2020), Introductory Econometrics: A Modern Approach, 4. A., Cengage. Further literature will be announced in the course.

1	<b>Module name</b> 55480	<b>Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung VI</b> Advanced methods of management research VI	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Hauptseminar: Masterseminar (3.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Oliver Schöffski Dr. Martin Schwandt	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Oliver Schöffski	
5	<b>Contents</b>	Diese Veranstaltung ist verpflichtend an dem Lehrstuhl zu absolvieren an dem die Masterarbeit geschrieben wird. Den Studierenden werden durch die Präsentation von sich in Bearbeitung befindenden Abschlussarbeiten Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens vermittelt, die in der Masterarbeit Anwendung finden. Zudem stellen sie ihr eigenes Thema vor und müssen hier Methoden, Ergebnisse und Herausforderungen diskutieren. Daneben erhalten Sie hilfreiche Anregungen zum Projektmanagement und zur Vorgehensweise bei praxisnahen Masterarbeiten.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• erfahren, auf welche Art und Weise und mit Hilfe welcher Methoden wissenschaftliche Arbeiten angefertigt werden</li> <li>• diskutieren und hinterfragen aktuelle Entwicklungen im Gesundheitswesen</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	keine	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Pflichtbereich 2 Master of Science Management 2009 Methoden der Managementforschung Master of Science Management 20192 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation	
11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	every semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german	
16	<b>Bibliography</b>	Wird jeweils zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.	



1	<b>Module name</b> 55490	<b>Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung VII</b> Advanced methods of management research VII	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Forschungsseminar (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Lauren Mackintosh Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Hannah Altenburg	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	
5	<b>Contents</b>	Gegenstand der Veranstaltung stellen die Themenfelder Technologiemanagement und Business Model Innovation dar. Ziel der Veranstaltung ist es, einen Überblick über ein gewähltes Forschungsgebiet aus den genannten Forschungsfeldern zu gewinnen. Von Interesse sind dabei auch die verwendete Methodik und die erzielten Ergebnisse.	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Studierende entwickeln und führen im Rahmen des Seminars weitestgehend selbstständig ein wissenschaftliches Forschungsprojekt durch. Hierfür bewerten, hinterfragen und vergleichen die Studierenden wissenschaftliche Artikel und Veröffentlichungen, die in englischer und deutscher Sprache verfasst wurden und die von den Studierenden selbst erschlossen wurden. Auf Basis dieser Recherche bilden Studierende begründete Hypothesen oder Forschungsfragen, die anhand einer eigenständigen qualitativen oder quantitativen Befragung überprüft, beurteilt, diskutiert und interpretiert werden. Studierende schätzen im Seminar ihre eigenen Stärken und Schwächen im Hinblick auf ihr wissenschaftliches Arbeiten ein und gestalten einen weiterführenden Lernprozess, der es ihnen erlaubt, neue forschungsorientierte Aufgaben in den behandelten Forschungsdisziplinen oder anderen Forschungsdisziplinen zu bearbeiten. Gleichzeitig geben Studierende Kommilitonen wertschätzendes Feedback auf erbrachte Zwischenleistungen. Die Studierenden lernen und arbeiten mit anderen Studierenden gemeinsam an einzelnen Aufgaben des Seminars und übernehmen dabei im Team eine herausgehobene Verantwortung.	
7	<b>Prerequisites</b>	Keine	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Pflichtbereich 2 Master of Science Management 2009 Methoden der Managementforschung Master of Science Management 20192 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Präsentation Hausarbeit	
11	<b>Grading procedure</b>	Präsentation (50%) Hausarbeit (50%)	
12	<b>Module frequency</b>	every semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h	

		Independent study: 120 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german english
16	<b>Bibliography</b>	Jeweils aktuelle kursspezifische Literatur (wird im Kurs bekannt gegeben).

