

2020/21

Bitte beachten Sie das Gültigkeitsjahr des Modulhandbuchs.

WIRTSCHAFTS- UND  
SOZIALWISSENSCHAFTLICHE  
FAKULTÄT

UNIVERSITÄT ZU KÖLN

STUDIENDEKANAT



# MODULHANDBUCH

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing

MASTER OF SCIENCE

NACH DER PRÜFUNGSORDNUNG FÜR DEN 1-FACH-MASTER STUDIENGANG BUSINESS  
ADMINISTRATION

<b>Akademische/r Direktor/in</b>	Prof. Dr. Werner Reinartz
<b>Programm-Direktor/in</b>	AD Dr. Johannes Antweiler
<b>Herausgeber/ Redaktion</b>	Studiendekanat der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftli- chen Fakultät
<b>Studienberatung</b>	WiSo-Student Service Point (WiSSPo) +49 (0) 221 / 470 - 8818 <a href="http://www.wiso.uni-koeln.de/anfrage">www.wiso.uni-koeln.de/anfrage</a>
<b>Stand</b>	Gültig ab 01.10.2020

## Legende

AM	Aufbaumodul	PB	Praktikumsbericht
AN	Anerkennung	PO	Portfolio
AS	Assignment	PR	Projekt
BM	Basismodul	RE	Referat
EM	Ergänzungsmodul	SM	Schwerpunktmodul
HA	Hausarbeit	SSt	Selbststudium
K	Kontaktzeit (= Präsenzzeit in LV)	SWS	Semesterwochenstunde
KL	Klausur	SI	Studium Integrale
LP	Leistungspunkt (engl.: CP)	VN	Vor- und Nachbereitungszeit
LV	Lehrveranstaltung	WP	Wahlpflichtveranstaltung
MP	Mündliche Prüfung	WL	Workload = Arbeitsaufwand
P	Pflichtveranstaltung		

## Inhaltsverzeichnis

<b>LEGENDE .....</b>	<b>III</b>
<b>1 BUSINESS ADMINISTRATION.....</b>	<b>1</b>
1.1 Inhalte und Studienziele .....	1
1.2 Voraussetzungen.....	2
1.3 Studienaufbau und -abfolge .....	3
1.4 Study Abroad Option .....	4
1.5 Musterstudienplan .....	6
1.6 Midterm Regelung .....	7
<b>2 STUDIENHILFEN .....</b>	<b>8</b>
2.1 Berechnung der Fachnote .....	8
2.2 Fehlversuchsregelung .....	8
2.3 Fach- und Prüfungsberatung.....	9
2.4 Weitere Informations- und Beratungsangebote.....	9
<b>3 MODULTABELLEN UND MODULBESCHREIBUNGEN.....</b>	<b>11</b>
3.1 Basis- und Aufbaubereich .....	11
3.2 Schwerpunktbereich .....	12
3.3 Ergänzungsbereich.....	13
3.4 Extracurriculare Angebote .....	17
3.5 Masterarbeit.....	18
3.6 Modulbeschreibungen .....	19
3.6.1 Basis- und Aufbaubereich .....	19
3.6.2 Schwerpunktbereich .....	35
3.6.3 Ergänzungsbereich .....	69
3.6.4 Masterarbeit.....	220

## **1 Business Administration**

Das Arbeitsmarktprofil für Absolvent/innen des M.Sc. Business Administration ergibt sich aus einer Kombination von fachlich-spezifischen Anforderungen und einem grundlegenden Einsatz in Aufgabenfeldern mit Personal- und Budgetverantwortung i.S. unternehmerischen Handelns. Während sich die fachlich-spezifischen Qualifikationen über die Studienrichtungen abbilden, sind für die Management-Komponenten Einsatzbereiche und Einsatzgebiete auf Führungsebene mit entsprechenden Anforderungen an das analytische Denken in dynamisch-variierten Zusammenhängen, an das methodengeleitete zielgerichtete Vorgehen, an die Zuverlässigkeit und Belastbarkeit in Konzeptentwicklungs- und Berichtsphasen sowie der sicheren situationsangemessenen und bedarfsorientierten, interkulturellen Kommunikation auch im englischsprachigen Kontext vorgesehen. Die kommunikativen Anforderungen beziehen sich auch auf Situationen, in denen die Einbindung von und die Vermittlung und Rückmeldung an Mitarbeiter/innen und Kund/innen im Sinne einer Beratung erforderlich ist. Für die einzelnen Studienrichtungen werden die fachlichen Profile in den nachfolgenden Kapiteln spezifiziert.

### **1.1 Inhalte und Studienziele**

Die Absolvent/innen verfügen über Kompetenzen auf dem Niveau 7 des Deutschen Qualifikationsrahmens bzw. der Master-Ebene des Deutschen Qualifikationsrahmens für Hochschulabschlüsse. Ihre spezifische Formulierung als "Intended Learning Outcome" lautet: Absolvent/innen verfügen in den ausgewiesenen Schwerpunktbereichen über ein detailliertes Fach- und Spezialwissen und können dieses in unterschiedlichen Zusammenhängen auf verschiedenen Aggregationsstufen auch zur Lösung fachübergreifender betriebswirtschaftlicher Problemstellungen nutzen. Sie sind in der Lage, terminologische und inhaltliche Besonderheiten und Differenzen zu erkennen und den unterschiedlichen Konzepten und Lehrmeinungen des Fachgebietes zuzuordnen, sich dabei auch hypothetisch auf verschiedene Positionen einzulassen und die Problemstellung aus verschiedenen Perspektiven zu betrachten. Absolvent/innen bringen eigene Standpunkte und Positionen in Diskussionen ein und tragen dadurch zur Entwicklung gemeinsamer Standpunkte und Positionen einer Gruppe bzw. einer Organisation bei. Sie vertreten offensiv die Leitgedanken wissenschaftlichen Diskurses und fordern methodisch-systematisch bestimmte Evidenz in den Begründungen ein und bewerten deren Qualität. Die Absolvent/innen verstehen die Verantwortung und die Rolle des Unternehmens in der Gesellschaft und können ethisch und moralisch in einer angemessenen Weise die Herausforderungen und die Veränderungen des Berufslebens bewältigen. Sie sind in der Lage, den Überblick über die Entwicklungen von wissenschaftlichen Erkenntnissen zu behalten und sie kritisch und innovativ im beruflichen Kontext zu integrieren. Sie variieren Lösungswege fachlicher Problemstellungen hinsichtlich verschiedener Anwendungssituationen und leisten einen Transfer

auf neue Problemstellungen unter kritischer Berücksichtigung auch dynamischer Effekte und Nebeneffekte, die sie reflektieren und antizipieren. Absolvent/innen sind in der Lage, eigenständig und im Team neue Problemlösungen bzw. Forschungsfragen methodisch effizient zu bearbeiten und übernehmen dabei Verantwortung für ihre Arbeitsergebnisse und bei Bedarf auch eine herausgehobene Verantwortung für die Leistungen der Gruppe. Sie weisen eigene Positionen und Positionen der Gruppe bei Entscheidungsalternativen aus und bewerten diese kriterienorientiert variabel, in dem sie gesellschaftliche, ethische und wissenschaftliche Standards einfließen lassen. Ihre Arbeitsergebnisse stellen sie zielgruppengerecht unter Nutzung einschlägiger und effizienter Medienformate dar, begründen und rechtfertigen sie gegenüber Fachexpert/innen und Auftraggeber/innen auch bei unvollständiger und unsicherer Informationsslage.

In der Studienrichtung Marketing werden Methoden und Instrumente einer marktorientierten Unternehmensführung vermittelt. Der Fokus der intensiven Zusammenarbeit der beteiligten Lehrstühle liegt dabei auf einer empirisch und international ausgerichteten Lehre und Forschung. Das Lehrangebot besteht zum Großteil aus englischsprachigen Veranstaltungen. Darüber hinaus verfügt die Studienrichtung Marketing über exzellente Kontakte zu zahlreichen Unternehmen, Wirtschaftsinstituten und Beratungen. Schwerpunkte im Studium sind Kund/innenmanagement, Markenmanagement, Marktforschung. Anhand von Gastvorträgen und Seminaren wird der Austausch zwischen Unternehmen und Studierenden hergestellt und gefördert, um den Studierenden die Möglichkeit zu bieten, die im Masterstudium angeeigneten Fachkenntnisse auch praxisnah umzusetzen. Absolvent/innen besitzen ein außergewöhnlich tief erfassendes Fundament von theoretischem Wissen und typischen Handlungsmustern in den Bereichen der Marktforschung, des Kund/innen- und Markenmanagements. Sie erkennen die Bedeutung von Unternehmenswerten, Compliance und Social Responsibility sowie die Bedeutung der marktorientierten Unternehmensführung. Spätere Tätigkeiten liegen bspw. in den Bereichen Customer Relationship Management, Brand Management, Channel Management, E-Commerce, Media-Marketing von Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen, Unternehmensberatungen und Agenturen vor.

## **1.2 Voraussetzungen**

Zulassungsvoraussetzung für den Masterstudiengang Business Administration in der Studienrichtung Marketing ist ein erfolgreich abgeschlossenes Bachelorstudium, in dem mindestens 180 Leistungspunkte erworben wurden bzw. ein gleichwertiges, erfolgreich abgeschlossenes Studium. Erfolgreich abgeschlossen im Sinne der Ordnung über die Zulassung für den Studiengang Business Administration in der Studienrichtung Marketing ist ein Studium, wenn die Gesamtnote mindestens 2,7 beträgt.

Zusätzlich müssen folgende fachlichen Kriterien durch das Bachelorstudium nachgewiesen werden:

- mind. 78 LP aus dem Gebiet der Betriebs- bzw. Volkswirtschaft
  - davon mind. 48 LP aus dem Gebiet der Betriebswirtschaft und
  - mind. 18 LP aus dem Gebiet der Volkswirtschaft und
- mind. 15 LP aus dem Gebiet der Statistik und/oder Mathematik. (nur Methoden-, keine Anwenderkompetenzen)

Der Englischnachweis über mindestens Stufe B2 des Common European Framework of Reference for Languages, muss ebenfalls zur Bewerbungsfrist vorliegen. Dort werden die allgemein etablierten Zertifikate (TOEFL, IELTS etc.) anerkannt.

Übersteigt die Zahl der Bewerber/innen, die die Zulassungskriterien erfüllen, die Zahl der für den Studiengang zur Verfügung stehende Studienplätze, so wird ein **Auswahlverfahren** durchgeführt, anhand dessen die Bewerber/innen in eine Rangfolge gebracht werden. Für das Auswahlverfahren wird das Ergebnis des Bachelorstudiums bzw. das Ergebnis des als gleichwertig anerkannten Studiums in Verbindung mit einem freiwilligen Studierfähigkeitstest (TM-WISO oder GMAT) zu Grunde gelegt.

### 1.3 Studienaufbau und -abfolge

Der Masterstudiengang Business Administration umfasst 120 Leistungspunkte, ist auf eine Regelstudienzeit von vier Semestern ausgelegt und setzt sich aus den folgenden Bereichen zusammen: Der Basisbereich (18 LP) besteht aus methodischen Grundlagenmodulen, die frei wählbar sind. Der Schwerpunktbereich (48 LP) setzt sich aus Modulen der jeweiligen Studienrichtung sowie dem Seminar zusammen. Im Ergänzungsbereich (24 LP) kann aus einer Vielzahl von Möglichkeiten aus den Bereichen BWL, VWL und Sozialwissenschaften gewählt werden. Die Masterthesis bildet den letzten Bereich und umfasst 30 LP.



## 1.4 Study Abroad Option

Die WiSo-Fakultät bietet ihren Master-Studierenden die Möglichkeit, an einem Auslandsaufenthalt innerhalb des weltweiten und exzellenten Netzwerkes der WiSo-Partneruniversitäten teilzunehmen. Dieses Study Abroad Programme, kurz STAP, beinhaltet auch die Option eines Austauschs mit ERASMUS-Förderung für einen einsemestrigen Aufenthalt an einer der Partnerhochschulen.

Erfolgreiche STAP-Bewerber/innen profitieren von einem direkten Kontakt mit den Partnerhochschulen und der organisatorischen Unterstützung. Zudem sind STAP-Teilnehmende von der Zahlung der Studiengebühren an der Gasthochschule befreit.

Studierende können im sogenannten **WiSo Exchange Portal**, kurz WEX, Details zu den Partneruniversitäten einsehen und passende Gasthochschulen für Ihren Studiengang finden. Eine Anmeldung zu WEX ist nur mit dem UzK-Account der Studierenden möglich.

Neben dem STAP bietet die WiSo-Fakultät jährlich eine exklusive Summer School in New York City (WiSo@NYC) an.

Außerhalb dieser fakultätseigenen Möglichkeiten zum Auslandsstudium, können sich Master-Studierende für fakultätsübergreifende Kooperationen, die für ein Auslandsstudium zur Verfügung stehen, bewerben. Diese werden durch das Dezernat 9 – Internationales angeboten. Ein selbstorganisierter Auslandsaufenthalt als Freemover oder die Teilnahme an Summer Schools/ Kurzprogrammen sind ebenfalls Optionen.

Für alle Study Abroad Optionen ist das **Zentrum für internationale Beziehungen (ZIB)** Ansprechpartner für Informationen und Beratung.

### **Das Studies Abroad Programme (STAP) der WiSo-Fakultät:**

Master-Studierende sollten Ihren Auslandsaufenthalt zu Beginn Ihres Studiums planen. Die Hauptbewerbungsrunde (main selection round) für den STAP findet einmal im Jahr statt und endet im Studienjahr 2020/21 aufgrund der Corona-Pandemie abweichend zum 15.01.2021. Die Bewerbung ist für das Wintersemester (fall term) oder das Sommersemester (spring term) des nachfolgenden akademischen Jahres möglich. Interessierte können sich mit dem **STAP Master Application Manual** detailliert informieren.

Sollten nach Abschluss der main selection round Plätze frei geblieben sein, wird im Mai eine weitere, kleine Bewerbungsrunde (secondary selection round) angeboten.

**STAP Master – main selection round (fall term and spring term)**



\* Alternative offer: if no offer can be given at one of the five preferred universities and if slots at other universities are available.  
 \*\* End of main selection round. In case any exchange slots become available after 15 March, these slots will be made available in a secondary selection round.

**STAP Master – secondary selection round (for spring term only)**

Please note: there is no guarantee that a secondary selection round will take place every year, nor should a wide range of exchange opportunities be expected.



\* Deadline for handing in TOEFLS/IELTS results: 15 June. \*\* Alternative offer: if no offer can be given at one of the five preferred universities and if slots at other universities are available.

**Anrechnungsmöglichkeiten Studies Abroad:**

Die WiSo-Fakultät hat allen Masterstudiengängen durch weitreichende Anrechnungsmöglichkeiten von im Ausland erbrachten Kursen die Möglichkeit zur Internationalisierung des Studienverlaufs eingerichtet. Jedes Masterprogramm bietet mindestens ein Studies Abroad Modul zur Anrechnung an. Darüber hinaus können Studierende eine sogenannte Einzelkursanrechnung beantragen.

Weitere Informationen zu Voraussetzungen und Vorgaben zur Anrechnung können auf der Website des **WiSo-Anrechnungszentrums** > Information > Studies Abroad nachgelesen werden.

Für Fragen zur Anrechnung können sich Studierende an das **ZIB WiSo** wenden oder an das **WiSo-Anrechnungszentrum**.

### 1.5 Musterstudienplan

<b>M.Sc. STUDIENGANG BUSINESS ADMINISTRATION STUDIENRICHTUNG Marketing</b>				
<b>Sem.</b>	<b>WP/ P</b>	<b>Modul</b>	<b>Bereich</b>	<b>LP</b>
1	WP	Basismodul I	Basisbereich	6
1	WP	Schwerpunktmodul „Fachliche Grundlagen“	Schwerpunktbereich	6
1	WP	Schwerpunktmodul „Advanced / Electives“	Schwerpunktbereich	6
1	WP	Schwerpunktmodul „Advanced / Electives“	Schwerpunktbereich	12
				<b>30</b>
2	WP	Basismodul II	Basisbereich	6
2	WP	Schwerpunktmodul „Fachliche Grundlagen“	Schwerpunktbereich	6
2	P	Schwerpunktmodul Seminar	Schwerpunktbereich	6
2	WP	Ergänzungsmodul I	Ergänzungsbereich	12
				<b>30</b>
3	P	Basismodul Management Skills*	Basisbereich	6
3	WP	Schwerpunktmodul „Advanced Electives“	Schwerpunktbereich	12
3	WP	Ergänzungsmodul II	Ergänzungsbereich	6
3	WP	Ergänzungsmodul III	Ergänzungsbereich	6
				<b>30</b>
4	P	Masterarbeit Business Administration	Masterarbeit	30
				<b>30</b>

\*Eine Belegung des Moduls ist ab dem ersten Semester möglich, es gibt keine fachlichen Voraussetzungen. Das Modul wird jedes Semester angeboten.

M.Sc. STUDIENGANG BUSINESS ADMINISTRATION STUDIENRICHTUNG Marketing (mit Auslandsoption)				
Sem.	WP/ P	Modul	Bereich	LP
1	WP	Basismodul I	Basisbereich	6
1	WP	Schwerpunktmodul „Fachliche Grundlagen“	Schwerpunktbereich	6
1	WP	Schwerpunktmodul „Advanced / Electives“	Schwerpunktbereich	6
1	WP	Schwerpunktmodul „Advanced / Electives“	Schwerpunktbereich	12
				30
2	WP	Basismodul II	Basisbereich	6
2	P	Basismodul Management Skills *	Basisbereich	6
2	WP	Schwerpunktmodul „Fachliche Grundlagen“	Schwerpunktbereich	6
2	WP	Schwerpunktmodul „Advanced / Electives“	Schwerpunktbereich	6
2	P	Schwerpunktmodul Seminar	Schwerpunktbereich	6
<b>Auslandsaufenthalt</b>				<b>30</b>
3	WP	Schwerpunktmodul „Advanced / Electives“	Schwerpunktbereich	6
3	WP	Ergänzungsmodul Studies Abroad I	Ergänzungsbereich	12
3	WP	Ergänzungsmodul Studies Abroad II	Ergänzungsbereich	12
				30
4	P	Masterarbeit Business Administration	Masterarbeit	30
				30

\*Eine Belegung des Moduls ist ab dem ersten Semester möglich, es gibt keine fachlichen Voraussetzungen. Das Modul wird jedes Semester angeboten.

### 1.6 Midterm Regelung

In einigen Modulen findet bei den angebotenen Veranstaltungen die sogenannte „Midterm-Regelung“ Anwendung. Das bedeutet, dass eine Veranstaltung nur das halbe Semester lang stattfindet, dafür dann aber i.d.R. doppelt so oft. Das Semester wird also in zwei etwa gleichgroße Hälften unterteilt. Im Wintersemester endet der Midterm meist Anfang Dezember- und im Sommersemester meist Mitte/Ende Mai. Häufig werden für Midterm-Veranstaltungen dann auch die dazugehörigen Prüfungen in der Mitte des Semesters angeboten. Diese Möglichkeit können Sie wahrnehmen, um die Prüfungsbelastung am Ende eines Semesters zu reduzieren.

Die Angaben im Campusmanagementsystem (KLIPS) bzgl. der Abhaltungstermine von Lehrveranstaltungen sowie bzgl. der Terminierung von Prüfungen sind in diesem Kontext maßgeblich.

## 2 Studienhilfen

### 2.1 Berechnung der Fachnote

Die Noten der Studienbereiche Basis- und Aufbaubereich, Ergänzungsbereich sowie Schwerpunktbereich werden als gewichtetes arithmetisches Mittel aus allen benoteten Modulen entsprechend der in den Anhängen ausgewiesenen Gewichtung gebildet. Setzt sich eine Modulabschlussprüfung aus mehreren Prüfungselementen zusammen, wird die Modulnote gemäß den in der **Prüfungsordnung** ausgewiesenen Bestimmungen ermittelt.

Die Gesamtnote des Studiums wird als gewichtetes arithmetisches Mittel aus den Noten der Studienbereiche und der Note der Masterarbeit gebildet. Im Studiengang Business Administration gehen die Noten mit folgender Gewichtung in die Gesamtnote ein:

- a) Note Basis- und Aufbaubereich: 12 von 114 LP
- b) Note Schwerpunktbereich: 48 von 114 LP
- c) Note Ergänzungsbereich: 24 von 114 LP
- d) Note Masterarbeit: 30 von 114 LP.

### 2.2 Fehlversuchsregelung

Nicht bestandene Modulprüfungen können wiederholt werden, hier findet die Dreiversuchsregelung Anwendung, d.h. die Anzahl der Prüfungsversuche pro Modul ist auf drei begrenzt. Für Module, die nicht von der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät angeboten werden, kann eine andere Regelung vorgesehen werden.