1	<b>Module name</b> 58063	<b>Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung X</b> Advanced methods of management research X	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Marketingseminar (4.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Andreas Fürst	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Andreas Fürst
5	<b>Contents</b>	Die Studierenden arbeiten sich in eine aktuelle Fragestellung in der Marketingforschung ein (z.B. auf den Gebieten Kundenmanagement, Industriegütermarketing und Vertriebspolitik).
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden können weitgehend eigenständig Forschungsfragen mit Hilfe qualitativer oder quantitativer Methoden beantworten. Die Studierenden können sich eigenständig Wissen über wissenschaftliche Fachthemen erschließen und dieses anwenden. Sie können wissenschaftliche Studien aus international referierten Marketingjournals kritisch reflektieren und Studienergebnisse in den Gesamtkontext einordnen sowie deren Beitrag zur wissenschaftlichen Forschung gewichten. Die Studierenden können eigenständige Ideen zur Lösung wissenschaftlicher Probleme entwickeln und verteidigen. Die Studierenden können die Ergebnisse ihrer Ausarbeitungen auf einem wissenschaftlichen Niveau präsentieren und bereichsspezifische wie auch übergreifende Diskussionen führen. Die Studierenden können im Hinblick auf die Anfertigung der Masterarbeit Ziele für die eigene Entwicklung definieren sowie eigene Stärken und Schwächen reflektieren.
7	<b>Prerequisites</b>	Studien- und Prüfungsleistungen aller Pflichtmodule des 1. Semesters erfolgreich erbracht. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Pflichtbereich gehört, vorrangig behandelt.
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3
9	<b>Module compatibility</b>	Methoden der Managementforschung Master of Science Management 20192 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Seminararbeit
11	<b>Grading procedure</b>	Seminararbeit (100%)
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 60 h Independent study: 90 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german english
16	<b>Bibliography</b>	Literaturangaben erfolgen durch den Lehrstuhl vor Beginn des Semesters.

1	<b>Module name</b> 58064	<b>Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung XI</b> Advanced methods of management research XI	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung XI (4.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer	
5	<b>Contents</b>	Die Studierenden arbeiten sich in eine aktuelle Fragestellung der Marketingforschung ein (z.B. auf den Gebieten Dienstleistungsmarketing, Finanzdienstleistungsmarketing, Kunden- und Vertriebsmanagement).	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	Die Studierenden können weitgehend eigenständig Forschungsfragen mit Hilfe qualitativer oder quantitativer Methoden beantworten. Die Studierenden können sich eigenständig Wissen über wissenschaftliche Fachthemen erschließen und dieses anwenden. Sie können wissenschaftliche Studien aus international referierten Marketingjournals kritisch reflektieren und Studienergebnisse in den Gesamtkontext einordnen sowie deren Beitrag zur wissenschaftlichen Forschung gewichten. Die Studierenden können eigenständige Ideen zur Lösung wissenschaftlicher Probleme entwickeln und verteidigen. Die Studierenden können die Ergebnisse ihrer Ausarbeitungen auf einem wissenschaftlichen Niveau präsentieren und bereichsspezifische wie auch übergreifende Diskussionen führen. Die Studierenden können im Hinblick auf die Anfertigung der Masterarbeit Ziele für die eigene Entwicklung definieren sowie eigene Stärken und Schwächen reflektieren.	
7	<b>Prerequisites</b>	Studien- und Prüfungsleistungen aller Pflichtmodule des 1. Semesters erfolgreich erbracht. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Pflichtbereich gehört, vorrangig behandelt.	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Methoden der Managementforschung Master of Science Management 20192 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Seminararbeit	
11	<b>Grading procedure</b>	Seminararbeit (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 60 h Independent study: 90 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	german english	
16	<b>Bibliography</b>	Literaturangaben erfolgen durch den Lehrstuhl vor Beginn des Semesters.	