Allen Studierenden wird nach dreimaligem Nichtbestehen eines Prüfungsversuchs, eine Beratung im **WiSo Student Service Point (WiSSPo)** empfohlen. Dort erhalten Sie Informationen zu der Möglichkeit sowie den Voraussetzungen, um zusätzliche Prüfungsversuche abzulegen: Wenn keiner der ersten drei Prüfungsversuche aufgrund einer Täuschung oder eines Ordnungsverstoßes nicht bestanden wurde, können für das gesamte Studium zwei zusätzliche Prüfungsversuche genehmigt werden. Darüber hinaus erhalten Studierende, die mindestens 90 Leistungspunkte erworben haben, einen weiteren zusätzlichen Prüfungsversuch. Ist eine Prüfungsleistung nach Ausschöpfung der zwei zusätzlichen Prüfungsversuche sowie ggf. des weiteren Prüfungsversuchs nicht bestanden, ist das Studium endgültig nicht bestanden. Besteht eine Modulprüfung aus mehreren Prüfungselementen, müssen alle Prüfungselemente mit „bestanden“ beziehungsweise mit mindestens „ausreichend (4,0)“ bewertet sein. Alle mit „mangelhaft (5,0)“ beziehungsweise „nicht bestanden“ bewerteten Prüfungselemente der Modulprüfung müssen wiederholt werden.

Die Wiederholung bestandener Modulprüfungen ist nicht möglich.

Eine nicht bestandene Masterarbeit kann einmal mit neuem Thema wiederholt werden. Die Meldung zum zweiten Versuch muss innerhalb von sechs Monaten nach Bekanntgabe des Ergebnisses des ersten Versuchs erfolgen.

### **2.3 Fach- und Prüfungsberatung**

Für die allgemeine Studienberatung, insbesondere Studienmöglichkeiten und Studienanforderungen, steht für sämtliche Studiengänge der WiSo-Fakultät der **WiSSPo** zur Verfügung. Weitere Serviceleistungen sind die Ausstellung von Leistungsübersichten in deutscher und englischer Sprache sowie Ranking-Bescheinigungen und die Bewerbung zum höheren Fachsemester. Der **WiSSPo** ist auch erste Anlaufstelle für Studierende bei weiteren Fragen und Problemen rund um das Studium und ist jederzeit telefonisch, persönlich und natürlich per E-Mail erreichbar. Bitte beachten Sie die Öffnungszeiten und Kontaktdaten auf der Homepage.

Die **Studienfachberatung** wird von den Hochschullehrenden und den akademischen Mitarbeiter/innen, die an der Ausbildung des jeweiligen Studiengangs beteiligt sind, während der Sprechzeiten durchgeführt. Die Sprechzeiten werden durch Aushang in den Instituten und im Internet auf den Homepages der jeweiligen Lehrstühle bekannt gegeben.

Rechtsverbindliche Auskünfte zu Prüfungsleistungen bzw. zum Prüfungsverfahren gibt das **Prüfungsamt der WiSo-Fakultät**.

### **2.4 Weitere Informations- und Beratungsangebote**

„**KLIPS 2.0**“ ist das zentrale Campus Management System der Universität zu Köln. An der WiSo-Fakultät dient KLIPS 2.0 als studentisches Organisationstool. Die Studierenden sollen es als Online-Vorlesungsverzeichnis, zur An- und Abmeldung von Veranstaltungen und Prüfungen, sowie als Übersicht über den kompletten Studiengang und Kalender nutzen. Informationen zu aktuellen Terminen und Fristen der WiSo-Fakultät, sowie Videotutorials und FAQs zu KLIPS finden Sie auf der Homepage des **WiSo-KLIPS-Support**. Bei weitergehenden Fragen können Sie gerne den WiSo-KLIPS-Support per **E-Mail** (klips-wiso@uni-koeln.de) kontaktieren. Für Accountfragen wenden Sie sich an den **zentralen KLIPS-Support**.

Das **Zentrum für Internationale Beziehungen** ist für die Fragen von ausländischen Studierenden, die einen Teil Ihres Studiums an der WiSo-Fakultät absolvieren, und für die Vorbereitung eines Auslandsemesters bzw. -studiums von Kölner Studierenden der richtige Ansprechpartner. Es werden außerdem verschiedene Summerschools und Kurzprogramme sowie Wirtschaftsenglischkurse angeboten. Das gesamte Angebot und die jeweiligen Ansprechpartner des ZIBs sind auf der Homepage zu finden.

Das **Zentrum für die Anrechnung auswärtiger Leistungen** der Fakultät ist zuständig für die Anerkennung extern erworbener Leistungen. Dies betrifft sowohl Leistungen, die bereits an

einer anderen deutschen Hochschule oder im Ausland vor Aufnahme des Studiums an der WiSo-Fakultät abgelegt worden sind als auch die (Vorab-)Anrechnung von Leistungen, die im Rahmen des Studiums an der WiSo-Fakultät im Ausland geplant oder abgelegt worden sind. Somit sind individuelle Anfragen bei Lehrstühlen oder Prüfungsämtern nicht mehr erforderlich. Für Studierende der WiSo-Fakultät bietet der **WiSo-Career-Service** Beratung und Unterstützung bei der Suche nach einem passenden Praktikum, der Berufswahl und hilft bei der Karriereplanung und dem Bewerbungsprozess. Zudem organisiert der WiSo-Career-Service Seminare, Vorträge und zielgerichtete Angebote in Kooperation mit Arbeitgeber/innen, externen und internen Expert/innen und bietet gemeinsam mit den fakultäts- und universitätsinternen Partnern bei der Berufsfindungsphase Unterstützung und gezielte Hilfestellung an.

Kurse zu Standardsoftware und fachspezifischen Programmen bietet der **WiSo-IT-Service** regelmäßig an.

Bei studienbedingten oder persönlichen Schwierigkeiten kann die **Psycho-Soziale Beratung** des Kölner Studierendenwerks in Anspruch genommen werden. Sie bietet neben der psychologischen und der Sozialberatung auch eine Schreib- sowie Lernberatung und Unterstützung für Schwangere und Studierende mit Kind.

Als weiteres Angebot gibt es die **Nightline Köln**, das Zuhör- und Informationstelefon von Studierenden für Studierende. Es ist ein Angebot an alle Studierenden der Kölner Universitäten und Hochschulen.

### 3 Modultabellen und Modulbeschreibungen

#### 3.1 Basis- und Aufbaubereich

Im Basis- und Aufbaubereich muss der/die Geprüfte gemäß Prüfungsordnung § 29 Absatz 1 Nr. 1 18 LP erwerben.

Gruppe	Modul	LP	P/WP	Soll LP	
Methodische Grundlagen Finance	Basismodul Management Skills	6	P	6	18
	Basismodul Econometrics I	6	WP	12	
	Basismodul Econometrics II	6	WP		
	Basismodul Microeconomics	6	WP		
	Schwerpunktmodul Advanced Statistics (Stochastic Processes)	6	WP		
	Schwerpunktmodul Advanced Statistics (Statistical Inference)	6	WP		
	Basismodul Experimental Methods	6	WP		
	Basismodul Applied Econometrics	6	WP		

### 3.2 Schwerpunktbereich

Im Schwerpunktbereich gemäß § 29 Absatz 1 Nr. 2 muss der/die Geprüfte 48 LP erwerben.

Gruppe	Modul	LP	P/WP	Soll LP
Fachliche Grundlagen	Schwerpunktmodul Marketing I	6	WP	Min. 12
	Schwerpunktmodul Marketing II	6	WP	
	Schwerpunktmodul Marketing III	6	WP	
	Schwerpunktmodul Marketing IV	6	WP	
Advanced/ Elective Module	Schwerpunktmodul Marketing V (6 LP)	6	WP	Max. 30
	Schwerpunktmodul Marketing VI	12	WP	
	Schwerpunktmodul Marketing VII	6	WP	
	Schwerpunktmodul Selected Issues in Marketing I	6	WP	
	Schwerpunktmodul Selected Issues in Marketing II	6	WP	
	Schwerpunktmodul Selected Issues in Marketing III	6	WP	
	Schwerpunktmodul Research in Marketing (Research Track)	6	WP	
	Schwerpunktmodul Digital Transformation I	6	WP	
	Schwerpunktmodul Digital Transformation II	6	WP	
	Schwerpunktmodul Service Management	6	WP	
	Schwerpunktmodul Value-based Controlling	6	WP	
Seminare	Schwerpunktmodul Marketing Seminar I	6	WP	Min. 6
	Schwerpunktmodul Marketing Seminar II <sup>1</sup>	6	WP	

<sup>1</sup> Dieses Modul wird letztmalig gemäß dem vorgesehenen Turnus im Studienjahr 2022/2023 angeboten

### 3.3 Ergänzungsbereich

Im Ergänzungsbereich 3 muss der/die Geprüfte gemäß Prüfungsordnung § 29 Absatz 1 Nr. 3 24 LP in einem Teilbereich erwerben.

Gruppe	Modul	LP	P/WP	Soll LP
Accounting and Taxation	Schwerpunktmodul Besteuerung der Unternehmen	12	WP	24
	Schwerpunktmodul Operative and Strategic Controlling	12	WP	
	Schwerpunktmodul Internationale Rechnungslegung	6	WP	
	Schwerpunktmodul Unternehmensbewertung	6	WP	
	Schwerpunktmodul Selected Issues in Business Taxation I	6	WP	
	Schwerpunktmodul Selected Issues in Business Taxation II	6	WP	
	Schwerpunktmodul Value-based Controlling	6	WP	
	Schwerpunktmodul Ausgewählte Fragen der Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung I	6	WP	
Business Research	Schwerpunktmodul Research in Finance (Research Track)	6	WP	24
	Schwerpunktmodul Research on Organizations and Innovation (Research Track)	6	WP	
	Schwerpunktmodul Research in Supply Chain Management (Research Track)	6	WP	
	Schwerpunktmodul Research in Marketing (Research Track)	6	WP	
	Basismodul Advanced Mathematics	6	WP	
	Basismodul Advanced Experimental Methods	6	WP	
	Basismodul Advanced Computational Methods	6	WP	
	Basismodul Advanced Microeconomics I	6	WP	

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

	Basismodul Advanced Microeconomics II	6	WP		
	Basismodul Advanced Macroeconomics I	6	WP		
	Basismodul Advanced Macroeconomics II	6	WP		
	Basismodul Advanced Econometrics I	6	WP		
	Basismodul Advanced Econometrics II	6	WP		
	Schwerpunktmodul Research in Information Systems (Research Track)	6	WP		
Controlling	Schwerpunktmodul Operative and Strategic Controlling	12	WP	24	
	Schwerpunktmodul Value-based Controlling	6	WP		
	Schwerpunktmodul Ausgewählte Fragen des Controlling	6	WP		
	Schwerpunktmodul Selected Issues in Business Taxation I	6	WP		
	Schwerpunktmodul Finance 7	6	WP		
Corporate Development	Schwerpunktmodul Business Ethics	6	WP	Min. 12	24
	Schwerpunktmodul Strategic Development	6	WP		
	Schwerpunktmodul Strategic Human Resource Management	6	WP		
	Schwerpunktmodul Strategic Management	6	WP	Max. 12	
	Schwerpunktmodul Advanced Business Ethics (6 LP)	6	WP		
	Schwerpunktmodul Organization Theory	6	WP		
Economic Psychology	Ergänzungsmodul Introduction to Economic Psychology	12	P	24	
	Ergänzungsmodul Consumer Behavior	6	WP		
	Ergänzungsmodul Organizational Behavior	6	WP		
	Ergänzungsmodul Behavioral Finance	6	WP		
	Ergänzungsmodul Current directions in Economic Psychology	6	WP		

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

Finance	Schwerpunktmodul Financial Theory	12	WP	24	
	Schwerpunktmodul Financial Institutions Management	12	WP		
	Schwerpunktmodul Finance 1	6	WP		
	Schwerpunktmodul Finance 2	6	WP		
	Schwerpunktmodul Finance 5	6	WP		
	Schwerpunktmodul Finance 6	6	WP		
	Schwerpunktmodul Finance 7	6	WP		
	Schwerpunktmodul Finance 8	6	WP		
	Schwerpunktmodul Value-Based Management in Insurance	6	WP		
	Schwerpunktmodul Selected Issues in Finance I (6 LP)	6	WP		
	Schwerpunktmodul Selected Issues in Finance II	6	WP		
Medienmanagement	Schwerpunktmodul Media and Technology Management: Enterprises, Markets, and Strategies (6 LP)	6	WP	Min. 12	24
	Schwerpunktmodul Media Economics (6 LP)	6	WP		
	Schwerpunktmodul Media and Technology Management: Platforms, Information Goods and Infrastructure (6 LP)	6	WP		
	Schwerpunktmodul Media and Technology Management Selected Issues	6	WP	Max. 12	
	Schwerpunktmodul Media and Technology Management Selected Issues II	6	WP		
	Schwerpunktmodul Media and Technology Management: Research and Publications	6	WP		
	Schwerpunktmodul Media and Technology Management: Entrepreneurship / Project	6	WP		

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

Statistics & Econometrics	Schwerpunktmodul Time Series Analysis	6	WP	24		
	Schwerpunktmodul Bayesian Econometrics	6	WP			
	Schwerpunktmodul Statistical Analysis of Financial Data	6	WP			
	Schwerpunktmodul Advanced Statistics (Stochastic Processes)	6	WP			
	Schwerpunktmodul Advanced Statistics (Statistical Inference)	6	WP			
	Schwerpunktmodul Topics in Statistics A	6	WP			
	Schwerpunktmodul Topics in Statistics B	6	WP			
	Schwerpunktmodul Topics in Econometrics C	6	WP			
	Schwerpunktmodul Seminar Statistics and Econometrics	6	WP			
	Schwerpunktmodul Multivariate Statistics	6	WP			
	Basismodul Econometrics I	6	WP			
	Basismodul Econometrics II	6	WP			
	Supply Chain Management	Schwerpunktmodul Supply Chain Innovation	6		WP	24
		Schwerpunktmodul Project Management	6		WP	
Schwerpunktmodul Behavioral Operations (Adv.)		6	WP			
Schwerpunktmodul Supply Chain Operations (6 LP)		6	WP			
Schwerpunktmodul Supply Network Design		6	WP			
Schwerpunktmodul Operative Supply Chain Planning		6	WP			
Studies Abroad	Studies Abroad I (Master)	12	P	24		
	Studies Abroad II (Master)	12	P			

### **3.4 Extracurriculare Angebote**

Ab dem Wintersemester 2018/2019 haben Masterstudierende die Möglichkeit neben dem regulären Studium Extracurriculare Angebote zu belegen, in denen sowohl wissenschaftsbezogene als auch berufsbezogene Kompetenzen vermittelt werden. Es kann somit eine akademische wissenschaftsbezogene Ausrichtung als auch eine professionsbezogene Ausrichtung haben, die der Entwicklung der Berufsfähigkeit dienen. Die Extracurricularen Angebote sollen Kompetenzen fördern und vermitteln, die über einzelne fachliche Wissensbestände hinausgehen, oder die wissenschaftliche wie personenbezogene Grundhaltungen betreffen: Wissenschaftliche Neugier, systematisches und analytisches Denken, Auseinandersetzung mit Komplexität, Lösungsorientiertheit und andere Fähigkeiten, z.B. Teamfähigkeit und fremdsprachliche Kompetenzen.

Das Extracurriculare Angebot wird von den Fakultäten sowie dem Professional Center der Universität zu Köln gemeinsam angeboten. Den Studierenden wird durch das Extracurriculare Angebot ermöglicht, zusätzlichen eigenen Interessen nachzugehen, Einblicke in andere Fächer und Fachbereiche zu gewinnen, Veranstaltungen mit gesellschaftlicher Bedeutung zu besuchen, berufsrelevante Kompetenzen zu erwerben und Sprachkurse zu besuchen. Des Weiteren werden den Studierenden im Rahmen des Extracurricularen Angebotes auch Lern- und Studienhilfen, wie etwa zu wissenschaftlichem Arbeiten oder zur Literaturrecherche, angeboten. Leistungen aus dem Extracurricularen Angebot werden nicht an das reguläre Studium angerechnet, jedoch wird die Teilnahme auf dem Transkript vermerkt.

### 3.5 Masterarbeit

Die Masterarbeit umfasst 30 LP und wird studienbegleitend zum Ende des Studiums erstellt. Mit ihr wird gezeigt, dass ein thematisch begrenztes Problem aus dem Gegenstandsbereich des Studiengangs mit den erforderlichen Methoden in einem festgelegten Zeitraum wissenschaftlich bearbeitet und reflektiert werden kann. Das Thema der Masterarbeit muss im Studiengang Business Administration dem Schwerpunktbereich oder der von der/dem Geprüften belegten Gruppe des Ergänzungsbereichs entnommen werden. Sofern das Thema dem Ergänzungsbereich zugeordnet wird, muss der/die Geprüfte in diesem Ergänzungsbereich bereits 18 LP erfolgreich abgelegt haben. Die Masterarbeit kann auch in Form einer Gruppenarbeit geschrieben werden, wenn der Beitrag jeder/jedes Einzelnen deutlich unterscheidbar und bewertbar ist. Die Zuordnung des individuellen Beitrags erfolgt aufgrund von objektiven Kriterien, die eine eindeutige Abgrenzung ermöglichen, beispielsweise durch die Angabe von Abschnitten, Seitenzahlen oder inhaltlichen Schwerpunkten. Der insgesamt für eine Gruppenarbeit erforderliche Arbeitsaufwand muss über die Anforderungen an eine Einzelaufgabe angemessen hinausgehen. Nach Schwierigkeitsgrad und Inhalt ist eine Gruppenarbeit für jede/n Einzelne/n so zu bemessen, dass sie den Anforderungen an eine individuelle und selbstständige Prüfungsleistung entspricht. Der individuelle Beitrag jeder/jedes Einzelnen muss den Anforderungen an eine Masterarbeit genügen.

Für die Anmeldung zur Masterarbeit müssen mindestens 60 Leistungspunkte absolviert worden sein. Die Bearbeitungszeit für die Masterarbeit beträgt maximal sechs Monate. Detaillierte und weitere Informationen zur Masterarbeit sind in der Prüfungsordnung zu finden. Das Vergabeverfahren wird auf der **Homepage zum Studienaufbau** unter der jeweiligen Studienrichtung erläutert.

### 3.6 Modulbeschreibungen

#### 3.6.1 Basis- und Aufbaubereich

<b>Basismodul Management Skills</b>					
<b>Kennnummer</b> 1011BMMS00	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Deutsch und Eng- lisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes Se- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Management Skills		<b>Kontakt- zeit</b> 30h	<b>Selbststu- dium</b> 150h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Modelle zu Führung, Kommunikation, Präsentation, Planung, Analyse oder Reflexion</li> <li>• Regeln, Phasenabläufe und Techniken zu Führung, Kommunikation, Präsentation, Planung, Analyse oder Reflexion</li> <li>• Anforderungen, Einflussfaktoren und Erfolgskriterien für die Gestaltung der sozialen und methodischen Aspekte von Leitungsaufgaben</li> <li>• Störungen und Schwierigkeiten bei der Durchführung von Leitungsaufgaben</li> <li>• Typische Situationen von Leitungsaufgaben</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... analysieren situativ die sozialen und methodischen Aspekte von Leitungsaufgaben in einem Unternehmen. ... orientieren sich in den verschiedenen Dimensionen von Leitungsaufgaben und differenzieren deren Funktionen in den Bereichen Führung, Kommunikation, Präsentation, Planung, Analyse und Reflexion. ... definieren innerhalb eines Bereichs von Leitungsfunktionen die erforderlichen Analyse- und Gestaltungsaufgaben. ... analysieren die Anforderungen typischer Leitungssituationen aus der Perspektive eines Bereichs von Leitung. ... vergleichen geeignete Konzepte und Theorien anhand der situativen Anforderungen. ...wählen geeignete Methoden aus und erproben die Gestaltung der Situation anhand dieser Methode. ... beurteilen in Selbst- und Fremdrelexion den Handlungsprozess und erfassen Entwicklungspotentiale. ... diagnostizieren darüber hinaus gehende Bedarfe und schlagen Möglichkeiten zur Weiterentwicklung von spezifischen Methoden vor. ... führen einen wissenschaftlichen Diskurs.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Seminar				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> keine				

<p><b>6</b></p>	<p><b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Kombinierte Prüfung: RE, HA</p>
<p><b>7</b></p>	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der kombinierten Prüfung.</p>
<p><b>8</b></p>	<p><b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>                  Master of Science Business Administration - Marketing:                      Basis- und Aufbaubereich Marketing                  Master of Science Business Administration - Supply Chain Management:                      Basis- und Aufbaubereich Supply Chain Management                  Master of Science Business Administration - Corporate Development:                      Basis- und Aufbaubereich Corporate Development                  Master of Science Business Administration - Media and Technology Management:                      Basis- und Aufbaubereich Media and Technology Management                  Master of Science Business Administration - Finance:                      Basis- und Aufbaubereich Finance                  Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:                      Basis- und Aufbaubereich Accounting and Taxation</p>
<p><b>9</b></p>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> WiSo Career-Service</p>
<p><b>10</b></p>	<p><b>Sonstige Informationen</b> Es werden unterschiedliche Seminare angeboten, die jeweils unterschiedliche Aspekte von Management Skills betonen.</p>

<b>Basismodul Econometrics I</b>					
<b>Kennnummer</b> 1314BMEc01	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Core Econometrics I		<b>Kontakt- zeit</b> 45h	<b>Selbststu- dium</b> 135h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lineares Regressionsmodell und KQ-Methode</li> <li>• Verallgemeinertes lineares Regressionsmodell mit heteroskedastischen bzw. autokorrelierten Fehlern und (F)GLS Methode</li> <li>• Endogenität und Instrumentvariablen</li> <li>• Maximum-Likelihood Methode</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... beherrschen grundlegende ökonomische Methoden, verstehen wissenschaftliche Beiträge im Bereich der empirischen Wirtschaftsforschung und führen empirische Studien zu ökonomischen Fragestellungen selbstständig durch. ... modellieren wirtschaftswissenschaftliche Zusammenhänge ökonomisch und wählen zwischen alternativen Modellspezifikationen aus. ... schätzen Parameter von linearen und verallgemeinerten Regressionsmodellen, von Modellen für diskrete und begrenzt abhängige Variablen sowie von Zeitreihenmodellen mit geeigneten Inferenzmethoden und führen Hypothesentests durch. ... erstellen Prognosen ökonomischer Variablen.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Arts Regionalstudien Ost- und Mitteleuropa - Volkswirtschaftslehre: VWL MA Reg Osteuropa Master of Arts Regionalstudien Lateinamerika - Volkswirtschaftslehre: VWL MA Reg Lateinamerika Master of Science Mathematik: VWL MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Business Administration - Marketing:				

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

	<p>Basis- und Aufbaubereich Marketing Ergänzungsbereich Marketing</p> <p>Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Basis- und Aufbaubereich Supply Chain Management</p> <p>Master of Science Sociology and Social Research: Ergänzungsbereich Sociology and Social Research</p> <p>Master of Science Wirtschaftsmathematik: VWL MA Mathe/Wirtschaftsmathe</p> <p>Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems</p> <p>Master of Science Business Administration - Corporate Development: Basis- und Aufbaubereich Corporate Development Ergänzungsbereich Corporate Development</p> <p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Basis- und Aufbaubereich Media and Technology Management Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Geographie: VWL Master Geographie</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Basis- und Aufbaubereich Finance Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Arts Regionalstudien China - Volkswirtschaftslehre: VWL MA Reg China</p> <p>Master of Arts Politikwissenschaft: Ergänzungsbereich Politikwissenschaft</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Basis- und Aufbaubereich Accounting and Taxation Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p> <p>Master of Science Economics: Basis- und Aufbaubereich Economics</p>
<p><b>9</b></p>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Roman Liesenfeld</p>
<p><b>10</b></p>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Basismodul Econometrics II</b>					
<b>Kennnummer</b> 1314BMEc02	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Core Econometrics II		<b>Kontakt- zeit</b> 45h	<b>Selbststu- dium</b> 135h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verallgemeinerte Momenten Methode</li> <li>• Modelle für diskrete und begrenzt abhängige Variablen</li> <li>• Uni- und Multivariate Zeitreihenmodelle</li> <li>• Panelmodelle</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... beherrschen grundlegende ökonomische Methoden, verstehen wissenschaftliche Beiträge im Bereich der empirischen Wirtschaftsforschung und führen empirische Studien zu ökonomischen Fragestellungen selbstständig durch. ... modellieren wirtschaftswissenschaftliche Zusammenhänge ökonomisch und wählen zwischen alternativen Modellspezifikationen aus. ... schätzen Parameter von linearen und verallgemeinerten Regressionsmodellen, von Modellen für diskrete und begrenzt abhängige Variablen sowie von Zeitreihenmodellen mit geeigneten Inferenzmethoden und führen Hypothesentests durch. ... erstellen Prognosen ökonomischer Variablen.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Arts Regionalstudien Ost- und Mitteleuropa - Volkswirtschaftslehre: VWL MA Reg Osteuropa Master of Arts Regionalstudien Lateinamerika - Volkswirtschaftslehre: VWL MA Reg Lateinamerika Master of Science Mathematik: VWL MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Business Administration - Marketing: Basis- und Aufbaubereich Marketing				

	<p>Ergänzungsbereich Marketing</p> <p>Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Basis- und Aufbaubereich Supply Chain Management</p> <p>Master of Science Sociology and Social Research: Ergänzungsbereich Sociology and Social Research</p> <p>Master of Science Wirtschaftsmathematik: VWL MA Mathe/Wirtschaftsmathe</p> <p>Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems</p> <p>Master of Science Business Administration - Corporate Development: Basis- und Aufbaubereich Corporate Development Ergänzungsbereich Corporate Development</p> <p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Basis- und Aufbaubereich Media and Technology Management Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Geographie: VWL Master Geographie</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Basis- und Aufbaubereich Finance Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Arts Regionalstudien China - Volkswirtschaftslehre: VWL MA Reg China</p> <p>Master of Arts Politikwissenschaft: Ergänzungsbereich Politikwissenschaft</p> <p>Master of Science Economics: Schwerpunktbereich Economics Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Basis- und Aufbaubereich Accounting and Taxation Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<p><b>9</b></p>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Roman Liesenfeld</p>
<p><b>10</b></p>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Basismodul Microeconomics</b>					
<b>Kennnummer</b> 1289BMMi04	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Game Theory		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nichtkooperative Spieltheorie</li> <li>• Spiele in Normalform</li> <li>• Spiele in extensiver Form, mit vollständiger und unvollständiger Information</li> <li>• Endlich und unendlich wiederholte Spiele</li> <li>• Kooperative Spieltheorie</li> <li>• Kern, Shapley-Wert, Verhandlungslösungen</li> <li>• Evolutionäre Spieltheorie</li> <li>• Sozialwahltheorie und Wahlen</li> <li>• Condorcet-Paradoxon, Arrow-Theorem</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... erwerben grundlegende Kenntnisse im Bereich der Spieltheorie. ... verstehen die Anwendungsfelder der Spieltheorie in den Politik- und Sozialwissenschaften. ... erschließen die Verknüpfungen zwischen Spieltheorie und experimenteller Wirtschaftsforschung.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Arts Regionalstudien Ost- und Mitteleuropa - Volkswirtschaftslehre: VWL MA Reg Osteuropa Master of Arts Regionalstudien Lateinamerika - Volkswirtschaftslehre: VWL MA Reg Lateinamerika Master of Science Mathematik: VWL MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science International Management:				

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

	<p>Ergänzungsbereich International Management  Master of Science Business Administration - Marketing:  Basis- und Aufbaubereich Marketing  Master of Science Business Administration - Supply Chain Management:  Basis- und Aufbaubereich Supply Chain Management  Ergänzungsbereich Supply Chain Management  Master of Science Sociology and Social Research:  Ergänzungsbereich Sociology and Social Research  Master of Science Wirtschaftsmathematik:  VWL MA Mathe/Wirtschaftsmathe  Master of Science Information Systems:  Ergänzungsbereich Information Systems  Master of Science Business Administration - Corporate Development:  Basis- und Aufbaubereich Corporate Development  Ergänzungsbereich Corporate Development  Master of Science Business Administration - Media and Technology Management:  Basis- und Aufbaubereich Media and Technology Management  Ergänzungsbereich Media and Technology Management  Master of Science Geographie:  VWL Master Geographie  Master of Science Business Administration - Finance:  Basis- und Aufbaubereich Finance  Ergänzungsbereich Finance  Master of Arts Regionalstudien China - Volkswirtschaftslehre:  VWL MA Reg China  Master of Arts Politikwissenschaft:  Ergänzungsbereich Politikwissenschaft  Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:  Basis- und Aufbaubereich Accounting and Taxation  Master of Science Economics:  Basis- und Aufbaubereich Economics</p>
<p><b>9</b></p>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>  Univ.-Prof. Dr. Bettina Rockenbach</p>
<p><b>10</b></p>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Advanced Statistics (Stochastic Processes)</b>					
<b>Kennnummer</b> 1314SMAS03	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Advanced Statistics II (Stochastic Processes)		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ANOVA</li> <li>• Intervallschätzungen</li> <li>• Bootstrap</li> <li>• Nichtparametrische Tests (Unabhängigkeitstests, Rangtests)</li> <li>• Stochastische Prozesse (Martingale, Markovketten)</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... erweitern ihre im Modul Advanced Statistics (Statistical Inference) erworbenen Kenntnisse in der Schätz- und Testtheorie. ... führen spezielle parametrische und nichtparametrische Schätzungen und Tests durch. ... modellieren ökonomische Sachverhalte mit Hilfe von stochastischen Prozessen.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Solide Grundkenntnisse der Wahrscheinlichkeitsrechnung aus dem Bachelorstudium, Basismodul Mathematik (BSc VWL/BWL) und Basis- und Aufbaumodul Statistik (BSc VWL/BWL).				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (90)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Business Administration - Marketing: <ul style="list-style-type: none"> <li>Basis- und Aufbaubereich Marketing</li> <li>Ergänzungsbereich Marketing</li> </ul> Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: <ul style="list-style-type: none"> <li>Basis- und Aufbaubereich Supply Chain Management</li> </ul> Master of Science Information Systems: <ul style="list-style-type: none"> <li>Ergänzungsbereich Information Systems</li> </ul> Master of Science Business Administration - Corporate Development: <ul style="list-style-type: none"> <li>Basis- und Aufbaubereich Corporate Development</li> <li>Ergänzungsbereich Corporate Development</li> </ul>				

	<p>Master of Science Economic Research: Ergänzungsbereich Economic Research</p> <p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Basis- und Aufbaubereich Media and Technology Management Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Economics vor WS 18/19: Schwerpunktbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Basis- und Aufbaubereich Finance Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Arts Politikwissenschaft: Ergänzungsbereich Politikwissenschaft</p> <p>Master of Science Economics: Schwerpunktbereich Economics Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Basis- und Aufbaubereich Accounting and Taxation Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<p><b>9</b></p>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Dominik Wied</p>
<p><b>10</b></p>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Advanced Statistics (Statistical Inference)</b>					
<b>Kennnummer</b> 1314SMAS01	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Advanced Statistics (Statistical Inference)		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wahrscheinlichkeiten und Zufallsvariablen</li> <li>• Momente von Zufallsvariablen</li> <li>• Parametrische Familien univariater und multivariater Wahrscheinlichkeitsverteilungen</li> <li>• Grundlagen der Asymptotik</li> <li>• Stichprobenverfahren</li> <li>• Theorie der Punktschätzung und Schätzverfahren (Maximum Likelihood, Bayes)</li> <li>• Theorie der Hypothesentests und Testverfahren</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... vertiefen ihre Kenntnisse der Wahrscheinlichkeitstheorie und der stochastischen Model- lierung, die der Anwendung von Methoden der statistischen Inferenz in der empirischen Wirtschaftsforschung zugrunde liegen. ... vertiefen ihre Kenntnisse zur Parameterschätzung und zum Testen statistischer Hypo- thesen. ... definieren die Grundlagen statistischer Erhebungsverfahren.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Solide Grundkenntnisse der Wahrscheinlichkeitsrechnung aus dem Bachelor- studium, Basismodul (BSc VWI/BWL) und Basis- und Aufbaumodul Statistik (BSc VWL/BWL).				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (90)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Business Administration - Marketing: Basis- und Aufbaubereich Marketing Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Basis- und Aufbaubereich Supply Chain Management Master of Science Information Systems:				

	<p>Ergänzungsbereich Information Systems  Master of Science Business Administration - Corporate Development:  Basis- und Aufbaubereich Corporate Development  Ergänzungsbereich Corporate Development  Master of Science Economic Research:  Ergänzungsbereich Economic Research  Master of Science Business Administration - Media and Technology Management:  Basis- und Aufbaubereich Media and Technology Management  Ergänzungsbereich Media and Technology Management  Master of Science Economics vor WS 18/19:  Schwerpunktbereich Economics  Master of Science Business Administration - Finance:  Basis- und Aufbaubereich Finance  Ergänzungsbereich Finance  Master of Arts Politikwissenschaft:  Ergänzungsbereich Politikwissenschaft  Master of Science Economics:  Schwerpunktbereich Economics  Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:  Basis- und Aufbaubereich Accounting and Taxation  Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<p><b>9</b></p>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>  Univ.-Prof. Dr. Dominik Wied</p>
<p><b>10</b></p>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Basismodul Experimental Methods</b>					
<b>Kennnummer</b> 1289BMEM00	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Experimental Methods		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Der Kurs behandelt die Methoden der Experimentellen Wirtschaftsforschung; insbesondere Fragen zum Experimentaldesign, zur praktischen Durchführung von ökonomischen Experimenten und zur Auswertung der Daten aus ökonomischen Experimenten.				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... lernen unterschiedliche Methoden und Anwendungsbereiche der Experimentellen Wirtschaftsforschung kennen. ... diskutieren die Vor- und Nachteile einzelner Elemente des Experimentdesigns. ... beurteilen unterschiedliche Methoden zur Auswertung von Daten aus ökonomischen Experimenten.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Business Administration - Marketing: Basis- und Aufbaubereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Basis- und Aufbaubereich Supply Chain Management Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Sociology and Social Research: Ergänzungsbereich Sociology and Social Research Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Basis- und Aufbaubereich Corporate Development Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Science Business Administration - Media and Technology Management:				

	<p>Basis- und Aufbaubereich Media and Technology Management  Ergänzungsbereich Media and Technology Management  Master of Science Business Administration - Finance:  Basis- und Aufbaubereich Finance  Ergänzungsbereich Finance  Master of Arts Politikwissenschaft:  Ergänzungsbereich Politikwissenschaft  Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:  Basis- und Aufbaubereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>  Univ.-Prof. Dr. Bettina Rockenbach</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b>  Literatur: Friedman and Sunder, Experimental Methods: A Primer for Economists, Cambridge University Press (1994)</p>

<b>Basismodul Applied Econometrics</b>					
<b>Kennnummer</b> 1287ApEc00	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Applied Econometrics (2. Term)		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lineares Regressionsmodell</li> <li>• Endogenität und Instrumentvariablen</li> <li>• Maximum-Likelihood Methode</li> <li>• Verallgemeinerte Momenten Methode</li> <li>• Modelle für diskrete und begrenzt abhängige Variablen</li> <li>• Uni - und Multivariate Zeitreihenmodelle</li> <li>• Panelmodelle</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... erlernen grundlegende Kenntnisse ökonomischer Methoden, die die Studierenden befähigen wissenschaftliche Beiträge im Bereich der empirischen Wirtschaftsforschung zu verstehen und empirische Studien zu ökonomischen Fragestellungen selbstständig durchzuführen. ... erlernen wirtschaftswissenschaftliche Zusammenhänge ökonomisch zu modellieren und zwischen alternativen Modellspezifikationen auszuwählen. ... erlernen Parameter von linearen und verallgemeinerten Regressionsmodellen, von Modellen für diskrete und begrenzt abhängige Variablen sowie von Zeitreihenmodellen mit geeigneten Inferenzmethoden zu schätzen und Hypothesentests durchzuführen. ... erlernen Prognosen ökonomischer Variablen zu erstellen.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Business Administration - Marketing: Basis- und Aufbaubereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Basis- und Aufbaubereich Supply Chain Management				

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

	<p>Master of Science Business Administration - Corporate Development:          Basis- und Aufbaubereich Corporate Development</p> <p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management:          Basis- und Aufbaubereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance:          Basis- und Aufbaubereich Finance</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:          Basis- und Aufbaubereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>          N.N.          Konveniat Volkswirtschaftslehre</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

## 3.6.2 Schwerpunktbereich

Schwerpunktmodul Marketing I					
<b>Kennnummer</b> 1266SMark1	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> a) Business Model Innovation and Entrepreneurship b) Service Innovation		<b>Kontakt- zeit</b> a) 60h b) 60h	<b>Selbststu- dium</b> a) 120h b) 120h	<b>LV-Sprache</b> a) Englisch b) Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Das Modul beinhaltet konzeptionelle und anwendungsbezogene Elemente, einschließlich studentische Präsentationen, Fallstudien, Diskussionen und Gastreferenten aus der Praxis. Ein selbstständiges Literaturstudium als Ergänzung zu Vorlesung und Übung wird vorausgesetzt.				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... vertiefen das Verständnis grundlegender Theorien, Konzepte und Methoden des Marketings am Beispiel einzelner Marketinginstrumente und die Befähigung zur kritischen und selbständigen Beurteilung von entsprechenden Marketingmaßnahmen. ... beschreiben Theorien, Konzepte und Methoden zur Lösung von Marketing-Entscheidungsproblemen. ... analysieren und bewerten die Vorteilhaftigkeit entsprechender Entscheidungsalternativen am Beispiel bestimmter Marketing-Instrumente. ... formulieren und diskutieren alternative Marketingstrategien und -maßnahmen am Beispiel bestimmter Marketing-Instrumente				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Grundkenntnisse in Marketing und multivariaten Methoden				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Mündliche Prüfung: RE				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der mündlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science International Management: Ergänzungsbereich International Management Master of Science Business Administration - Marketing:				

	<p>Schwerpunktbereich Marketing  Master of Science Business Administration - Supply Chain Management:  Ergänzungsbereich Supply Chain Management  Master of Science Wirtschaftsmathematik:  WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe  Master of Science Business Administration - Corporate Development:  Ergänzungsbereich Corporate Development  Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre:  BWL MA Reg China  Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs:  Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik  Master of Science Business Administration - Media and Technology Management:  Ergänzungsbereich Media and Technology Management  Master of Science Geographie:  BWL Master Geographie  Master of Science Economics vor WS 18/19:  Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Economics:  Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:  Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<p><b>9</b></p>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>  Univ.-Prof. Dr. Franziska Völckner</p>
<p><b>10</b></p>	<p><b>Sonstige Informationen</b>  Es kann und muss nur einer der beiden Kurse (a oder b) belegt werden.</p>

<b>Schwerpunktmodul Marketing II</b>					
<b>Kennnummer</b> 1266SMark2	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> a) Retailing (1. Term) b) Practical Applications in Retailing (1. Term)		<b>Kontakt- zeit</b> a) 60h b) 60h	<b>Selbststu- dium</b> a) 120h b) 120h	<b>LV-Sprache</b> a) Englisch b) Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Das Modul beinhaltet konzeptionelle und anwendungsbezogene Elemente, einschließlich studentischer Präsentationen, Fallstudien, Diskussionen und Gastreferenten aus der Praxis. Ein selbstständiges Literaturstudium als Ergänzung zu Vorlesung und Übung wird vorausgesetzt.				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... entwickeln auf Grundlage konzeptioneller und empirischer Beiträge ein tiefgreifendes Verständnis von aktuellen Marketingstrategien und -aktivitäten in Handelswertschöpfungsketten (national/international, physisch/online, Hersteller/Händler). ... identifizieren, interpretieren und diskutieren Tools, Frameworks und Theorien, um die Handels- und Distributionsfunktion von Unternehmen verstehen, analysieren und bewerten zu können. ... erkennen die Bedeutung der Handelsfunktion und des Handelssektors und bestimmen und evaluieren aktuelle Trends sowie "Best-Practices". ... verstehen die Auswirkungen von veränderten Konsumverhalten und von technologischen Entwicklungen auf das Management der Handelsfunktion. ... demonstrieren ihre erlernten Fähigkeiten bezüglich der Anwendung des Strategieprozesses im Handel.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Grundkenntnisse in Marketing und multivariaten Methoden.				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung einer Veranstaltung. Eine Lehrveranstaltung soll belegt werden; die schriftliche Prüfung bezieht sich auf den Inhalt einer Lehrveranstaltung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science International Management:				

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

	<p>Basis- und Aufbaubereich International Management  Master of Science Business Administration - Marketing:  Schwerpunktbereich Marketing  Master of Science Business Administration - Supply Chain Management:  Ergänzungsbereich Supply Chain Management  Master of Science Wirtschaftsmathematik:  WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe  Master of Science Business Administration - Corporate Development:  Ergänzungsbereich Corporate Development  Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre:  BWL MA Reg China  Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs:  Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik  Master of Science Business Administration - Media and Technology Management:  Ergänzungsbereich Media and Technology Management  Master of Science Geographie:  BWL Master Geographie  Master of Science Economics vor WS 18/19:  Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Economics:  Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:  Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Werner Reinartz
<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b>