1	<b>Module name</b> 54324	<b>Climate Policy</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Johan Lilliestam
5	<b>Contents</b>	<p>Climate change is one of the big challenges of our time, touching all aspects of the environment and of society. There is broad recognition that governments must do something about it: the implication of the Paris Agreement and its 1.5 and 2 degrees targets is the complete elimination of greenhouse gas emissions from the energy system within the next 30 to 40 years.</p> <p>This is a very complicated problem. Fundamentally this is because it means doing something that humanity has never really tried before at a planetary scale: deliberately altering the ways we produce, convert, and consume energy. Modern society grew up on fossil fuels, and the huge benefits they offered in terms of energy that was inexpensive, easy and safe to transport, store and consume. How to manage a non-fossil world with 8 or 10 billion people, all aspiring to the Western living standards, is a question for which there is no easy answer.</p> <p>From a technical perspective, there are many answers, typically relying on a bouquet of solutions, from wind power to nuclear power, from solar heat to passive housing without any heat demand at all. The technical side of decarbonisation is difficult, but possible.</p> <p>The real nut to crack, however, is about the strategies and governance for how to achieve such a complete transformation: the policy side of climate and energy. This is very complicated, even if we – as we do in this course – exclude the non-energy aspects of the climate transition. Arguably a government could pass a law that forbids people from using fossil fuels. But politically this is unrealistic, at least while so many people depend on fossil fuels in their daily lives. And even worse, it is not certain that it would work, because the technological alternatives may not be available and implementable overnight. What is to be done? For this, one needs to turn to various ideas about what a government can and should do, whether and how it should influence and steer society. On the one hand are ideas suggesting that government should play a very limited role relative to private actors and should step in only to correct “market failures”, with “market-based” interventions designed specifically around that failure. On the other hand are ideas suggesting that government needs to guide the transition more</p>

		<p>directly, including through public investments or radical reforms, designed to support the solutions determined to be the ones we want. And on the third hand, if such a hand exists, are ideas posing that the problem is our own consumption patterns and that these, and economic growth in general, are entirely incompatible with climate protection: only consuming radically less will help. Such fundamental issues come to the fore in climate and energy policy discussions and debates. This course is about all that.</p> <p>The course will meet once per week, with a reading before each class. Typically, this will be 1-3 articles, book chapters or reports on a topic related to the topic of the class, making the reading essential for the class. We will read two entire books, which will form the foundation for the seminar series, and each of the books will be the basis for essays to be written and handed in during the semester. The entire course will be the basis for the final essay, written in presence.</p>
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>The goal is to give students the ability to evaluate energy and climate policy arguments made by politicians, experts, and academics with a critical eye, informed by knowledge of history, an understanding of the theoretical underpinnings and the empirically observed effects of different strategies. Students successfully finishing the course are able to understand and deconstruct the energy and climate policy debate that is currently raging in Germany, Europe and internationally, and create their own solutions. Thereby, she or he will be able to step into for example a research institute, an NGO or government agency involved in energy policy, policy analysis or political advocacy, and immediately be able to make an informed and creative contribution.</p>
7	<b>Prerequisites</b>	None
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1;3
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	Seminararbeit
11	<b>Grading procedure</b>	<p>Seminararbeit (100%)  The grade is based on the grades of three essays:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Essays 1 (10%) and 2 (25%), each max 1000 words, written at home as open-book exams</li> <li>• Essay 3 (65% of the final grade), max 1500 words, will be written in presence as closed-book exam, on a given topic. The topic will be known to students in advance.</li> </ul>
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester

13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	<p>All required readings except the books will be supplied online. The books of Dryzek (Print), Nordhaus and Patt (e-books) are available from the library.</p> <p><b>Books</b></p> <p><b>Mandatory</b> (as input for the essays):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• William Nordhaus (2015): The Climate Casino. Risk, uncertainty, and economics of a warming world, Yale University Press, New Haven.</li> <li>• Anthony Patt (2015): Transforming Energy. Solving climate change with technology policy, Cambridge University Press, New York.</li> </ul> <p><b>Recommended</b> (selected chapters are mandatory for classes):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• John Dryzek (2021): The politics of the Earth, OUP Oxford, Oxford.</li> </ul> <p><b>Mandatory reading for each class</b></p> <p>Will be provided in online well in advance of each class.</p>