<b>Schwerpunktmodul Marketing III</b>					
<b>Kennnummer</b> 1266SMark3	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Services and Media Marketing (2. Term)		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Das Modul beinhaltet konzeptionelle und angewandte Elemente, einschließlich Fallstudien, Diskussionen und Gastreferenten aus der Welt des Marketings. Von den Studierenden wird verlangt, neben dem Besuch der Vorlesungen und der Teilnahme an Übungen, ihre Lern- und Arbeitsprozesse selbstständig und eigenverantwortlich zu gestalten.				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... erwerben eine breite Palette an Fähigkeiten (z.B. strategisch, quantitativ) um bestimmte Produkte oder Dienstleistungen zu verwalten. ... identifizieren, interpretieren und diskutieren Theorien, Strategien und Methoden im Zusammenhang mit dem Management verschiedener Produkte/Dienstleistungen. ... analysieren und bewerten die Planung und Umsetzung des Marketing-Mix anhand von Beispielen spezifischer Produkte/Dienstleistungen. ... vergleichen die Herausforderungen beim Management spezifischer Produkte/Dienstleistungen und identifizieren und bewerten aktuelle Trends und Best Practices. ... wenden die erworbenen Fähigkeiten für das Management bestimmter Produkte/Dienstleistungen (z.B. in Fallstudien) an.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Grundkenntnisse in multivariaten Methoden.				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Gesundheitsökonomie: Ergänzungsbereich Gesundheitsökonomie Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science International Management: Ergänzungsbereich International Management Master of Science Business Administration - Marketing:				

	<p>Schwerpunktbereich Marketing</p> <p>Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management</p> <p>Master of Science Wirtschaftsmathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe</p> <p>Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development</p> <p>Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre: BWL MA Reg China</p> <p>Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik</p> <p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Geographie: BWL Master Geographie</p> <p>Master of Science Economics vor WS 18/19: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Marc Fischer</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

Schwerpunktmodul Marketing IV					
Kennnummer 1266SMark4	Workload 180h	LP 6	Modul- sprache Englisch	Modulbe- ginn jedes 2. Semester - Sommer- semester	Moduldauer 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> a) Sustainability in Marketing and Consumer Behavior (1. Term) b) Brand Management (1. Term im SoSe 2018)		<b>Kontakt- zeit</b> a) 60h b) 60h	<b>Selbststu- dium</b> a) 120h b) 120h	<b>LV-Sprache</b> a) Englisch b) Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Das Modul beinhaltet konzeptionelle und anwendungsbezogene Elemente, einschließlich studentische Präsentationen, Fallstudien, Diskussionen und Gastreferenten aus der Praxis. Ein selbstständiges Literaturstudium als Ergänzung zu Vorlesung und Übung wird vorausgesetzt.				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... vertiefen ihr Verständnis für grundlegende Theorien, Konzepte und Methoden des Marketings am Beispiel einzelner Marketinginstrumente und die Befähigung zur kritischen und selbständigen Beurteilung von entsprechenden Marketingstrategien und -maßnahmen. ... beschreiben Marketing als das Management von Vermögensgegenständen (z.B. Marken) im Sinne eines wertorientierten Marketings. ... beschreiben und analysieren Theorien, Konzepte und Methoden eines wertorientierten Marketings. ... analysieren, bewerten und diskutieren die Vorteilhaftigkeit entsprechender Entscheidungsalternativen zur zielorientierten Gestaltung dieser Vermögensgegenstände am Beispiel bestimmter Marketing-Instrumente.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Grundkenntnisse in Marketing und multivariaten Methoden.				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung eines Kurses. Ein Kurs ist zu besuchen; die schriftliche Prüfung bezieht sich auf den Inhalt eines Kurses.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science International Management: Ergänzungsbereich International Management				

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

	<p>Master of Science Business Administration - Marketing: Schwerpunktbereich Marketing</p> <p>Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management</p> <p>Master of Science Wirtschaftsmathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe</p> <p>Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development</p> <p>Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre: BWL MA Reg China</p> <p>Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik</p> <p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Geographie: BWL Master Geographie</p> <p>Master of Science Economics vor WS 18/19: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Franziska Völckner</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b> Wenn mehr als zwei Veranstaltungen angeboten werden, muss und kann nur eine gewählt werden.</p>

<b>Schwerpunktmodul Marketing V (6 LP)</b>					
<b>Kennnummer</b> 1266SMar15	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Marketing Performance Management		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Das Modul beinhaltet konzeptionelle und anwendungsbezogene Elemente, einschließlich Präsentationen von Gastreferenten aus der Welt des Marketing. Neben dem Besuch der Vorlesungen und der Teilnahme an Übungen wird vorausgesetzt, dass die Studierenden ihre Lern- und Arbeitsprozesse selbstständig und eigenverantwortlich gestalten.				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... entwickeln auf Grundlage theoretischer und empirischer Erkenntnisse, ein tiefes Verständnis für die Analyse und Bewertung von Marketingaktivitäten in der Unternehmenspraxis und in der Theorie. ... erkennen und diskutieren die theoretischen Grundlagen des Marketing Performance Managements. ... beurteilen und vergleichen die Auswirkungen von Marketingaktivitäten, um sie finanziell zu quantifizieren und zu bewerten. ... erkennen die Auswirkungen von Marketingaktivitäten auf materielle und immaterielle Marketingwerte. ... bewerten verschiedene Ansätze zur Messung des immateriellen Unternehmenswertes, d.h. des Markenwertes. ... entwickeln Strategien zur Optimierung des Marketing-Mixes.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Grundkenntnisse im Bereich Marketing und multivariate Methoden.				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science International Management: Ergänzungsbereich International Management Master of Science Business Administration - Marketing:				

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

	<p>Schwerpunktbereich Marketing</p> <p>Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management</p> <p>Master of Science Wirtschaftsmathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe</p> <p>Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development</p> <p>Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre: BWL MA Reg China</p> <p>Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik</p> <p>Master of Science Geographie: BWL Master Geographie</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b></p> <p>Univ.-Prof. Dr. Marc Fischer</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Marketing VI</b>					
<b>Kennnummer</b> 1266SMark6	<b>Workload</b> 360h	<b>LP</b> 12	<b>Modul- sprache</b> Deutsch und Eng- lisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Business Project		<b>Kontakt- zeit</b> 30h	<b>Selbststu- dium</b> 330h	<b>LV-Sprache</b>
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Das Modul beinhaltet konzeptionelle und anwendungsbezogene Elemente, einschließlich studentische Präsentationen, Fallstudien, Diskussionen und Gastreferenten aus der Praxis. Ein selbstständiges Literaturstudium als Ergänzung zu Vorlesung und Übung wird vorausgesetzt.				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... lernen, wie man theoretische Prinzipien und Methoden in praktischen Aufgaben umsetzt. ... identifizieren und arbeiten selbstständig an realen Problemen, für die sie dann Lösungen präsentieren. ... entwickeln so ein Verständnis dafür, wie analytische Techniken und Modelle in reale Situationen transformiert und angewendet werden. ... identifizieren und lösen eigenständig aktuelle reale Marketingprobleme, indem sie die Fähigkeiten und Kenntnisse nutzen, die sie während des Programms erworben haben. ... verstehen, analysieren und nutzen aktuelle Forschungsmethoden. ... erkennen und identifizieren aktuell relevante Marketing-Herausforderungen. ... präsentieren ihre Ergebnisse und diskutieren sie mit anderen Studierenden und Industrievertretern. ... lernen, wie man im Team arbeitet. ... bringen sich in den akademischen Diskurs ein.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung Forschungsprojekt Kolloquium				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Grundkenntnisse in Marketing und multivariaten Methoden sind vorteilhaft.				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Kombinierte Prüfung: RE, HA				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der kombinierten Prüfung. Es muss nur eine der beiden Veranstaltungen besucht werden. Studierende des Master International Management wählen nur die englischsprachigen Veranstaltungen.				

<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science International Management: Ergänzungsbereich International Management Master of Science Business Administration - Marketing: Schwerpunktbereich Marketing
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Marc Fischer Univ.-Prof. Dr. Werner Reinartz Univ.-Prof. Dr. Franziska Völkner
<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b>

<b>Schwerpunktmodul Marketing VII</b>					
<b>Kennnummer</b> 1266SMark7	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Customer Relationship Management		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Das Modul beinhaltet konzeptionelle und anwendungsbezogene Elemente, einschließlich studentische Präsentationen, Fallstudien, Diskussionen und Gastreferenten aus der Praxis. Ein selbstständiges Literaturstudium als Ergänzung zu Vorlesung und Übung wird vorausgesetzt.				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... entwickeln auf Grundlage theoretischer und empirischer Inputs ein tiefes Verständnis aktueller Marketingstrategien und –aktivitäten um das Customer Relationship Managements in der Unternehmenspraxis und in der Theorie zu verstehen, zu analysieren und zu bewerten. ... strukturieren und unterscheiden zwischen den konzeptionellen Prinzipien des Customer Relationship-Managements und erkennen die Auswirkungen von kundenorientierten Marketingaktivitäten. ... entwickeln geeignete Customer Management-Aktivitäten für verschiedene Geschäftskontexte. ... bewerten verschiedene Ansätze zur Customer Value-Messung und die daraus abgeleiteten Strategien und Aktivitäten.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Grundkenntnisse im Bereich Marketing und multivariate Methoden.				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science International Management: Ergänzungsbereich International Management Master of Science Business Administration - Marketing: Schwerpunktbereich Marketing				

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

	<p>Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management</p> <p>Master of Science Wirtschaftsmathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe</p> <p>Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development</p> <p>Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre: BWL MA Reg China</p> <p>Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik</p> <p>Master of Science Geographie: BWL Master Geographie</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Werner Reinartz</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Selected Issues in Marketing I</b>					
<b>Kennnummer</b> 1266SSIMa1	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 4. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> a) Strategic Marketing b) Transformative Consumer Research - A Course on Social Conflicts		<b>Kontakt- zeit</b> a) 60h b) 60h	<b>Selbststu- dium</b> a) 120h b) 120h	<b>LV-Sprache</b> a) Englisch b) Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Aktuelle Fragestellungen aus dem Marketing.				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... verstehen ausgewählte Fragestellungen des Marketings. ... analysieren und bewerten aktuelle Fragestellungen des Marketings. ... entwickeln, diskutieren und wenden Marketingstrategien und -maßnahmen anhand von Fallstudien/-beispielen an. ... leiten aus den Ergebnissen managementrelevante Handlungsempfehlungen ab.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung Forschungsprojekt Kolloquium				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Grundkenntnisse in Marketing und multivariaten Methoden.				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Kombinierte Prüfung: RE, HA				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der kombinierten Prüfung. Eine Lehrveranstaltung muss belegt werden; die kombinierte Prüfung bezieht sich auf den Inhalt einer Lehrveranstaltung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Business Administration - Marketing: Schwerpunktbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Wirtschaftsmathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre:				

	<p>BWL MA Reg China</p> <p>Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik</p> <p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Geographie: BWL Master Geographie</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b></p> <p>Univ.-Prof. Dr. Marc Fischer</p> <p>Univ.-Prof. Dr. Werner Reinartz</p> <p>Univ.-Prof. Dr. Franziska Völckner</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Selected Issues in Marketing II</b>					
<b>Kennnummer</b> 1266SSIMa2	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Deutsch und Eng- lisch	<b>Modulbe- ginn</b> unregelmä- ßig	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Quantitative Applications in Marketing		<b>Kontakt- zeit</b> 30h	<b>Selbststu- dium</b> 150h	<b>LV-Sprache</b> Deutsch und Eng- lisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Aktuelle Fragestellungen aus dem Marketing.				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... verstehen und erkennen ausgewählte Fragestellungen des Marketings. ... analysieren und bewerten aktuelle Fragestellungen des Marketings. ... entwickeln, diskutieren und wenden Marketingstrategien und -maßnahmen anhand von Fallstudien/-beispielen an. ... leiten aus den Ergebnissen managementrelevante Handlungsempfehlungen ab.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung Forschungsprojekt Kolloquium				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Grundkenntnisse in multivariaten Methoden.				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung. Nur eine Lehrveranstaltung soll belegt werden; die Klausur bezieht sich auf den Inhalt einer Lehrveranstaltung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Business Administration - Marketing: Schwerpunktbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Wirtschaftsmathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre: BWL MA Reg China Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs:				

	<p>Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik  Master of Science Business Administration - Media and Technology Management:  Ergänzungsbereich Media and Technology Management  Master of Science Geographie:  BWL Master Geographie  Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:  Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>  Univ.-Prof. Dr. Marc Fischer  Univ.-Prof. Dr. Werner Reinartz  Univ.-Prof. Dr. Franziska Völckner</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Selected Issues in Marketing III</b>					
<b>Kennnummer</b> 1266SSIMA3	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Deutsch und Eng- lisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 4. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Pricing		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Deutsch und Eng- lisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Aktuelle Fragestellungen aus dem Marketing.				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... vertiefen ihr Verständnis zu ausgewählten Themen und Fragestellungen im Marketing. ... analysieren und bewerten aktuelle Fragestellungen des Marketings. ... entwickeln und diskutieren Marketingstrategien und -maßnahmen anhand von Fall-stu- dien/-beispielen. ... leiten aus den Ergebnissen managementrelevante Handlungsempfehlungen ab.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung. Nur eine der Veranstaltungen muss und kann gewählt werden.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Business Administration - Marketing: Schwerpunktbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Wirtschaftsmathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre: BWL MA Reg China Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik				

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

	Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management Master of Science Geographie: BWL Master Geographie Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Marc Fischer Univ.-Prof. Dr. Werner Reinartz Univ.-Prof. Dr. Franziska Völckner
<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b>

<b>Schwerpunktmodul Research in Marketing (Research Track)</b>					
<b>Kennnummer</b> 1266SMRM00	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> unregelmä- ßig	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Research in Marketing		<b>Kontakt- zeit</b> 30h	<b>Selbststu- dium</b> 150h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktuelle Themen der Marktforschung mit den Schwerpunkten Theorieentwicklung und empirische Forschung.</li> <li>• Kritische Bewertung zentraler Forschungsarbeiten.</li> <li>• Anleitung zu unabhängiger Forschung.</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... bewerten und diskutieren Forschungsartikel, um Theorien und methodische Ansätze im Marketing und Konsumentenverhalten zu verstehen. ... entwickeln Forschungsideen, mit Fokus auf verschiedenen Themen der zeitgenössischen Marktforschung. ... führen eigene Forschungsprojekte durch. ... schreiben selbstständig Arbeiten.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Seminar				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Es werden mind. 42 LP aus dem Basis- und Aufbaubereich und/oder Schwerpunktbereich mit einer Mindestdurchschnittsnote von 2,0 empfohlen.				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Kombinierte Prüfung: RE, PR				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der kombinierten Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Business Administration - Marketing: Schwerpunktbereich Marketing Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance				

	Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Area Marketing
<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b>

Schwerpunktmodul Digital Transformation I					
<b>Kennnummer</b> 1277SMDT01	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> a) Consumer Learning in Digital Environ- ments b) Advanced Information Management c) Value Creation in the Digital World		<b>Kontakt- zeit</b> a) 60h b) 60h c) 60h	<b>Selbststu- dium</b> a) 120h b) 120h c) 120h	<b>LV-Sprache</b> a) Englisch b) Englisch c) Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> a) Advanced Information Management: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzepte, Rahmenbedingungen und Entwicklung des Informationsmanagements</li> <li>• Verwaltung von externen Informationsquellen und Nachfrage</li> <li>• IT in Unternehmen - Rolle und Beitrag zur Wertschöpfung</li> <li>• IT-Governance</li> <li>• IT Strategie und strategische Ausrichtung</li> <li>• IT-Prozesse</li> <li>• IT-Controlling</li> <li>• IT-Beschaffung</li> <li>• Knowledge Management</li> <li>• Die Rolle des CIO</li> <li>• Neue Trends</li> </ul> b) Value Creation in the Digital World: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Technologie- und Business Trends im digitalen Zeitalter</li> <li>• Neue Geschäftsmodelle und Plattformen</li> <li>• Neue Kanäle und neue Kommunikationswege</li> <li>• Kundenmanagement im digitalen Zeitalter</li> <li>• Einfluss der digitalen Technologien auf die Gesellschaft</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... a) Information Management ... kennen den Zusammenhang zwischen Informationsmanagement und Unternehmenserfolg. ... verstehen wie Informationsmanagement motiviert ist und wie es sich aus historischer Sicht entwickelt hat. ... können Konzepte, wichtige Ansätze sowie den aktuellen Stand des Informationsmanagements erläutern und diskutieren. ... verstehen Knowledge Management als ein wichtiges Anwendungsfeld des Informationsmanagements. ... ... b) Value Creation in the Digital World ... verstehen aktuelle technologische Trends, die das Geschäft und die Branchen verändern und stören, und schaffen neue Geschäftsmodelle. ... verstehen die Bedeutung von Social Media in der Wirtschaft, Gesellschaft und bei wirtschaftlichen Entscheidungen.				

	<p>... analysieren den Wert von Netzwerken und Plattformen.                  ... studieren Strategien und Taktiken (auch Fallstudien), die im digitalen Zeitalter Werte schaffen.                  ... bewerten Innovationen und Geschäftsideen angesichts des radikalen technologischen Wandels.</p>
<b>4</b>	<p><b>Lehr- und Lernformen</b>                  Vorlesung                  Übung</p>
<b>5</b>	<p><b>Modulvoraussetzungen</b>                  Empfohlen: keine</p>
<b>6</b>	<p><b>Form der Modulabschlussprüfung</b>                  Schriftliche Prüfung: KL (60)</p>
<b>7</b>	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>                  Bestehen der schriftlichen Prüfung einer Veranstaltung. Eine Lehrveranstaltung soll belegt werden; die schriftliche Prüfung bezieht sich auf den Inhalt einer Lehrveranstaltung.</p>
<b>8</b>	<p><b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>                  Master of Science International Management:                      Basis- und Aufbaubereich International Management                  Master of Science Business Administration - Marketing:                      Schwerpunktbereich Marketing                  Master of Science Information Systems:                      Schwerpunktbereich Information Systems                  Master of Science Business Administration - Media and Technology Management:                      Schwerpunktbereich Media and Technology Management</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>                  Univ.-Prof. Dr. Detlef Schoder</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Digital Transformation II</b>					
<b>Kennnummer</b> 1277SMDT02	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> unregelmä- ßig	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Data Science for Business Students		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Korrelation und überwachtes Lernen</li> <li>- Overfitting</li> <li>- Ähnlichkeit und Clustering</li> <li>- Bewertung und Visualisierung der Modellqualität</li> <li>- Analyse von Text</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> <p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... verstehen die Potenziale die sich aus datenbasierter Entscheidungsfindung für Unternehmen ergeben</li> <li>... kennen grundsätzliche Fragestellungen der Datenanalyse und der zielorientierten Anwendung von Datenanalyse</li> <li>... wenden Methoden der Datenanalyse auf Datensätze an, um reale Problemstellungen zu beantworten</li> <li>... können die Einsatzmöglichkeiten von datenanalytischen Verfahren im Geschäftsleben kritisch bewerten und geeignete Verfahren für eine gegebene Fragestellung auswählen und zielgerichtet anwenden</li> <li>... verstehen die grundlegenden Charakteristika von Plattformmärkten und Märkten mit Netzwerkeffekten.</li> <li>... kennen die relevanten Theorien aus der VWL und der Strategischen Management Theorie.</li> <li>... können die Theorien auf aktuelle Fragestellungen in Plattformmärkten aus den Bereichen Strategie und Regulierung anwenden.</li> </ul>				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vorlesung</li> <li>Übung</li> </ul>				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Kombinierte Prüfung: KL (60), RE				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der kombinierten Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Master of Science International Management:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Basis- und Aufbaubereich International Management</li> </ul> </li> <li>Master of Science Business Administration - Marketing:</li> </ul>				

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

	Schwerpunktbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Basis- und Aufbaubereich Supply Chain Management
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Fachbereich Wirtschaftsinformatik
<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b>

<b>Schwerpunktmodul Service Management</b>					
<b>Kennnummer</b> 1282SMSM00	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Advanced Health Care Management		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategy development and implementation</li> <li>• Service benchmarking</li> <li>• Capacity management</li> <li>• Strategic decision making</li> <li>• Project Management</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... diskutieren spezielle Herausforderungen im Dienstleistungssektor. ... analysieren Methoden zur strategischen Entscheidungsfindung im Dienstleistungssektor. ... entwickeln Lösungskonzepte zur optimalen Steuerung von Dienstleistungsunternehmen. ... bewerten den Nutzen theoretischer Entscheidungsmodelle zur Überwindung von Zielkonflikten. ... wenden Methoden und Konzepte auf Fallbeispiele an. ... diskutieren ausgewählte empirische Studien.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (90)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science International Management: Ergänzungsbereich International Management Master of Science Business Administration - Marketing: Schwerpunktbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Schwerpunktbereich Supply Chain Management				

<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Ludwig Kuntz
<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b>

<b>Schwerpunktmodul Value-based Controlling</b>					
<b>Kennnummer</b> 1016SVbCo0	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Value-based Controlling		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des wertorientierten Controllings (u.a. traditionelle Finanzkennzahlen)</li> <li>• Charakteristika von Kapitalmärkten</li> <li>• Auswirkungen der Kapitalstruktur auf den Unternehmenswert</li> <li>• Der Shareholder Value-Ansatz</li> <li>• Discounted Cash flow (DCF) Verfahren</li> <li>• Wertorientierte Kennzahlen</li> <li>• Umsetzung einer wertorientierten Strategie</li> <li>• Das Ohlson Modell</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... identifizieren die Nachteile traditioneller finanzieller Kennzahlen. ... beurteilen Kapitalmarkt-Charakteristika und deren Implikationen für die Bewertung. ... transferieren investitionstheoretische Kalküle auf Unternehmensbewertungen. ... differenzieren zwischen Bewertungsverfahren insb. hinsichtlich zugrundeliegender An- nahmen. ... konstruieren Ansätze zur Cash Flow- und Gewinn- Prognose und Kapitalkostenbestim- mung. ... modifizieren publizierte Jahresabschlussdaten zu ökonomischen Größen ... bestimmen Unternehmenswerte auf Basis von Multiplier-, DCF- und EVA-Konzepten.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Grundkenntnisse des internen und externen Rechnungswesens, der Investi- tion und Finanzierung sowie der Entscheidungstheorie.				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Gesundheitsökonomie: Ergänzungsbereich Gesundheitsökonomie Master of Science Mathematik:				

	<p>WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe  Master of Science International Management:  Ergänzungsbereich International Management  Master of Science Business Administration - Marketing:  Schwerpunktbereich Marketing  Ergänzungsbereich Marketing  Master of Science Business Administration - Supply Chain Management:  Ergänzungsbereich Supply Chain Management  Master of Science Wirtschaftsmathematik:  WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe  Master of Science Information Systems:  Ergänzungsbereich Information Systems  Master of Science Business Administration - Corporate Development:  Ergänzungsbereich Corporate Development  Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre:  BWL MA Reg China  Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs:  Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik  Master of Science Business Administration - Media and Technology Management:  Ergänzungsbereich Media and Technology Management  Master of Science Geographie:  BWL Master Geographie  Master of Science Economics vor WS 18/19:  Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Business Administration - Finance:  Ergänzungsbereich Finance  Master of Science Economics:  Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:  Schwerpunktbereich Accounting and Taxation  Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<p><b>9</b></p>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>  Univ.-Prof. Dr. Carsten Homburg</p>
<p><b>10</b></p>	<p><b>Sonstige Informationen</b>  Relevante Literatur wird zu Beginn des jeweiligen Semesters bekannt gegeben.</p>

<b>Schwerpunktmodul Marketing Seminar I</b>					
<b>Kennnummer</b> 1266MaSe01	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Deutsch und Eng- lisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Marketing Seminar I		<b>Kontakt- zeit</b> 30h	<b>Selbststu- dium</b> 150h	<b>LV-Sprache</b> Deutsch und Eng- lisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Abhängig vom allgemeinen Thema des Seminars: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Markenmanagement</li> <li>• Marktforschung</li> <li>• Preismanagement</li> <li>• Produktmanagement</li> <li>• Kommunikationsmanagement</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... <ul style="list-style-type: none"> <li>... erledigen selbstständig eine Aufgabe als Teil eines Teams. Durch die Präsentation eigener Ergebnisse und die Diskussion im Abschlussseminar sammeln die Studierenden zusätzliche Erfahrung in der selbständigen Arbeit an einem Forschungsauftrag, der auf einer aktiven Auseinandersetzung mit verwandten Bereichen basiert.</li> <li>... analysieren selbstständig eine aktuelle Fragestellung des Marketings und nutzen dabei das im Rahmen des Programms erworbene Marketingwissen.</li> <li>... identifizieren, recherchieren und wählen die für die Aufgabe relevante wissenschaftlichen Literatur aus.</li> <li>... schreiben eine akademische Semesterarbeit, um die nötige Praxis für die Masterarbeit zu erlangen.</li> <li>... präsentieren und erklären ihre Ergebnisse in einer mündlichen Präsentation und diskutieren diese mit den anderen Seminarteilnehmern.</li> <li>... arbeiten und bereiten Methoden im Team vor.</li> <li>... bringen sich in einen akademische Diskurs ein.</li> </ul>				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Seminar				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Kombinierte Prüfung: RE, HA				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der kombinierten Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Business Administration - Marketing: Schwerpunktbereich Marketing				

<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Marc Fischer Univ.-Prof. Dr. Werner Reinartz Univ.-Prof. Dr. Franziska Völkner
<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b>

<b>Schwerpunktmodul Marketing Seminar II</b>					
<b>Kennnummer</b> 1266MaSe02	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Deutsch und Eng- lisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Marketing Seminar II		<b>Kontakt- zeit</b> 30h	<b>Selbststu- dium</b> 150h	<b>LV-Sprache</b> Deutsch und Eng- lisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Abhängig vom allgemeinen Thema des Seminars: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Markenmanagement</li> <li>• Marktforschung</li> <li>• Preismanagement</li> <li>• Produktmanagement</li> <li>• Kommunikationsmanagement</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... <ul style="list-style-type: none"> <li>... erledigen selbstständig eine Aufgabe als Teil eines Teams. Durch die Präsentation eigener Ergebnisse und die Diskussion im Abschlussseminar sammeln die Studierenden zusätzliche Erfahrung in der selbständigen Arbeit an einem Forschungsauftrag, der auf einer aktiven Auseinandersetzung mit verwandten Bereichen basiert.</li> <li>... analysieren selbstständig eine aktuelle Fragestellung des Marketings und nutzen dabei das im Rahmen des Programms erworbene Marketingwissen.</li> <li>... identifizieren, recherchieren und wählen die für die Aufgabe relevante wissenschaftlichen Literatur aus.</li> <li>... schreiben eine akademische Semesterarbeit, um die nötige Praxis für die Masterarbeit zu erlangen.</li> <li>... präsentieren und erklären ihre Ergebnisse in einer mündlichen Präsentation und diskutieren diese mit den anderen Seminarteilnehmern.</li> <li>... arbeiten und bereiten Methoden im Team vor.</li> <li>... bringen sich in einen akademische Diskurs ein.</li> </ul>				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Seminar				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Kombinierte Prüfung: RE, HA				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der kombinierten Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Business Administration - Marketing: Schwerpunktbereich Marketing				

<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Marc Fischer Univ.-Prof. Dr. Werner Reinartz Univ.-Prof. Dr. Franziska Völkner
<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b>

## 3.6.3 Ergänzungsbereich

Schwerpunktmodul Besteuerung der Unternehmen						
<b>Kennnummer</b> 1016SbeUn0		<b>Workload</b> 360h	<b>LP</b> 12	<b>Modul- sprache</b> Deutsch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 2 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> a) Besteuerung der Unternehmen I (WiSe) b) Besteuerung der Unternehmen II (SoSe)			<b>Kontakt- zeit</b> a) 45h b) 45h	<b>Selbststu- dium</b> a) 135h b) 135h	<b>LV-Sprache</b> a) Deutsch b) Deutsch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Betriebswirtschaftliche Bedeutung der Besteuerung</li> <li>• Besteuerung von Personenunternehmen und Kapitalgesellschaften</li> <li>• Rechtsformwahl im Hinblick auf laufende nationale und grenzüberschreitende Besteuerungssachverhalte</li> <li>• Rechtsformoptimierung und besondere Rechtsformen</li> <li>• Besteuerung der grenzüberschreitenden Geschäftstätigkeit und internationale Steuerplanung</li> <li>• Doppelbesteuerungsproblematik und Umgang mit Maßnahmen zur Verhinderung von Steuerarbitrage</li> <li>• Steuerplanung im Rahmen von Unternehmensumstrukturierungen und Unternehmensübernahmen</li> <li>• Umwandlungssteuergesetz</li> <li>• Vertiefung der Vorlesungsinhalte anhand von Übungsfällen</li> </ul>					
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... kennen Problemstellungen und Methoden der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre. ... verstehen den Einfluss von Steuern auf Rechtsformentscheidungen. ... gewinnen einen Einblick in die Besteuerung der grenzüberschreitenden Geschäftstätigkeit. ... verstehen den Einfluss von Steuern auf nationale und grenzüberschreitende Entscheidungen für Unternehmen. ... wenden die erworbenen Kompetenzen auf konkrete Fallbeispiele an.					
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung					
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Grundkenntnisse des Steuerrechts.					
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: PO					

7	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>                  Bestehen der schriftlichen Prüfungen. Es müssen beide Lehrveranstaltungen belegt werden. Beide Veranstaltungen werden in Teilprüfungen abgeprüft!</p>
8	<p><b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>                  Master of Science Mathematik:                      WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe                  Master of Science Business Administration - Marketing:                      Ergänzungsbereich Marketing                  Master of Science Wirtschaftsmathematik:                      WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe                  Master of Science Information Systems:                      Ergänzungsbereich Information Systems                  Master of Science Business Administration - Corporate Development:                      Ergänzungsbereich Corporate Development                  Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre:                      BWL MA Reg China                  Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs:                      Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik                  Master of Science Business Administration - Media and Technology Management:                      Ergänzungsbereich Media and Technology Management                  Master of Science Geographie:                      BWL Master Geographie                  Master of Science Economics vor WS 18/19:                      Ergänzungsbereich Economics                  Master of Science Business Administration - Finance:                      Ergänzungsbereich Finance                  Master of Science Economics:                      Ergänzungsbereich Economics                  Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:                      Schwerpunktbereich Accounting and Taxation                      Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
9	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>                  Univ.-Prof. Dr. Michael Overesch</p>
10	<p><b>Sonstige Informationen</b>                  Die Veranstaltung kann auch im Sommer begonnen werden. Der Beginn im Wintersemester wird empfohlen.</p>

<b>Schwerpunktmodul Operative and Strategic Controlling</b>					
<b>Kennnummer</b> 1016SOSCo0	<b>Workload</b> 360h	<b>LP</b> 12	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> a) Operative Controlling (1. Term) b) Strategic Controlling (2. Term)		<b>Kontakt- zeit</b> a) 60h b) 60h	<b>Selbststu- dium</b> a) 120h b) 120h	<b>LV-Sprache</b> a) Englisch b) Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Operative Controlling: • Grundlagen des Controlling • Theorie, Konzepte und Methoden zur Fundierung des Controlling • Controllinginstrumente  Strategic Controlling: • Einführung in das strategische Controlling • Traditionelle Instrumente des Kostenmanagements • Neuere Instrumente des Kostenmanagements • Benchmarking				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... identifizieren die wichtigsten Controlling-Konzepte. ... erlernen unterschiedliche Arten von Interdependenzen und bewerten analytische und heuristische Methoden zur Koordination dieser Interdependenzen. ... vertiefen unterschiedliche „klassische“ Kostenrechnungsmethodiken (u.a. Ist- und Plankostenrechnung, Voll- und Teilkostenrechnung). ... erlernen Methoden zur Berechnung von Abweichungsanalysen. ... verstehen das Peinreich-Lücke Theorem und die Beziehung zwischen Investitions- und Kostenrechnung. ... wenden die lineare Programmierung zur Produktionsprogrammplanung und die dynamische Programmierung zur Bemessung von intertemporalen Interdependenzen an. ... untersuchen den Nutzen von zusätzlichen Informationen unter Unsicherheit durch Nutzung des Informationswert-Konzeptes. ... analysieren die „Principal-Agency“ Theorie und lösen mit Hilfe von Controlling-Instrumenten entstehende Anreiz-Probleme. ... erlernen die wichtigsten Controlling-Konzepte um Koordinationsprobleme zu lösen. ... vergleichen die Vor- und Nachteile von proaktivem Kostenmanagement und frühzeitiger Kostenplanung. ... untersuchen die neueren Instrumente des Kostenmanagements (u.a. Lebenszykluskostenrechnung, Target Costing, Activity-based Costing). ... diskutieren die Grundlagen des Benchmarkings. ... wenden die erlernten Kompetenzen in konkreten Fallbeispielen an.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				

<b>5</b>	<p><b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Grundkenntnisse des internen und externen Rechnungswesens, der Investition und Finanzierung sowie der Entscheidungstheorie.</p>
<b>6</b>	<p><b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: PO</p>
<b>7</b>	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung. Es müssen beide Lehrveranstaltungen belegt werden. Das Modul wird in zwei schriftlichen Prüfungselementen abgeprüft.</p>
<b>8</b>	<p><b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Gesundheitsökonomie: Ergänzungsbereich Gesundheitsökonomie Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science International Management: Ergänzungsbereich International Management Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Wirtschaftsmathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre: BWL MA Reg China Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management Master of Science Geographie: BWL Master Geographie Master of Science Economics vor WS 18/19: Ergänzungsbereich Economics Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Economics Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Schwerpunktbereich Accounting and Taxation Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Carsten Homburg</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b> Relevante Literatur wird zu Beginn des jeweiligen Semesters bekannt gegeben.</p>

<b>Schwerpunktmodul Internationale Rechnungslegung</b>					
<b>Kennnummer</b> 1016SMIR01	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Deutsch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Internationale Rechnungslegung		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Deutsch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dogmatische und konzeptionelle Grundlagen der IFRS</li> <li>• Institutioneller Rahmen der IFRS</li> <li>• IASB-Framework</li> <li>• Aktivierungs- und Passivierungsregeln</li> <li>• Bewertungsregeln</li> <li>• Sonderprobleme im IFRS-Einzel- und Konzernabschluss</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... erlangen Bilanzsicherheit in der internationalen Rechnungslegung [IFRS]. ... erwerben Kompetenz zur systemkonformen Auslegung der Standardtexte. ... wenden erlerntes Wissen über Rechnungslegungsregeln auf praktische Fälle an. ... wenden betriebswirtschaftliche Bewertungskonzepte im Rahmen der IFRS-Bilanzierung an.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Wirtschaftsmathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development				

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

	<p>Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre: BWL MA Reg China</p> <p>Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik</p> <p>Master of Science Geographie: BWL Master Geographie</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Schwerpunktbereich Accounting and Taxation Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Christoph Kuhner</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b> Die Prüfung wird jedes Semester angeboten.</p>

<b>Schwerpunktmodul Unternehmensbewertung</b>					
<b>Kennnummer</b> 1016SMUb01	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Deutsch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Unternehmensbewertung (WiSe)		<b>Kontakt- zeit</b> 60	<b>Selbststu- dium</b> 120	<b>LV-Sprache</b> Deutsch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anlässe, Zwecke, Dogmengeschichte</li> <li>• Äquivalenzprinzipien</li> <li>• Prognoseregeln und -Instrumente</li> <li>• Risikonutzenansatz der Unternehmensbewertung</li> <li>• Kapitalmarktorientierte Bewertungsmethoden</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... erwerben Kompetenz zur Differenzierung unterschiedlicher Anlässe, Zwecke und dogmatischer Konzeptionen der Unternehmensbewertung. ... wenden die Grundregeln der investitionstheoretischen Bewertungslehre auf Unternehmensbewertungsprobleme an. ... erstellen Cash Flow-Prognosen. ... erwerben Kompetenzen zum zielbezogenen Einsatz der unterschiedlichen Varianten der DCF-Methode und anderer moderner Bewertungsmethoden.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Wirtschaftsmathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development:				

	<p>Ergänzungsbereich Corporate Development</p> <p>Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre: BWL MA Reg China</p> <p>Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik</p> <p>Master of Science Geographie: BWL Master Geographie</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Schwerpunktbereich Accounting and Taxation Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Christoph Kuhner</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b> Die Prüfung wird jedes Semester angeboten.</p>

<b>Schwerpunktmodul Selected Issues in Business Taxation I</b>					
<b>Kennnummer</b> 1016SMSB01	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> a) Tax Accounting b) Financial Service and Real Estate Taxation (1. Term) c) Besteuerung von Familienunternehmen		<b>Kontakt- zeit</b> a) 30h b) 30h c) 30h	<b>Selbststu- dium</b> a) 60h b) 60h c) 60h	<b>LV-Sprache</b> a) Englisch b) Englisch c) Deutsch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Ausgewählten Fragestellungen des Steuerrechts				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... erwerben juristische Methodenkompetenz im Bereich des Steuerrechts. ... erhalten inhaltliche Kompetenzen zum vertieften Verständnis des Steuerrechts. ... lernen die Lösung neuer Fälle unter Anwendung der vermittelten fachlichen und methodischen Kompetenzen.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Grundkenntnisse der Unternehmensbesteuerung				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung. Zwei Lehrveranstaltungen sollen belegt werden; die Klausur bezieht sich auf die Inhalte von zwei Lehrveranstaltungen.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science International Management: Ergänzungsbereich International Management Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management				

	<p>Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Schwerpunktbereich Accounting and Taxation Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Michael Overesch</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Selected Issues in Business Taxation II</b>					
<b>Kennnummer</b> 1016SMSB02	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Deutsch und Eng- lisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> a) International Tax Planning (1. Term) b) Konzernbesteuerung		<b>Kontakt- zeit</b> a) 30h b) 30h	<b>Selbststu- dium</b> a) 60h b) 60h	<b>LV-Sprache</b> a) Englisch b) Deutsch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Ausgewählten Fragestellungen des Steuerrechts				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... erwerben juristische Methodenkompetenz im Bereich des Steuerrechts. ... erhalten inhaltliche Kompetenzen zum vertieften Verständnis des Steuerrechts. ... lernen die Lösung neuer Fälle unter Anwendung der vermittelten fachlichen und metho- dischen Kompetenzen.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Grundkenntnisse der Unternehmensbesteuerung				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Kombinierte Prüfung: KL (30), MP (30)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der kombinierten Prüfung. Es müssen beide Veranstaltungen belegt werden. Beide Veranstaltungen werden in einer gemeinsamen Prüfung abgeprüft!				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Wirtschaftsmathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre: BWL MA Reg China Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik Master of Science Business Administration - Media and Technology Management:				

	<p>Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Geographie: BWL Master Geographie</p> <p>Master of Science Economics vor WS 18/19: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Schwerpunktbereich Accounting and Taxation Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Michael Overesch</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Value-based Controlling</b>					
<b>Kennnummer</b> 1016SVbCo0	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Value-based Controlling		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des wertorientierten Controllings (u.a. traditionelle Finanzkennzahlen)</li> <li>• Charakteristika von Kapitalmärkten</li> <li>• Auswirkungen der Kapitalstruktur auf den Unternehmenswert</li> <li>• Der Shareholder Value-Ansatz</li> <li>• Discounted Cash flow (DCF) Verfahren</li> <li>• Wertorientierte Kennzahlen</li> <li>• Umsetzung einer wertorientierten Strategie</li> <li>• Das Ohlson Modell</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... identifizieren die Nachteile traditioneller finanzieller Kennzahlen. ... beurteilen Kapitalmarkt-Charakteristika und deren Implikationen für die Bewertung. ... transferieren investitionstheoretische Kalküle auf Unternehmensbewertungen. ... differenzieren zwischen Bewertungsverfahren insb. hinsichtlich zugrundeliegender An- nahmen. ... konstruieren Ansätze zur Cash Flow- und Gewinn- Prognose und Kapitalkostenbestim- mung. ... modifizieren publizierte Jahresabschlussdaten zu ökonomischen Größen ... bestimmen Unternehmenswerte auf Basis von Multiplier-, DCF- und EVA-Konzepten.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Grundkenntnisse des internen und externen Rechnungswesens, der Investi- tion und Finanzierung sowie der Entscheidungstheorie.				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Gesundheitsökonomie: Ergänzungsbereich Gesundheitsökonomie Master of Science Mathematik:				

	<p>WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe  Master of Science International Management:  Ergänzungsbereich International Management  Master of Science Business Administration - Marketing:  Schwerpunktbereich Marketing  Ergänzungsbereich Marketing  Master of Science Business Administration - Supply Chain Management:  Ergänzungsbereich Supply Chain Management  Master of Science Wirtschaftsmathematik:  WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe  Master of Science Information Systems:  Ergänzungsbereich Information Systems  Master of Science Business Administration - Corporate Development:  Ergänzungsbereich Corporate Development  Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre:  BWL MA Reg China  Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs:  Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik  Master of Science Business Administration - Media and Technology Management:  Ergänzungsbereich Media and Technology Management  Master of Science Geographie:  BWL Master Geographie  Master of Science Economics vor WS 18/19:  Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Business Administration - Finance:  Ergänzungsbereich Finance  Master of Science Economics:  Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:  Schwerpunktbereich Accounting and Taxation  Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<p><b>9</b></p>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>  Univ.-Prof. Dr. Carsten Homburg</p>
<p><b>10</b></p>	<p><b>Sonstige Informationen</b>  Relevante Literatur wird zu Beginn des jeweiligen Semesters bekannt gegeben.</p>

<b>Schwerpunktmodul Ausgewählte Fragen der Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung I</b>					
<b>Kennnummer</b> 1016SAFRW0	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Deutsch und Eng- lisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> a) Unternehmenspublizität und Jahresabschlussanalyse b) Konzernbilanzen (1. Term)		<b>Kontakt- zeit</b> a) 30h b) 30h	<b>Selbststu- dium</b> a) 60h b) 60h	<b>LV-Sprache</b> a) Deutsch b) Deutsch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Regulierung von Kapitalmarktinformationen</li> <li>• Value Relevance-Studien</li> <li>• Techniken des Unternehmensratings</li> <li>• Kennzahlengestützte Analyse</li> <li>• Sonderprobleme der Konzernbilanzierung</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... erwerben Kompetenz in der Beurteilung der rechtlichen und strategischen Aspekte der modernen Kapitalmarkt-kommunikation. ... erwerben Kompetenz zur Beurteilung der Motive und zur Analyse der Instrumente der Bilanzpolitik. ... bewerten die Entscheidungsnützlichkeit von Rechnungslegungsdaten aus verschiedenen Blickwinkeln. ... erwerben Kompetenz zur zielorientierten Anwendung von betriebswirtschaftlichen Bewertungskonzepten im Rahmen der Jahresabschlussanalyse. ... erlangen Bilanzsicherheit in der Konzernrechnungslegung nach nationalen und internationalen Normen. ... analysieren Rechnungslegungsprobleme in praxisnahen Bereichen.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung. Es müssen beide Lehrveranstaltungen belegt werden. Beide Veranstaltungen werden in einer gemeinsamen Klausur abgeprüft!				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing				