1	<b>Module name</b> 54323	<b>Energy policy instruments for deep decarbonisation</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Johan Lilliestam	
5	<b>Contents</b>	<p>Climate change is one of the big political challenges of our time. It has been on the political agenda for some 30 years, in an increasing number of countries. With the Paris Agreement, almost all countries have committed themselves to contributing their share to limiting the global temperature to well below 2 degrees, implying a commitment to a carbon-neutral global economy by mid-century.</p> <p>In terms of emission reductions, one cannot say that it has gone well: globally, GHG emissions are still increasing. To a large extent, this ongoing increase is presently caused by economic growth and industrial development in emerging countries, causing a hunger for energy that is often fed with fossil energy, including oil for the growing transport systems and coal or gas power for the power grids.</p> <p>In the industrialised world itself, however, emissions often decrease. In Europe, for example, GHG emissions have decreased by some 20% compared to 1990, and the European Union met its 2020 climate target. Evidently, it is possible to bend the emissions curve. Particularly the energy sector – responsible for some 2/3 of global greenhouse gas emissions – starts seeing radical changes, both through the rise of renewable energy technologies and efficiency measures. In Europe, at least some policy efforts appear to have worked: emissions and energy demand are decreasing, and European (together with a handful of other countries’) policies have contributed to making renewables technologically and economically viable, putting Europe and all other countries in a position where complete energy system decarbonisation may be feasible.</p> <p>In this course, we will explore the instrumentation of climate policy in the energy sector, especially on the European and national levels. The course will centre on historical and prospective policy analysis of energy policy instruments, drawing on concepts, theories and evaluation frameworks from various disciplines, including political science and environmental, behavioural and evolutionary economics. We will go far beyond the conventional description of “climate policy” as global treaties and carbon pricing, and look at the broad set of policy instruments that affect</p>	



		<p>the chances to decarbonise energy, with a focus on the European context. In this course, we will</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• create policy solutions to take us from today's fossil-based system to a carbon-neutral energy future in Europe, by</li> <li>• investigating different types of energy policy instruments, their theoretical roots and expected effects;</li> <li>• analysing the actual performance of these instruments through case studies of both successful and failed historical cases, in order to understand how instrument design affects success chances, but also how instruments differ in both scope and aim;</li> <li>• learning how instruments interact in a policy mix, each performing a specific task and contributing to a successful energy transition.</li> </ul> <p>The course is designed in a <b>flipped classroom</b> approach, with extensive preparations needed – both reading and watching the input presentations for each class (see below) – and <b>entirely interaction-based meetings in class</b>. In the class meetings, we will be working together to draw lessons from the input presentations and to solve case problems taken from real-world situations in European energy policy, from heat decarbonisation in Finland to wind power deployment in France, from electric car chargers in Berlin to building bikelanes in Amsterdam.</p> <p>The main input format for each seminar day will be presentations by students, for each block 3-5 presentations (depending on the number of students) of 15-20 minutes each, focusing either on the theoretical embedding of the class or on describing and evaluating real-world cases in which the instrument has been implemented. The presentations will be graded, making up a part of your final grade. All will receive written feedback from me, as I believe this is essential for learning and improving presentation skills.</p> <p>These presentations will be recorded by the students and the videos made available at least 3 days before each class day. Instead of sitting through 1-1.5 hours of presentations on each seminar day, which would be tiring for all, we “shift” this time to before the actual meeting, so that the 4.5 hours of each (double) seminar each physical meeting will instead be around 3 hours minutes, so from 13.15 to approximately 16.45 (including coffee). It does not reduce the workload or teaching time, but it does increase the flexibility in preparing for class.</p>
6	<p><b>Learning objectives and skills</b></p>	<p>Students understand the breadth of the climate and energy policy field, the diversity of instruments, and know how the main instrument types work and interact. They are able to identify a policy and allocate it to the appropriate theoretical roots. Students are able to evaluate whether a policy is likely to achieve its</p>

		aims, informed by knowledge of the functioning, efficiency and effectiveness of similar policies elsewhere or in the past, and can suggest alternative or complementing policies for achieving a particular energy policy goal. Students are able to generalise and combine knowledge about the barriers to decarbonisation in various energy sectors and the barriers addressed by specific policy instruments as applied in cases discussed in class, in order to create own suggestions for decarbonisation of any energy sector or geographic context.
7	<b>Prerequisites</b>	None
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 1;3
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242
10	<b>Method of examination</b>	mündlich
11	<b>Grading procedure</b>	<p>mündlich (100%)  The grading will be based to 1/3 on your presentation grade and 2/3 of an oral exam grade.  Each student will receive an individual presentation grade and feedback, but the presentation grade will also consist (25%) of the coordination of the group of presentations of each session as a whole.</p> <p>The course will end with an oral exam of 15-20 minutes, counting 2/3 towards the final grade. At this exam, each student will be given case to solve (in advance), prepare a solution, briefly summarise it and defend it. Each case will be of the format “given the policies COUNTRY has in place to decarbonise SECTOR, what should it do – to complement or replace the existing policy mix – in order to reach the 2030 target and enter a path to carbon neutrality by mid-century?”</p>
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	<p>There will be substantial reading required in preparation of each class, consisting both of academic literature and of primary policy texts. A book (M. Grubb: <i>Planetary Economics</i>) will accompany us throughout the semester. This book is available as an open access ebook. The full list of mandatory readings will be available on the course page.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Michael Grubb (2014): <i>Planetary Economics</i>, Routledge.</li> </ul> </li> </ul>