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

	<p>Master of Science Wirtschaftsmathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe</p> <p>Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems</p> <p>Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development</p> <p>Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre: BWL MA Reg China</p> <p>Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik</p> <p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Geographie: BWL Master Geographie</p> <p>Master of Science Economics vor WS 18/19: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Schwerpunktbereich Accounting and Taxation Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Christoph Kuhner</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

Schwerpunktmodul Research in Finance (Research Track)					
<b>Kennnummer</b> 1259RiFi01	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Deutsch und Eng- lisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 4. Semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> a) Empirical Research in Corporate Fi- nance b) Empirical Research in Asset Manage- ment c) Wissenschaftliches Arbeiten in Finance: Von der der Idee zur Veröffentlichung		<b>Kontakt- zeit</b> a) 60h b) 30h c) 30h	<b>Selbststu- dium</b> a) 120h b) 150h c) 150h	<b>LV-Sprache</b> a) Englisch b) Englisch c) Deutsch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Empirical Research in Corporate Finance <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktuelle Fragestellungen in der Kapitalmarktforschung mit Fokus auf Corporate Fi- nance</li> <li>• Kritische Beurteilung zentraler Studien aus diesem Bereich</li> <li>• Methodische Umsetzung empirischer Untersuchungen</li> <li>• Anleitung zu selbständiger Forschung</li> </ul> Empirical Research in Asset Management <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktuelle Fragestellungen in der Kapitalmarktforschung mit Fokus auf Asset Manage- ment</li> <li>• Kritische Beurteilung zentraler Studien aus diesem Bereich</li> <li>• Methodische Umsetzung empirischer Untersuchungen</li> <li>• Anleitung zu selbständiger Forschung</li> </ul> Wissenschaftliches Arbeiten in Finance: Von der Idee zur Veröffentlichung <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwicklung eines Forschungsproposals im Bereich Finance</li> <li>• Ausarbeitung des Proposals zu einem Forschungspapier</li> <li>• Präsentation und Publikation des Forschungspapiers</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... entwickeln eigene Forschungsideen. ... konzipieren die Durchführung eigener Forschungsprojekte. ... formulieren eigene Forschungsproposals und arbeiten diese zu Papieren aus. ... führen einen wissenschaftlichen Diskurs.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung Seminar				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Umfangreiche Kenntnisse in Finance und Statistik werden vorausgesetzt. Es werden mind. 42 LP aus dem Basis- und Aufbaubereich und/oder Schwerpunktbereich mit einer Mindestdurchschnittsnote von 2,0 empfohlen.				

<b>6</b>	<p><b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Kombinierte Prüfung: RE, HA</p>
<b>7</b>	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der kombinierten Prüfung. Es muss und kann nur eine Veranstaltung besucht werden; die Prüfung bezieht sich auf Themen einer Veranstaltung.</p>
<b>8</b>	<p><b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>                      Master of Science Business Administration - Marketing:                          Ergänzungsbereich Marketing                      Master of Science Business Administration - Supply Chain Management:                          Ergänzungsbereich Supply Chain Management                      Master of Science Information Systems:                          Ergänzungsbereich Information Systems                      Master of Science Business Administration - Corporate Development:                          Ergänzungsbereich Corporate Development                      Master of Science Business Administration - Finance:                          Schwerpunktbereich Finance                          Ergänzungsbereich Finance                      Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:                          Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>                      Univ.-Prof. Dr. Dieter Hess                      Univ.-Prof. Dr. Alexander Kempf                      Dr. Alexander Pütz</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b>                      Nur eine der drei Veranstaltungen (a, b oder c) muss und kann gewählt werden. Die Veranstaltungen werden unregelmäßig angeboten.</p>

<b>Schwerpunktmodul Research on Organizations and Innovation (Research Track)</b>					
<b>Kennnummer</b> 1253SMRO00	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 4. Semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Empirical and theoretical research on organization and innovation		<b>Kontakt- zeit</b> 30h	<b>Selbststu- dium</b> 150h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktuelle Fragen aus Management-, Organisations- und/oder Innovationsforschung, mit Fokus auf theoretischer und empirischer Forschung</li> <li>• Kritisches Begutachten zentraler wissenschaftlicher Artikel</li> <li>• Unterstützung bei eigener, unabhängiger Forschung</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... <ul style="list-style-type: none"> <li>... diskutieren wissenschaftliche Artikel mit dem Ziel, Theorien und methodische Ansätze in Management, Organisation und Innovation zu verstehen, vergleichen, und kritisch zu evaluieren.</li> <li>... entwickeln Forschungsideen, mit Fokus auf diverse Themen innerhalb der oben genannten Forschungsfelder.</li> <li>... sind darauf vorbereitet, ihre eigenen Forschungsprojekte durchzuführen.</li> </ul>				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Seminar				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Fortgeschrittene Kenntnisse in Statistik sowie in Management, Organisation und Innovation. Vor Teilnahme am Modul werden 18 LP im Methodenblock sowie 33 LP in Basis- und Aufbau- sowie Schwerpunktmodulen der Studienrichtung empfohlen, inklusive des Seminars.				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Kombinierte Prüfung: RE, HA				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der kombinierten Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing</li> <li>Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management</li> <li>Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems</li> <li>Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development</li> <li>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management</li> <li>Master of Science Business Administration - Finance:</li> </ul>				

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

	Ergänzungsbereich Finance Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Mark Ebers
<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b>

<b>Schwerpunktmodul Research in Supply Chain Management (Research Track)</b>					
<b>Kennnummer</b> 1271SMRS00	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Deutsch und Eng- lisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 4. Semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Research in Supply Chain Management		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Deutsch und Eng- lisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Komplexe Entscheidungsmodelle</li> <li>• Grenzen bestehender Modelle</li> <li>• Erweiterung und Anpassung von Modellen</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... <ul style="list-style-type: none"> <li>... vertiefen vorhandenes Wissen im Bereich Supply Chain Management.</li> <li>... entwickeln bestehende Supply Chain Methoden und Modelle weiter.</li> <li>... wenden neue Methoden auf unterschiedliche Sachverhalte an.</li> </ul>				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Seminar				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Es werden mind. 42 LP aus dem Basis- und Aufbaubereich und/oder Schwer- punktbereich mit einer Mindestdurchschnittsnote von 2,0 empfohlen.				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: PO				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Schwerpunktbereich Supply Chain Management Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation				

<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Area Supply Chain Management
<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b>

<b>Schwerpunktmodul Research in Marketing (Research Track)</b>					
<b>Kennnummer</b> 1266SMRM00	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> unregelmä- ßig	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Research in Marketing		<b>Kontakt- zeit</b> 30h	<b>Selbststu- dium</b> 150h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktuelle Themen der Marktforschung mit den Schwerpunkten Theorieentwicklung und empirische Forschung.</li> <li>• Kritische Bewertung zentraler Forschungsarbeiten.</li> <li>• Anleitung zu unabhängiger Forschung.</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... bewerten und diskutieren Forschungsartikel, um Theorien und methodische Ansätze im Marketing und Konsumentenverhalten zu verstehen. ... entwickeln Forschungsideen, mit Fokus auf verschiedenen Themen der zeitgenössischen Marktforschung. ... führen eigene Forschungsprojekte durch. ... schreiben selbstständig Arbeiten.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Seminar				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Es werden mind. 42 LP aus dem Basis- und Aufbaubereich und/oder Schwerpunktbereich mit einer Mindestdurchschnittsnote von 2,0 empfohlen.				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Kombinierte Prüfung: RE, PR				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der kombinierten Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Business Administration - Marketing: Schwerpunktbereich Marketing Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance				

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

	Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Area Marketing
<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b>

<b>Basismodul Advanced Mathematics</b>					
<b>Kennnummer</b> 1314BMAMa0	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Advanced Mathematics for Economists		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Überblick über elementare mathematische Konzepte</li> <li>• Metrische und normierte Räume</li> <li>• Lineare algebra</li> <li>• Differentialrechnung und Anwendungen</li> <li>• Konvexe Mengen und konkave Funktionen</li> <li>• Optimierung</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... wenden mathematische Argumentations- und Beweistechniken sachrichtig an. ... formulieren in der Forschung auftretende ökonomische Probleme mathematisch und lö- sen diese.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Keine Empfehlungen				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (90)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Science Economic Research: Basis- und Aufbaubereich Economic Research Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management				

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

	Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Economics Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Martin Barbie
<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b>

<b>Basismodul Advanced Experimental Methods</b>					
<b>Kennnummer</b> 1289BMAEM0	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Advanced Experimental Methods		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Experimentelle Methoden in den Wirtschaftswissenschaften</li> <li>• Experimentaldesign</li> <li>• Praktische Durchführung von Experimenten</li> <li>• Auswertung der Daten aus ökonomischen Experimenten</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... begreifen unterschiedliche Methoden und kennen Anwendungsbereiche der Experimentellen Wirtschaftsforschung. ... wenden die Methoden an, beurteilen diese, und interpretieren experimentelle Daten. ... verwenden die Fachsprache adressatengerecht.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Keine Empfehlungen				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Science Economic Research: Basis- und Aufbaubereich Economic Research Schwerpunktbereich Economic Research Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management				

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

	Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Economics Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Andreas Schabert
<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b> Literatur Experimental Methods: Friedman and Sunder, Experimental Methods: A Primer for Economists, Cambridge University Press (1994)

<b>Basismodul Advanced Computational Methods</b>					
<b>Kennnummer</b> 1289BMACM0	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Computational Methods		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Programmierung numerischer Algorithmen</li> <li>• Numerische Approximation</li> <li>• Numerische Lösung von Nullstellen- und Optimierungsproblemen</li> <li>• Anwendung auf kanonische ökonomische Probleme</li> <li>• Parametrisierung, Lösung und Simulation struktureller ökonomischer Modelle</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... wenden numerische Methoden und Programme zur Lösung und Simulation quantitati- ver struktureller ökonomischer Modelle an. ... interpretieren Ergebnisse der Anwendung numerischer Modelle. ... verwenden die Fachsprache adressatengerecht.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Keine Empfehlungen				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Science Economic Research: Basis- und Aufbaubereich Economic Research Schwerpunktbereich Economic Research Master of Science Business Administration - Media and Technology Management:				

	<p>Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b></p> <p>Univ.-Prof. Dr. Andreas Schabert</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Basismodul Advanced Microeconomics I</b>					
<b>Kennnummer</b> 1289BMAMi1	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Advanced Microeconomics I		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Theorie des Haushalts und der Nachfrage</li> <li>• Theorie der Unternehmung und des Angebots</li> <li>• Marktgleichgewicht</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... <ul style="list-style-type: none"> <li>... verstehen moderne mikroökonomische Konzepte.</li> <li>... beherrschen die wichtigsten Techniken mikroökonomischer Analyse, zum Beispiel die Analyse des individuellen Entscheidungsverhaltens.</li> <li>... verwenden mathematische Modelle zur Untersuchung der Preisbildung auf Märkten.</li> <li>... modifizieren diese Modelle um ihre Grenzen zu erkennen und die Wirkungen von politischen Eingriffen zu analysieren.</li> </ul>				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Gute Grundkenntnis in Mikroökonomik und Mathematik.				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: VWL MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Wirtschaftsmathematik: VWL MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development				

	<p>Master of Science Economic Research:          Basis- und Aufbaubereich Economic Research          Schwerpunktbereich Economic Research</p> <p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management:          Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance:          Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Science Economics:          Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:          Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>          Univ.-Prof. Dr. Johannes Münster</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Basismodul Advanced Microeconomics II</b>					
<b>Kennnummer</b> 1289BMAMi2	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Advanced Microeconomics II		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Statische Spiele mit vollständiger Information: Nash-Gleichgewicht, gemischte Strategien</li> <li>• Dynamische Spiele mit vollständiger Information: Teilspielperfektes Nash-Gleichgewicht, Einmalabweichungsprinzip, Verhandlungen, Vorwärtsinduktion</li> <li>• Statische Spiele mit unvollständiger Information: Bayesianisches Nash-Gleichgewicht, Auktionen</li> <li>• Dynamische Spiele mit unvollständiger Information: Perfektes Bayesianisches Nash-Gleichgewicht und Verfeinerungen, Signalisierungsspiele</li> <li>• Mechanismus Design und soziale Aggregation von Präferenzen</li> <li>• Aktuelle Entwicklungen in der Spieltheorie und des Mechanismus Designs</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... erwerben und vertiefen Methodenkenntnisse im Bereich der modernen Spieltheorie und des Mechanismus Designs. ... diskutieren die aktuellsten Entwicklungen in der Spieltheorie.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Keine Empfehlungen				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: VWL MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Wirtschaftsmathematik: VWL MA Mathe/Wirtschaftsmathe				

	<p>Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems</p> <p>Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development</p> <p>Master of Science Economic Research: Basis- und Aufbaubereich Economic Research Schwerpunktbereich Economic Research</p> <p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Christoph Schottmüller</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Basismodul Advanced Macroeconomics I</b>					
<b>Kennnummer</b> 1302BMAMa1	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Advanced Macroeconomics I		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stilisierte Fakten: Wachstum und Konjunkturzyklen</li> <li>• Dynamische Optimierung in kontinuierlicher Zeit und in diskreter Zeit unter Unsicherheit</li> <li>• Stabilität und Eindeutigkeit von dynamischen Gleichgewichten</li> <li>• Das kanonische neoklassische Wachstumsmodell</li> <li>• Exogene und endogene Wachstumstheorie</li> <li>• Theorie realer Konjunkturzyklen (TFP- und Staatsausgabenschocks)</li> <li>• Numerische Lösung, Simulation und Evaluation von strukturellen Modellen</li> <li>• Kalibration und Einführung in strukturelle Schätzung von Modellparametern</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... analysieren und lösen die kanonischen Modelle der Real Business Cycle and Growth Theory auf einem fortgeschrittenen methodischen Niveau. ... wenden die dafür notwendigen mathematischen und numerischen Methoden an. ... wenden diese Modelle an, um positive und normative Forschungsfragen in den Bereichen Wachstum und Konjunkturschwankungen zu beantworten. ... diskutieren die Stärken und Schwächen dieser Modelle in Bezug auf ihre Annahmen und Implikationen. ... parameterisieren die Modelle, indem Daten gefittet werden und bewerten die Güte des Fits. ... entwickeln analytische Fähigkeiten, die für Forschungsaktivitäten und weitere Studien erforderlich sind (Promotion). ... gewinnen ein Verständnis für die wichtigsten Stränge der Literatur, die sie für ihre eigene Forschung auf einem fortgeschrittenen Niveau vorbereitet.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Keine Empfehlungen				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (90)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung				

<p><b>8</b></p>	<p><b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>  Master of Science Mathematik:  VWL MA Mathe/Wirtschaftsmathe  Master of Science Business Administration - Marketing:  Ergänzungsbereich Marketing  Master of Science Business Administration - Supply Chain Management:  Ergänzungsbereich Supply Chain Management  Master of Science Wirtschaftsmathematik:  VWL MA Mathe/Wirtschaftsmathe  Master of Science Information Systems:  Ergänzungsbereich Information Systems  Master of Science Business Administration - Corporate Development:  Ergänzungsbereich Corporate Development  Master of Science Economic Research:  Basis- und Aufbaubereich Economic Research  Schwerpunktbereich Economic Research  Master of Science Business Administration - Media and Technology Management:  Ergänzungsbereich Media and Technology Management  Master of Science Business Administration - Finance:  Ergänzungsbereich Finance  Master of Science Economics:  Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:  Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<p><b>9</b></p>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>  Univ.-Prof. Dr. Peter Funk  Univ.-Prof. Dr. Johannes Pfeifer</p>
<p><b>10</b></p>	<p><b>Sonstige Informationen</b>  Hilfreiche Literatur: - Acemoglu, Daron (2008). Introduction to modern economic growth. Princeton University Press. - McCandless, George T. (2008). The ABC of RBCs. Harvard University Press. - King, Robert G. and Sergio T. Rebelo (1999). "Resuscitating real business cycles". Handbook of macroeconomics. Ed. by John B. Taylor and Michael Woodford. Vol. 1. Elsevier, 927–1007. - Chow, Gregory C. (1997). Dynamic economics: optimization by the Lagrange method. Oxford: Oxford University Press. - Ljungqvist, Lars and Thomas J. Sargent (2012). Recursive macroeconomic theory. 3rd ed. Cambridge, MA: MIT Press. - Stokey, Nancy, Robert E. Lucas, and Edward C. Prescott (1989). Recursive methods in economic dynamics. Harvard University Press.</p>

<b>Basismodul Advanced Macroeconomics II</b>					
<b>Kennnummer</b> 1302BMAMa2	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Advanced Macroeconomics II		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vollständige Märkte und die Existenz eines Repräsentativen Agenten</li> <li>• Unvollständige Märkte und heterogene Agenten</li> <li>• Fiskalpolitik, Verschuldung und optimale Besteuerung</li> <li>• Transaktionsfraktionen und Geldpolitik</li> <li>• Makroökonomik offener Volkswirtschaften</li> <li>• New Keynesianische Makroökonomik</li> <li>• Friktionen und Fluktuationen auf Arbeitsmärkten</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... beherrschen zentrale makroökonomische Konzepte zur Lösung positiver und normative Fragestellungen und bereiten sich auf eigene Forschungsarbeiten vor. ... vertiefen ihre Erkenntnisse über kurz- und mittelfristige makroökonomische Zusammenhänge und über den effizienten Einsatz von Politikmaßnahmen. ... bewerten und diskutieren den Einfluss von empirisch relevanten Friktionen in Güter-, Kapital- und erkennen Möglichkeiten zur Steigerung der sozialen Wohlfahrt in gesamtwirtschaftlichen Systemen mit unvollständigen Märkten. ... identifizieren den optimalen Einsatz von makroökonomischen Instrumenten der Wirtschaftspolitik unter Berücksichtigung relevanter Zielkonflikte. ... reflektieren und nehmen Stellung zu gesellschaftlich relevante Entwicklungen, insbesondere Ungleichheit und Arbeitslosigkeit, und hinterfragen aktuelle wirtschaftspolitische Maßnahmen im Hinblick auf potentielle Forschungsprojekte.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Keine Empfehlungen				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (90)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: VWL MA Mathe/Wirtschaftsmathe				

	<p>Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing</p> <p>Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management</p> <p>Master of Science Wirtschaftsmathematik: VWL MA Mathe/Wirtschaftsmathe</p> <p>Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems</p> <p>Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development</p> <p>Master of Science Economic Research: Basis- und Aufbaubereich Economic Research Schwerpunktbereich Economic Research</p> <p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<p><b>9</b></p>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Michael Krause, Ph.D. Univ.-Prof. Dr. Andreas Schabert</p>
<p><b>10</b></p>	<p><b>Sonstige Informationen</b> Nützliche Literatur: Ljungqvist, Lars and Thomas J. Sargent (2012). Recursive macroeconomic theory. 3rd ed. Cambridge, MA: MIT Press; Gali, J. (2015) Monetary Policy, Inflation, and the Business Cycle An Introduction to the New Keynesian Framework and Its Applications, 2nd ed., Princeton University Press. Schmitt-Grohe, S., and Uribe M. (2017). Open Economy Macroeconomics, Princeton University Press</p>

<b>Basismodul Advanced Econometrics I</b>					
<b>Kennnummer</b> 1314BMAEc1	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Advanced Econometrics: Theory		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Das klassische lineare Modell</li> <li>• Tests im klassischen linearen Modell</li> <li>• Spezifikation ökonomischer Modelle</li> <li>• Verallgemeinertes lineares Modell</li> <li>• Paneldaten-Regression</li> <li>• Zeitreihenökonomische Methoden</li> <li>• Instrumentvariablen / GMM</li> <li>• Asymptotische Inferenz</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... besitzen grundlegende Kenntnisse ökonomischer Methoden, die sie befähigen wissenschaftliche Beiträge im Bereich der empirischen Wirtschaftsforschung zu verstehen und die Eigenschaften der quantitativen Methoden zu beurteilen. ... modellieren wirtschaftswissenschaftliche Zusammenhänge ökonomisch und wählen zwischen alternativen Modellspezifikationen aus. ... schätzen Parameter mit geeigneten Methoden und führen Hypothesentests durch.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Keine Empfehlungen				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: VWL MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Wirtschaftsmathematik:				

	<p>VWL MA Mathe/Wirtschaftsmathe</p> <p>Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems</p> <p>Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development</p> <p>Master of Science Economic Research: Basis- und Aufbaubereich Economic Research Schwerpunktbereich Economic Research</p> <p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b></p> <p>Univ.-Prof. Dr. Jörg Breitung</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p> <p>Dieser Kurs präsentiert ökonomische Werkzeuge für die Analyse von Querschnittsdaten, Zeitreihen und Paneldaten auf Doktorandenniveau.</p>

<b>Basismodul Advanced Econometrics II</b>					
<b>Kennnummer</b> 1314BMAEc2	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Advanced Econometrics: Applications		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> - Evaluation kausaler Effekte - Fixed Effects und Difference-in-Difference Schätzer - Regression Discontinuity Designs - Robuste Standardfehler und Clustering - Strukturelle Schätzungen mit Experimentaldaten				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... implementieren Schätzmethoden und Testverfahren. ... diskutieren Lage Schätz- und Testverfahren. ... wenden geeignete ökonomische Modelle und die entsprechenden Inferenzmethoden an. ... führen empirische Studien in der modernen Makro- und Mikroökonomie durch. ... berichten über ihr Vorgehen und ihre Ergebnisse.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Keine Empfehlungen				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: HA				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: VWL MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Wirtschaftsmathematik: VWL MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems				

	<p>Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development</p> <p>Master of Science Economic Research: Basis- und Aufbaubereich Economic Research Schwerpunktbereich Economic Research</p> <p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Jörg Breitung</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b> Dieser Kurs präsentiert ökonometrische Werkzeuge für die Analyse von Querschnittsdaten, Zeitreihen und Paneldaten auf Doktorandenniveau.</p>

<b>Schwerpunktmodul Research in Information Systems (Research Track)</b>					
<b>Kennnummer</b> 1277SMRI00	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Research in Information Systems		<b>Kontakt- zeit</b> 30h	<b>Selbststu- dium</b> 150h	<b>LV-Sprache</b> Deutsch und Eng- lisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Atuelle Forschungsthemen in der IS-Forschung Ausgewählte Theorien in der IS-Forschung Ausgewählte Methoden in der IS-Forschung				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... sind mit den aktuellen Themen der Informationssysteme vertraut. ... diskutieren und bewerten kritisch die Ergebnisse früherer Studien. ... entwickeln geeignete Ansätze für ihre eigenen Forschungsfragen. ... beherrschen die Methoden, um ihre Arbeit an den eigenen Forschungsfragen voranzu- treiben. ... schreiben erste eigene wissenschaftliche Artikel. ... beteiligen sich am wissenschaftlichen Diskurs.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Seminar				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Kombinierte Prüfung: RE, HA				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der kombinierten Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Information Systems: Schwerpunktbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance				

	Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Managing Director Cologne Institute for Information Systems
<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b> Von den Studierenden kann verlangt werden wissenschaftliche Artikel zu lesen und vorzubereiten, um kurze Präsentationen oder Zusammenfassungen zu erstellen oder Übungen zu absolvieren. Die Studierenden werden fristgerecht auf Pflichtlektüre hingewiesen. Die Seminare können als Blockveranstaltungen abgehalten werden. Relevante Literatur wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben. Die Seminare können von Fakultätsmitgliedern auf rotierender Basis oder von einem Zusatz- oder Gastprofessor abgehalten werden.

<b>Schwerpunktmodul Operative and Strategic Controlling</b>					
<b>Kennnummer</b> 1016SOSCo0	<b>Workload</b> 360h	<b>LP</b> 12	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> a) Operative Controlling (1. Term) b) Strategic Controlling (2. Term)		<b>Kontakt- zeit</b> a) 60h b) 60h	<b>Selbststu- dium</b> a) 120h b) 120h	<b>LV-Sprache</b> a) Englisch b) Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Operative Controlling: • Grundlagen des Controlling • Theorie, Konzepte und Methoden zur Fundierung des Controlling • Controllinginstrumente  Strategic Controlling: • Einführung in das strategische Controlling • Traditionelle Instrumente des Kostenmanagements • Neuere Instrumente des Kostenmanagements • Benchmarking				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... identifizieren die wichtigsten Controlling-Konzepte. ... erlernen unterschiedliche Arten von Interdependenzen und bewerten analytische und heuristische Methoden zur Koordination dieser Interdependenzen. ... vertiefen unterschiedliche „klassische“ Kostenrechnungsmethodiken (u.a. Ist- und Plankostenrechnung, Voll- und Teilkostenrechnung). ... erlernen Methoden zur Berechnung von Abweichungsanalysen. ... verstehen das Peinreich-Lücke Theorem und die Beziehung zwischen Investitions- und Kostenrechnung. ... wenden die lineare Programmierung zur Produktionsprogrammplanung und die dynamische Programmierung zur Bemessung von intertemporalen Interdependenzen an. ... untersuchen den Nutzen von zusätzlichen Informationen unter Unsicherheit durch Nutzung des Informationswert-Konzeptes. ... analysieren die „Principal-Agency“ Theorie und lösen mit Hilfe von Controlling-Instrumenten entstehende Anreiz-Probleme. ... erlernen die wichtigsten Controlling-Konzepte um Koordinationsprobleme zu lösen. ... vergleichen die Vor- und Nachteile von proaktivem Kostenmanagement und frühzeitiger Kostenplanung. ... untersuchen die neueren Instrumente des Kostenmanagements (u.a. Lebenszykluskostenrechnung, Target Costing, Activity-based Costing). ... diskutieren die Grundlagen des Benchmarkings. ... wenden die erlernten Kompetenzen in konkreten Fallbeispielen an.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				

5	<p><b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Grundkenntnisse des internen und externen Rechnungswesens, der Investition und Finanzierung sowie der Entscheidungstheorie.</p>
6	<p><b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: PO</p>
7	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung. Es müssen beide Lehrveranstaltungen belegt werden. Das Modul wird in zwei schriftlichen Prüfungselementen abgeprüft.</p>
8	<p><b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>  Master of Science Gesundheitsökonomie:  Ergänzungsbereich Gesundheitsökonomie  Master of Science Mathematik:  WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe  Master of Science International Management:  Ergänzungsbereich International Management  Master of Science Business Administration - Marketing:  Ergänzungsbereich Marketing  Master of Science Business Administration - Supply Chain Management:  Ergänzungsbereich Supply Chain Management  Master of Science Wirtschaftsmathematik:  WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe  Master of Science Information Systems:  Ergänzungsbereich Information Systems  Master of Science Business Administration - Corporate Development:  Ergänzungsbereich Corporate Development  Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre:  BWL MA Reg China  Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs:  Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik  Master of Science Business Administration - Media and Technology Management:  Ergänzungsbereich Media and Technology Management  Master of Science Geographie:  BWL Master Geographie  Master of Science Economics vor WS 18/19:  Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Business Administration - Finance:  Ergänzungsbereich Finance  Master of Science Economics:  Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:  Schwerpunktbereich Accounting and Taxation  Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
9	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Carsten Homburg</p>
10	<p><b>Sonstige Informationen</b> Relevante Literatur wird zu Beginn des jeweiligen Semesters bekannt gegeben.</p>

<b>Schwerpunktmodul Value-based Controlling</b>					
<b>Kennnummer</b> 1016SVbCo0	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Value-based Controlling		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des wertorientierten Controllings (u.a. traditionelle Finanzkennzahlen)</li> <li>• Charakteristika von Kapitalmärkten</li> <li>• Auswirkungen der Kapitalstruktur auf den Unternehmenswert</li> <li>• Der Shareholder Value-Ansatz</li> <li>• Discounted Cash flow (DCF) Verfahren</li> <li>• Wertorientierte Kennzahlen</li> <li>• Umsetzung einer wertorientierten Strategie</li> <li>• Das Ohlson Modell</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... identifizieren die Nachteile traditioneller finanzieller Kennzahlen. ... beurteilen Kapitalmarkt-Charakteristika und deren Implikationen für die Bewertung. ... transferieren investitionstheoretische Kalküle auf Unternehmensbewertungen. ... differenzieren zwischen Bewertungsverfahren insb. hinsichtlich zugrundeliegender An- nahmen. ... konstruieren Ansätze zur Cash Flow- und Gewinn- Prognose und Kapitalkostenbestim- mung. ... modifizieren publizierte Jahresabschlussdaten zu ökonomischen Größen ... bestimmen Unternehmenswerte auf Basis von Multiplier-, DCF- und EVA-Konzepten.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Grundkenntnisse des internen und externen Rechnungswesens, der Investi- tion und Finanzierung sowie der Entscheidungstheorie.				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Gesundheitsökonomie: Ergänzungsbereich Gesundheitsökonomie Master of Science Mathematik:				

	<p>WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe</p> <p>Master of Science International Management: Ergänzungsbereich International Management</p> <p>Master of Science Business Administration - Marketing: Schwerpunktbereich Marketing Ergänzungsbereich Marketing</p> <p>Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management</p> <p>Master of Science Wirtschaftsmathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe</p> <p>Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems</p> <p>Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development</p> <p>Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre: BWL MA Reg China</p> <p>Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik</p> <p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Geographie: BWL Master Geographie</p> <p>Master of Science Economics vor WS 18/19: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Schwerpunktbereich Accounting and Taxation Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Carsten Homburg</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b> Relevante Literatur wird zu Beginn des jeweiligen Semesters bekannt gegeben.</p>

<b>Schwerpunktmodul Ausgewählte Fragen des Controlling</b>					
<b>Kennnummer</b> 1016SMAC00	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes Se- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Ausgewählte Fragen des Controlling		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Deutsch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Aktuelle Inhalte werden in jedem Semester bekannt gegeben. I.d.R.werden dabei folgende Themengebiete abgedeckt: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesetzliche Regelungen für Risikomanagementsysteme</li> <li>• Aufbau und Durchführung eines Risikofrüherkennungssystems</li> <li>• Aufbau eines Risikomanagementsystems</li> <li>• Deutscher Corporate Governance Kodex</li> <li>• Prüfung des Risikomanagementsystems durch die Interne Revision</li> <li>• Prüfung des Risikomanagementsystems durch den Abschlussprüfer</li> <li>• Anwenden der erlernten Kompetenzen anhand von praxisnahen Fallbeispielen</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... <ul style="list-style-type: none"> <li>... diskutieren aktuelle Fragstellungen des Controlling und entwickeln angemessene Lösungsansätze.</li> <li>... analysieren Controllingprobleme ausgewählter Unternehmen.</li> <li>... wenden die erworbenen Fachkenntnisse in der unternehmerischen Praxis an.</li> <li>... diskutieren und prüfen Implementierungsprobleme im Rahmen der Einführung von Controllinginstrumenten.</li> <li>... bewerten die Vor- und Nachteile neuerer Controllinginstrumente.</li> <li>... lernen die Lösung praxisnaher Fälle unter Anwendung der vermittelten fachlichen und methodischen Kompetenzen.</li> </ul>				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Kosten- und Leistungsrechnung, Bilanz- und Erfolgsrechnung, Investition und Finanzierung, sowie Entscheidungstheorie oder vergleichbare Veranstaltungen aus dem Bachelor-Studium				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management:				

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

	<p>Ergänzungsbereich Supply Chain Management  Master of Science Business Administration - Corporate Development:  Ergänzungsbereich Corporate Development  Master of Science Business Administration - Media and Technology Management:  Ergänzungsbereich Media and Technology Management  Master of Science Economics vor WS 18/19:  Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Economics:  Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:  Schwerpunktbereich Accounting and Taxation  Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>  Univ.-Prof. Dr. Carsten Homburg</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Selected Issues in Business Taxation I</b>					
<b>Kennnummer</b> 1016SMSB01	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> a) Tax Accounting b) Financial Service and Real Estate Taxation (1. Term) c) Besteuerung von Familienunternehmen		<b>Kontakt- zeit</b> a) 30h b) 30h c) 30h	<b>Selbststu- dium</b> a) 60h b) 60h c) 60h	<b>LV-Sprache</b> a) Englisch b) Englisch c) Deutsch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Ausgewählten Fragestellungen des Steuerrechts				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... erwerben juristische Methodenkompetenz im Bereich des Steuerrechts. ... erhalten inhaltliche Kompetenzen zum vertieften Verständnis des Steuerrechts. ... lernen die Lösung neuer Fälle unter Anwendung der vermittelten fachlichen und methodischen Kompetenzen.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Grundkenntnisse der Unternehmensbesteuerung				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung. Zwei Lehrveranstaltungen sollen belegt werden; die Klausur bezieht sich auf die Inhalte von zwei Lehrveranstaltungen.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science International Management: Ergänzungsbereich International Management Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management				

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

	Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Economics Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Schwerpunktbereich Accounting and Taxation Ergänzungsbereich Accounting and Taxation
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Michael Overesch
<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b>

<b>Schwerpunktmodul Finance 7</b>					
<b>Kennnummer</b> 1259SMFi07	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Deutsch	<b>Modulbe- ginn</b> unregelmä- ßig	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Rechnungslegung von Versicherungsun- ternehmen nach HGB und IFRS		<b>Kontakt- zeit</b> 30h	<b>Selbststu- dium</b> 60h	<b>LV-Sprache</b> Deutsch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rechnungslegungssysteme</li> <li>• Rechtsquellen</li> <li>• Rechnungslegung nach HGB, IAS/IFRS</li> <li>• Full Fair Value Accounting</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... untersuchen Jahresabschlüsse von Versicherungsunternehmen auf Basis unterschiedli- cher Rechtsgrundlagen. ... bewerten Schadens-, Schwankungs- und Deckungsrückstellungen. ... untersuchen die Auswirkungen unterschiedlicher Rechtsgrundlagen auf die Bewertung von Bilanzpositionen. ... setzen risikoorientierte Prüfungsansätze für Versicherungsunternehmen.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Wirtschaftsmathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre:				

	<p>BWL MA Reg China</p> <p>Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik</p> <p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Geographie: BWL Master Geographie</p> <p>Master of Science Economics vor WS 18/19: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Schwerpunktbereich Finance Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Heinrich R. Schradin</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Business Ethics</b>					
<b>Kennnummer</b> 1253SBuEt0	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Business Ethics and Continental Philoso- phy (1. Term)		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vermittlung von Ansätzen aus der Ethik und ihre Anwendung auf das Wirtschaftsleben</li> <li>• Reflexion von aktuellen wirtschaftsethischen Debatten (z.B. zu Globalisierung, Nachhaltig- keit, Verantwortung von Unternehmen, Vergütungssystemen)</li> <li>• Selbstständige Präsentation erarbeiteter Denkansätze</li> <li>• Diskussion von Fallbeispielen aus normativer und praktischer Perspektive</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... erkennen und differenzieren ethisch relevante Fragestellungen im Lichte philosophi- scher Ansätze. ... diskutieren normative Argumente und evaluieren auf dieser Basis praktische Fallbei- spiele. ... identifizieren ihre Verantwortung als Akteure in Unternehmen und in anderen Bereichen der Wirtschaft. ... entwickeln und begründen wirksame Konzepte zur Stärkung ethischen Verhaltens in Unternehmen. ... sammeln fundierte Kenntnisse über philosophische Perspektiven und ethische Debat- ten zu wirtschaftlichem und unternehmerischem Handeln.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Gesundheitsökonomie: Ergänzungsbereich Gesundheitsökonomie Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science International Management: Basis- und Aufbaubereich International Management				

	<p>Ergänzungsbereich International Management  Master of Science Business Administration - Marketing:  Ergänzungsbereich Marketing  Master of Science Business Administration - Supply Chain Management:  Ergänzungsbereich Supply Chain Management  Master of Science Wirtschaftsmathematik:  WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe  Master of Science Information Systems:  Ergänzungsbereich Information Systems  Master of Science Business Administration - Corporate Development:  Schwerpunktbereich Corporate Development  Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre:  BWL MA Reg China  Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs:  Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik  Master of Science Economic Research:  Ergänzungsbereich Economic Research  Master of Science Business Administration - Media and Technology Management:  Ergänzungsbereich Media and Technology Management  Master of Science Geographie:  BWL Master Geographie  Master of Science Economics vor WS 18/19:  Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Economics:  Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:  Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>  Univ.-Prof. Dr. Bernd Irlenbusch</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b>  Die Veranstaltung vermittelt fundierte Kenntnisse über philosophische Perspektiven und ethische Debatten zu wirtschaftlichem und unternehmerischem Handeln.</p>

<b>Schwerpunktmodul Strategic Development</b>					
<b>Kennnummer</b> 1253SStDe0	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Mergers and Aquisitions (2. Term)		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Modelle der Unternehmensentwicklung</li> <li>• Wachstumsstrategien</li> <li>• Fusionen und Akquisitionen (M&amp;A)</li> <li>• Organisationaler Personalabbau (Downsizing)</li> <li>• Disruptive Innovation</li> <li>• Innovationsstrategien</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... erkennen verschiedene Perspektiven und Treiber der Unternehmensentwicklung. ... identifizieren und kontrastieren verschiedene Strategieoptionen hinsichtlich Organisationswachstum und -schrumpfung. ... differenzieren Werkzeuge und Maßnahmen zur Unterstützung von Innovationstätigkeit in Unternehmen. ... wenden die angeeigneten Werkzeuge und Konzepte an und entwickeln Lösungen auf Basis von Fallbeispielen aus der Praxis an.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Keine Empfehlungen				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science International Management: Ergänzungsbereich International Management Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Business Administration - Corporate Development: Schwerpunktbereich Corporate Development				

	<p>Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik</p> <p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Economics vor WS 18/19: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Mark Ebers</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b> Die Veranstaltung vermittelt einen Überblick über die Determinanten organisatorischer Entwicklung. Ziel des Modul ist, analytische Fähigkeiten zum Verständnis von Phänomenen der Unternehmensentwicklung zu vermitteln und schulen.</p>

<b>Schwerpunktmodul Strategic Human Resource Management</b>					
<b>Kennnummer</b> 1253SSHRM0	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Strategic Human Resource Management (2. Term)		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmensstrategie - eine ökonomische Perspektive</li> <li>• Humankapital und die Schaffung von Wert</li> <li>• Talent Management und Karrieren</li> <li>• Performance Management</li> <li>• Personalentwicklung</li> <li>• Unternehmenskultur</li> <li>• Messung des Wertbeitrags und evidenzbasiertes Personalmanagement</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... erlangen ein Verständnis des Wertbeitrags der Personalarbeit und analysieren mögliche Treiber. ... entwickeln Maßstäbe, um unterschiedliche Personalstrategien zu bewerten. ... diskutieren Instrumente des Talent- und Performance-Managements und entwickeln Anwendungsempfehlungen. ... evaluieren die Interessen unterschiedlicher Stakeholder am Beispiel von Unternehmensfallstudien und können ihre Position begründen. ... konzipieren und evaluieren Mitarbeiterbefragungen. ... analysieren Kennzahlensysteme im Personalmanagement. ... bestimmen den Beitrag der Unternehmenskultur zur Leistung von Organisationen.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Gesundheitsökonomie: Ergänzungsbereich Gesundheitsökonomie Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe				

	<p>Master of Science International Management: Ergänzungsbereich International Management</p> <p>Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing</p> <p>Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management</p> <p>Master of Science Wirtschaftsmathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe</p> <p>Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems</p> <p>Master of Science Business Administration - Corporate Development: Schwerpunktbereich Corporate Development</p> <p>Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre: BWL MA Reg China</p> <p>Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik</p> <p>Master of Science Economic Research: Ergänzungsbereich Economic Research</p> <p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Geographie: BWL Master Geographie</p> <p>Master of Science Economics vor WS 18/19: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<p><b>9</b></p>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Dirk Sliwka</p>
<p><b>10</b></p>	<p><b>Sonstige Informationen</b> Das Modul vermittelt wie Personalmanagement ökonomischen Wert schafft und zur Umsetzung von Unternehmensstrategien beiträgt.</p>

<b>Schwerpunktmodul Strategic Management</b>					
<b>Kennnummer</b> 1253SStMa0	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Strategic Management (1. Term)		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen zum strategischen Management</li> <li>• Strategische Positionierung</li> <li>• Strategieprozesse</li> <li>• Kontexte</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... verstehen unterschiedliche Erklärungsansätze zur strategischen Positionierung. ... analysieren den Einfluss von Branchen und Unternehmensressourcen auf die Wahl unterschiedlicher Strategietypen. ... differenzieren unterschiedliche Formen der Strategieentwicklung. ... wenden theoretische Erkenntnisse auf praktische Fallstudien und Branchenkontexte an.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Gesundheitsökonomie: Ergänzungsbereich Gesundheitsökonomie Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science International Management: Basis- und Aufbaubereich International Management Ergänzungsbereich International Management Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Wirtschaftsmathematik:				