- - Reading list and texts will be provided when the semester starts.
- - An initial set of suggested readings will be recommended, but students will need to do their own research of both the theory and empirics of the case studies.

1	<b>Module name</b> 55462	<b>Advanced methods of management research IV</b> Advanced management research methods IV	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Advanced Methods of Management Research IM IV (3.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Maxim Grib Prof. Dr. Dirk Holtbrügge	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge	
5	<b>Contents</b>	Current issues in the field of International Management	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	The students learn about advanced methods of management research and how to apply them to current questions in the field of International Management. Students carry out a research project in this field that consists of all relevant phases (literature review, theoretical concept, hypothesis development, data collection and analysis, theoretical and practical contribution). They are able to critically reflect their research in terms of relevance and rigor (representativeness, reliability, validity, etc.).	
7	<b>Prerequisites</b>	Foundations of International Management I (required) Foundations of International Management II (required) Knowledge of advanced statistics and SPSS is required. English language proficiency (C1) The number of participants is restricted.	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 2	
9	<b>Module compatibility</b>	Methoden der Managementforschung Master of Science Management 20192 Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	schriftlich	
11	<b>Grading procedure</b>	schriftlich (100%) Discussion paper (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	<b>Module duration</b>	1 semester	
15	<b>Teaching and examination language</b>	english	
16	<b>Bibliography</b>	Will be announced in the course.	

1	<b>Module name</b> 57478	<b>Digitale Industrie - Industrielle Plattformen und KI, Industrial Metaverse und Industrie 5.0</b> Digital Industries - Industrial Platforms and AI, Industrial Metaverse and Industry 5.0	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Starting in winter semester 24/25	
3	Lecturers	-	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	
5	<b>Contents</b>	<p>In dieser Veranstaltung wird ein eingehender Einblick in das Themengebiet der digitalen Industrie geboten, wobei der Fokus auf wirtschaftswissenschaftlichen Fragestellungen und den aktuellen Entwicklungen industrieller Technologien liegt. Es werden praxisrelevante Fragestellungen auf operativer und strategischer Ebene betrachtet, die Unternehmen im Zuge der weitreichenden Digitalisierung ihrer Geschäftsprozesse bewältigen müssen. Zugleich stützt sich die Veranstaltung auf aktuelle Forschungsergebnisse zu relevanten Zukunftstechnologien und Schnittstellen zwischen Wirtschaft und Technik, um eine Brücke zwischen wissenschaftlichen Erkenntnissen und praktischer Anwendung zu schlagen. Besonderes Augenmerk wird dabei auf die wirtschaftlichen Auswirkungen von Technologien wie industriellen Plattformen, Künstlicher Intelligenz, dem Industrial Metaverse sowie dem Paradigma der Industrie 5.0 gelegt. Diese Themen werden im Kontext ihrer Bedeutung für das industrielle Management vertieft untersucht.</p>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>Die Studierenden werden dazu befähigt, ein umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Stand des industriellen Managements zu erlangen. Durch eine vertiefte Analyse des Themas Digitale Industrie erhalten sie einen detaillierten Einblick in den aktuellen Transformationsprozess von Industrieunternehmen, der in einem breiten interdisziplinären Feld stattfindet. Sie erwerben analytische und konzeptionelle Fähigkeiten, die es ihnen ermöglichen, komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen eigenständig zu bearbeiten und auf aktuelle, praxisrelevante Themen anzuwenden. Darüber hinaus werden sie dazu angeregt, kritisch über die Auswirkungen von Technologien auf die Industrie nachzudenken und innovative Lösungsansätze zu entwickeln.</p>	
7	<b>Prerequisites</b>	Keine	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Klausur (60 Minuten)	
11	<b>Grading procedure</b>	Klausur (100%)	
12	<b>Module frequency</b>	only in winter semester (starting in winter semester 24/25)	
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	

14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	german
16	<b>Bibliography</b>	<p>Obermaier, R. (Hrsg.): Industrie 4.0 als unternehmerische Gestaltungsaufgabe. Betriebswirtschaftliche, technische und rechtliche Herausforderungen, Wiesbaden, 2017.</p> <p>Voigt, K. I., &amp; Müller, J. M. (Eds.). (2021). <i>Digital Business Models in Industrial Ecosystems: Lessons Learned from Industry 4.0 Across Europe</i>. Springer Nature.</p>

1	<b>Module name</b> 57475	<b>Creativity Approaches for Sustainability</b>	<b>5 ECTS</b>
2	Courses / lectures	Seminar: Creativity Approaches for Sustainability (2.0 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Markus Beckmann Rabab Saleh	

4	<b>Module coordinator</b>	Prof. Dr. Markus Beckmann Rabab Saleh	
5	<b>Contents</b>	<p>The seminar provides knowledge on how creativity approaches foster sustainability. It answers questions such as what creativity processes are implied in developing sustainable technologies. How to apply creativity in the creation of sustainable innovations and solutions? How to accelerate pathways to sustainability through creativity?</p> <p>The seminar focuses on creativity processes to advance sustainability on four levels:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• First, the individual level addresses how individuals' visions and values motivate creativity in finding sustainability solutions that change for example sustainable consuming behaviors.</li> <li>• Second, the Community level discusses how the voluntarily creative actions for sustainability are initiated by local social groups.</li> <li>• Third, the organizational level addresses well-researched and planned creativity solutions created by professionals and executed on the organizational level.</li> <li>• Fourth, the institutional level indicates how to promote creativity for sustainability on the macro level and integrate its approaches in institutions (e.g., in the education system or policy-making).</li> </ul>	
6	<b>Learning objectives and skills</b>	<p>The participants will:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• get new perspectives on creativity and creativity approaches.</li> <li>• be able to link creativity to sustainability in their personal and professional lives.</li> <li>• be able to use creativity approaches to develop sustainability solutions whether on the technological, social, organizational, or institutional level.</li> </ul>	
7	<b>Prerequisites</b>	No pre-conditions	
8	<b>Integration in curriculum</b>	semester: 3	
9	<b>Module compatibility</b>	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20242	
10	<b>Method of examination</b>	Seminararbeit Präsentation	
11	<b>Grading procedure</b>	Seminararbeit (60%) Präsentation (40%)	

12	<b>Module frequency</b>	only in summer semester
13	<b>Workload in clock hours</b>	Contact hours: 30 hours Independent study: 120 hours
14	<b>Module duration</b>	1 semester
15	<b>Teaching and examination language</b>	english
16	<b>Bibliography</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amabile, T. M. (1988). A model of creativity and innovation in organizations. <i>Research in organizational behavior</i>, 10(1), 123-167.</li> <li>• Beghetto, R. A., &amp; Kaufman, J. C. (2007). Toward a broader conception of creativity: A case for "mini-c" creativity. <i>Psychology of aesthetics, creativity, and the arts</i>, 1(2), 73.</li> <li>• Brem, A., &amp; Puente-Díaz, R. (2020). Are you acting sustainably in your daily practice? Introduction of the Four-S model of sustainability. <i>Journal of Cleaner Production</i>, 267, 122074.</li> <li>• Chang, T. W., &amp; Hung, C. Z. (2021). How to shape the employees' organization sustainable green knowledge sharing: Cross-level effect of green organizational identity effect on green management behavior and performance of members. <i>Sustainability</i>, 13(2), 626.</li> <li>• Saleh, R. ; Brem, A. (2023): Creativity for sustainability: An integrative literature review. In <i>Journal of Cleaner Production</i> 388, p. 135848.</li> </ul>