	<p>WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe</p> <p>Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems</p> <p>Master of Science Business Administration - Corporate Development: Schwerpunktbereich Corporate Development</p> <p>Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre: BWL MA Reg China</p> <p>Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik</p> <p>Master of Science Economic Research: Ergänzungsbereich Economic Research</p> <p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Geographie: BWL Master Geographie</p> <p>Master of Science Economics vor WS 18/19: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Matthias Heinz</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Advanced Business Ethics (6 LP)</b>					
<b>Kennnummer</b> 1253ABEt01	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Behavioral Ethics		<b>Kontakt- zeit</b> 30h	<b>Selbststu- dium</b> 150h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Die Veranstaltung vermittelt fortgeschrittene Inhalte und Methoden der Verhaltensforschung und deren Anwendungen für die Ethik. Thematisiert werden: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Normative Theorien aus der Moralphilosophie (z.B. Folgenethik, Pflichtenethik, Tugendethik).</li> <li>• Theorien moralischen Verhaltens aus der Ökonomie und Psychologie (z.B. Social Preferences, Biases und Heuristiken, Bounded Ethicality).</li> <li>• Empirische Evidenz zu menschlichem Entscheidungsverhalten.</li> <li>• Methoden zur Durchführung von experimentellen Studien zu ethisch relevantem Verhalten.</li> <li>• Methoden zur Durchführung von experimentellen Studien zu ethisch relevantem Verhalten.</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... <ul style="list-style-type: none"> <li>... erkennen ethische Dilemmata aus der Perspektive unterschiedlicher Disziplinen (Philosophie, Psychologie, Spieltheorie, Verhaltensökonomik).</li> <li>... beschreiben, diskutieren und beurteilen aktuelle wissenschaftliche Beiträge und Methoden</li> <li>... entwickeln kleinere Forschungsprojekte gemeinsam mit anderen Studierenden und evaluieren und präsentieren deren Ergebnisse.</li> <li>... reflektieren erste wissenschaftliche Arbeiten und deren Implikationen.</li> <li>... identifizieren ethische Dilemmata und reflektieren sie im Lichte eigener Werte</li> </ul>				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Projekt Seminar				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Schwerpunktmodul Business Ethics, Basismodul Microeconomics II: Game Theory, Basismodul Experimental Methods				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Kombinierte Prüfung: RE, HA				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der kombinierten Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe				

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

	<p>Master of Science International Management: Ergänzungsbereich International Management</p> <p>Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing</p> <p>Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management</p> <p>Master of Science Wirtschaftsmathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe</p> <p>Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems</p> <p>Master of Science Business Administration - Corporate Development: Schwerpunktbereich Corporate Development</p> <p>Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre: BWL MA Reg China</p> <p>Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik</p> <p>Master of Science Geographie: BWL Master Geographie</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Bernd Irlenbusch</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Organization Theory</b>					
<b>Kennnummer</b> 1253OrTh01	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Organization Theory		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kriterien zur Einordnung und Bewertung von Organisationstheorien</li> <li>• Effiziente Gestaltung der Organisationsstruktur (Kontingenztheorie)</li> <li>• Bedeutung von Anspruchsgruppen, Erwartungen und Normen für den Unternehmenserfolg (Institutionalismus)</li> <li>• Bedeutung von Werten und Symbolen für den Unternehmenserfolg (Organisationskultur)</li> <li>• Einfluss sozialer Netzwerke auf Chancen und Risiken von Akteuren (Theorie sozialer Netzwerke)</li> <li>• Effiziente Gestaltung von Verträgen und Unternehmensgrenzen (Institutionenökonomische Theorien)</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... erklären und vergleichen Organisationstheorien und evaluieren diese kritisch. ... identifizieren unterschiedliche theoriebasierte Kriterien für unternehmerische Entscheidungen hinsichtlich Organisationsgestaltung, Vertragsgestaltung, Gestaltung von Unternehmensgrenzen. ... analysieren und bewerten empirische Studien zur Theorieentwicklung und -überprüfung. ... evaluieren die Eignung verschiedener Forschungsdesigns, Messkonzepte und Analysemethoden für die Beantwortung spezifischer Forschungsfragen ... differenzieren unterschiedliche Einflussfaktoren auf und Kriterien für die Bewertung organisatorischer Effizienz. ... präsentieren aktuelle Forschungsergebnisse im Team. ... entwickeln Argumente, um Forschungsergebnisse zu bewerten, zu begründen und kritisch zu evaluieren.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Keine Empfehlungen				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Kombinierte Prüfung: KL (60), RE				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der kombinierten Prüfung.				

<p><b>8</b></p>	<p><b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>  Master of Science Mathematik:      WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe  Master of Science International Management:      Ergänzungsbereich International Management  Master of Science Business Administration - Marketing:      Ergänzungsbereich Marketing  Master of Science Business Administration - Supply Chain Management:      Ergänzungsbereich Supply Chain Management  Master of Science Wirtschaftsmathematik:      WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe  Master of Science Information Systems:      Ergänzungsbereich Information Systems  Master of Science Business Administration - Corporate Development:      Schwerpunktbereich Corporate Development  Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre:      BWL MA Reg China  Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs:      Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik  Master of Science Geographie:      BWL Master Geographie  Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:      Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<p><b>9</b></p>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>  Univ.-Prof. Dr. Mark Ebers</p>
<p><b>10</b></p>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Ergänzungsmodul Introduction to Economic Psychology</b>					
<b>Kennnummer</b> 1320EMIE00	<b>Workload</b> 360h	<b>LP</b> 12	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Introduction to Economic Psychology		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 300h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Ausgewählte Themenbereiche und aktuelle Fragestellungen der Wirtschaftspsychologie: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundkonzepte der Wirtschaftspsychologie (z.B. Entscheidungsanomalien, deskriptive Entscheidungstheorien, Laienverständnis ökonomischer Konzepte)</li> <li>• Wirtschaftspsychologie und ihre Anwendung in Konsum-, Arbeits- und Finanzmärkten (z.B. Kaufentscheidungen, Unternehmertum, Investitionen)</li> <li>• Wirtschaftspsychologie und ihre Anwendung im gesamtwirtschaftlichen Kontext (z.B. Steuerhinterziehung, Arbeitslosigkeit, Wohlstand und Zufriedenheit)</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... <ul style="list-style-type: none"> <li>... differenzieren psychologische Aspekte wirtschaftlicher Zusammenhänge.</li> <li>... übertragen psychologische Theorien und Konzepte auf die Analyse wirtschaftlicher Themen.</li> <li>... definieren selbstständig ein Problemfeld.</li> <li>... sammeln aktuelle Forschungsergebnisse, bewerten diese kritisch und fassen sie zusammen.</li> <li>... präsentieren individuell ihre Befunde.</li> <li>... identifizieren kritische Punkte und diskutieren diese mit der Gruppe.</li> </ul>				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Seminar				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Kombinierte Prüfung: KL (60), RE				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der kombinierten Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science International Management: Basis- und Aufbaubereich International Management Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development				

	<p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management:                  Schwerpunktbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Economics vor WS 18/19:                  Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Economics:                  Ergänzungsbereich Economics</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>                  Univ.-Prof. Dr. Erik Hölzl</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b>                  Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben.</p>

<b>Ergänzungsmodul Consumer Behavior</b>					
<b>Kennnummer</b> 1320EMCB00	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Consumer Behavior (1. Term)		<b>Kontakt- zeit</b> 30h	<b>Selbststu- dium</b> 150h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Psychologische Grundlagen des Konsumentenverhaltens</li> <li>• Produktwahrnehmung (z.B. Marken)</li> <li>• Preiswahrnehmung (z.B. Sonderangebote)</li> <li>• Werbewirkung</li> <li>• Kaufverhalten (z.B. Online-Shopping)</li> <li>• Produktverwendung</li> <li>• Produktentsorgung</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... differenzieren psychologische Aspekte des Konsumentenverhaltens. ... übertragen psychologische Theorien und Konzepte auf die Analyse von individuellen Kaufentscheidungen und von Marketingaktivitäten. ... erklären, interpretieren und prognostizieren Konsumentenreaktionen auf Marketingaktivitäten von Unternehmen. ... definieren selbstständig ein Problemfeld. ... sammeln aktuelle Forschungsergebnisse, bewerten diese kritisch und fassen sie zusammen. ... präsentieren individuell ihre Befunde. ... identifizieren kritische Punkte und diskutieren diese mit der Gruppe. ... konzipieren und verfassen einen eigenständigen schriftlichen Bericht.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Seminar				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Ergänzungsmodul Introduction to Economic Psychology				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Kombinierte Prüfung: RE, HA				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der kombinierten Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science International Management: Basis- und Aufbaubereich International Management Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing				

	Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Erik Hölzl
<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b> Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben.

<b>Ergänzungsmodul Organizational Behavior</b>					
<b>Kennnummer</b> 1320EMOB00	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Organizational Behavior		<b>Kontakt- zeit</b> 30h	<b>Selbststu- dium</b> 150h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Psychologische Grundlagen des Verhaltens in Organisationen</li> <li>• Planung und Zielsetzung</li> <li>• Motivation</li> <li>• Konflikte</li> <li>• Teams</li> <li>• Führung</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... differenzieren psychologische Aspekte des Verhaltens in Organisationen auf Ebene des Individuums, der Gruppe und der Organisation. ... übertragen psychologische Theorien und Konzepte auf die Analyse spezifischer Herausforderungen in Organisationen. ... erklären, interpretieren und prognostizieren Entwicklungen in Organisationen im Wechselspiel zwischen Führungspersonen und Mitarbeiter/innen. ... definieren selbstständig ein Problemfeld. ... sammeln aktuelle Forschungsergebnisse, bewerten diese kritisch und fassen sie zusammen. ... präsentieren individuell ihre Befunde. ... identifizieren kritische Punkte und diskutieren diese mit der Gruppe. ... konzipieren und verfassen einen eigenständigen schriftlichen Bericht.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Seminar				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Ergänzungsmodul Introduction to Economic Psychology				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Kombinierte Prüfung: RE, HA				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der kombinierten Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science International Management: Basis- und Aufbaubereich International Management Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing				

	Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Erik Hölzl
<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b> Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben.

<b>Ergänzungsmodul Behavioral Finance</b>					
<b>Kennnummer</b> 1320EMBF00	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Behavioral Finance (2. Term)		<b>Kontakt- zeit</b> 30h	<b>Selbststu- dium</b> 150h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Psychologische Grundlagen des Anlegerverhaltens,</li> <li>• Marktanomalien,</li> <li>• Risikowahrnehmung,</li> <li>• fehlerhafte Selbsteinschätzung (z.B. Illusion von Kontrolle),</li> <li>• soziale Einflüsse (z.B. Nachahmung),</li> <li>• Stimmung und Emotionen (z.B. Bedauern).</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... erkennen psychologische Aspekte des Anlageverhaltens von individuellen Investoren. ... übertragen psychologische Theorien und Konzepte auf die Analyse spezifischer Probleme des Anlageverhaltens. ... erklären, interpretieren und prognostizieren Anlageverhalten im Zusammenwirken von Individuum und Finanzmärkten. ... definieren selbstständig ein Problemfeld. ... sammeln aktuelle Forschungsergebnisse, bewerten diese kritisch und fassen sie zusammen. ... präsentieren individuell ihre Befunde. ... identifizieren kritische Punkte und diskutieren diese mit der Gruppe. ... konzipieren und verfassen einen eigenständigen schriftlichen Bericht.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Seminar				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Ergänzungsmodul Introduction to Economic Psychology				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Kombinierte Prüfung: RE, HA				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der kombinierten Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science International Management: Basis- und Aufbaubereich International Management Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing				

	Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Erik Hölzl
<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b> Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben.

<b>Ergänzungsmodul Current directions in Economic Psychology</b>					
<b>Kennnummer</b> 1320EMCP00	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 4. Semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Current directions in Economic Psychology		<b>Kontakt- zeit</b> 30h	<b>Selbststu- dium</b> 150h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Wechselnde Themenfelder der Wirtschaftspsychologie				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... differenzieren psychologische Aspekte eines ausgewählten Themenfelds der Wirtschaftspsychologie. ... übertragen psychologische Theorien und Konzepte auf die Analyse spezifischer Herausforderungen dieses Themengebiets. ... erklären, interpretieren und prognostizieren individuelles Verhalten in diesem Feld als Funktion kognitiver, affektiver und sozialer Einflussgrößen. ... definieren selbstständig ein Problemfeld. ... sammeln aktuelle Forschungsergebnisse, bewerten diese kritisch und fassen sie zusammen. ... präsentieren individuell ihre Befunde. ... identifizieren kritische Punkte und diskutieren diese mit der Gruppe. ... konzipieren und verfassen einen eigenständigen schriftlichen Bericht.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Seminar				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Ergänzungsmodul Introduction to Economic Psychology				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Kombinierte Prüfung: RE, HA				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der kombinierten Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development				
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Erik Hölzl				
<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b> Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben.				

<b>Schwerpunktmodul Financial Theory</b>					
<b>Kennnummer</b> 1259SFiT0	<b>Workload</b> 360h	<b>LP</b> 12	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> a) Capital Market Theory (1. Term) b) Corporate Finance Theory (1. Term)		<b>Kontakt- zeit</b> a) 60h b) 60h	<b>Selbststu- dium</b> a) 120h b) 120h	<b>LV-Sprache</b> a) Englisch b) Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kapitalmärkte und Konsum</li> <li>• Investitionsentscheidungen bei Sicherheit und Unsicherheit</li> <li>• Portfoliotheorie</li> <li>• finanzwirtschaftliche Bewertungsmodelle</li> <li>• Analyse und Bewertung von Forwards, Futures und Options</li> <li>• Eigenkapital-Bewertungsmodelle (insbesondere Discounted-Cashflow-Methoden, Residualertragsmodelle, Multiplikatoransatz)</li> <li>• Auswirkungen der Finanzpolitik</li> <li>• M&amp;A-Aktivitäten und Defensivstrategien</li> <li>• Aspekte des Rechnungsabschlusses und der finanziellen Realisierung von Fusionen und Übernahmen</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... analysieren Investitionsentscheidungen. ... verstehen finanzwirtschaftliche Bewertungsmodelle. ... bestimmen den Wert von Wertpapieren und Derivaten. ... verwenden unterschiedliche Methoden zur Bewertung von Unternehmen und einzelnen Vermögen. ... lernen, wie man Jahresabschlüsse analysiert, um wertrelevante Informationen zu gewinnen. ... erkennen verschiedene Theorien, die M&A-Aktivitäten erklären. ... analysieren Interessen von Managern bei Fusionen und Übernahmen.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (120)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung. Beide Lehrveranstaltungen sollen belegt werden; die Klausur bezieht sich auf die Inhalte beider Lehrveranstaltungen				

<p><b>8</b></p>	<p><b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>  Master of Science Mathematik:      WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe  Master of Science International Management:      Basis- und Aufbaubereich International Management      Ergänzungsbereich International Management  Master of Science Business Administration - Marketing:      Ergänzungsbereich Marketing  Master of Science Business Administration - Supply Chain Management:      Ergänzungsbereich Supply Chain Management  Master of Science Wirtschaftsmathematik:      WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe  Master of Science Information Systems:      Ergänzungsbereich Information Systems  Master of Science Business Administration - Corporate Development:      Ergänzungsbereich Corporate Development  Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre:      BWL MA Reg China  Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs:      Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik  Master of Science Geographie:      BWL Master Geographie  Master of Science Economics vor WS 18/19:      Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Business Administration - Finance:      Schwerpunktbereich Finance  Master of Science Economics:      Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:      Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<p><b>9</b></p>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>  Univ.-Prof. Dr. Dieter Hess  Univ.-Prof. Dr. Alexander Kempf  Dr. Alexander Pütz</p>
<p><b>10</b></p>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Financial Institutions Management</b>					
<b>Kennnummer</b> 1259SFIMa0	<b>Workload</b> 360h	<b>LP</b> 12	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> a) Insurance Economics b) Risk Management (2. Term)		<b>Kontakt- zeit</b> a) 60h b) 60h	<b>Selbststu- dium</b> a) 120h b) 120h	<b>LV-Sprache</b> a) Englisch b) Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> 1. Risk Management • Risikosteuerung auf vollkommenen und unvollkommenen Finanzmärkten • Risiko und Risikomaße • Management von Fremdwährungsrisiken • Management von Zinsänderungsrisiken • Management von Kreditausfallrisiken  2. Insurance Economcis • Theorie der Versicherungsnachfrage • Produktionstheorie der Versicherung • Marktgleichgewichte bei symmetrischer und asymmetrischer Informationsverteilung • Grundlagen spartenbezogener Tarifikalkulation und Reservierung • Versicherungsregulierung • Einführung in Solvenzstandards				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... analysieren verschiedene Risikomaßen im Hinblick auf eine zielgerichtete Rendite-Risiko-Steuerung. ... wenden Risikomessgrößen auf bankbetriebliche Entscheidungsprobleme an. ... beurteilen aufsichtsrechtliche Vorschriften zur Risikobegrenzung. ... kennen die Methoden zur Messung von Marktpreis- und Kreditausfallrisiken. ... bewerten Instrumente zur Steuerung von Marktpreis- und Kreditausfallrisiken. ... analysieren das Versicherungsangebot und die Versicherungsnachfrage. ... erklären Gleichgewichte bei symmetrischer und bei asymmetrischer Informationsverteilung. ... bewerten institutionelle Rahmenbedingungen auf Versicherungsmärkten. ... berechnen Prämien und Reserven in der Lebens- und Schadenversicherung.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (120)				

7	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>                  Bestehen der schriftlichen Prüfung. Beide Lehrveranstaltungen sollen belegt werden; die Klausur bezieht sich auf die Inhalte beider Lehrveranstaltungen.</p>
8	<p><b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>                  Master of Science Gesundheitsökonomie:                      Ergänzungsbereich Gesundheitsökonomie                  Master of Science Mathematik:                      WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe                  Master of Science International Management:                      Ergänzungsbereich International Management                  Master of Science Business Administration - Marketing:                      Ergänzungsbereich Marketing                  Master of Science Business Administration - Supply Chain Management:                      Ergänzungsbereich Supply Chain Management                  Master of Science Wirtschaftsmathematik:                      WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe                  Master of Science Information Systems:                      Ergänzungsbereich Information Systems                  Master of Science Business Administration - Corporate Development:                      Ergänzungsbereich Corporate Development                  Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre:                      BWL MA Reg China                  Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs:                      Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik                  Master of Science Geographie:                      BWL Master Geographie                  Master of Science Economics vor WS 18/19:                      Ergänzungsbereich Economics                  Master of Science Business Administration - Finance:                      Schwerpunktbereich Finance                  Master of Science Economics:                      Ergänzungsbereich Economics                  Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:                      Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
9	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>                  Univ.-Prof. Dr. Thomas Hartmann-Wendels                  Univ.-Prof. Dr. Heinrich R. Schradin</p>
10	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Finance 1</b>					
<b>Kennnummer</b> 1259SMFi01	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> unregelmä- ßig	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Application of Capital Market Theory (2. Term)		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Portfoliotheorie und deren praktische Anwendung</li> <li>• Performancemessung und -attribution</li> <li>• Handelsstrategien mit Derivaten</li> <li>• Risikomanagement</li> <li>• Financial Engineering</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... konstruieren und implementieren optimale Wertpapierportfolios. ... analysieren den Anlageerfolg und dessen Quellen. ... steuern Risiken mittels Derivaten. ... kreieren neue Finanzinstrumente. ... beantworten kritische Fragen souverän. ... diskutieren die in der Vorlesung erworbenen Kenntnisse und Methoden durch die Bearbeitung anwendungsbezogener Übungsaufgaben in Kleingruppen. ... verständigen sich innerhalb der Kleingruppen auf geeignete Methoden zur Lösung der Übungsaufgaben und begründen ihre Entscheidung. ... reflektieren den eigenen Lernerfolg durch eigenständige Lösung von Fallbeispielen.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Schwerpunktmodul Financial Theory				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science International Management: Ergänzungsbereich International Management Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development				

	<p>Master of Science Economics vor WS 18/19: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Schwerpunktbereich Finance Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Alexander Kempf Dr. Alexander Pütz</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Finance 2</b>					
<b>Kennnummer</b> 1259SMFi09	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Fixed Income Management (1. Term)		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Markt für festverzinsliche Wertpapiere</li> <li>• Handelsstrategien</li> <li>• Anleihearten und Risikofaktoren</li> <li>• Zinsstrukturkurve</li> <li>• Anleihebewertung und -management</li> <li>• Zinsderivate</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... skizzieren die Funktionsweise des Marktes für festverzinsliche Wertpapiere. ... analysieren verschiedene Investmentstile und deren Erfolgsaussichten. ... bewerten Anleihen sowie Portfolios aus Anleihen. ... berechnen die Risiken von Anleihen. ... wägen die erwarteten Renditechancen gegen die übernommenen Risiken ab, um ein professionelles und verantwortungsvolles Risikomanagement sicher zu stellen. ... vergleichen Strategien, mit denen Portfolios gemanagt werden. ... beantworten kritische Fragen souverän. ... diskutieren die in der Vorlesung erworbenen Kenntnisse und Methoden durch die Bearbeitung anwendungsbezogener Übungsaufgaben in Kleingruppen. ... verständigen sich innerhalb der Kleingruppen auf geeignete Methoden zur Lösung der Übungsaufgaben und begründen ihre Entscheidung. ... reflektieren den eigenen Lernerfolg durch eigenständige Lösung von Fallbeispielen				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Schwerpunktmodul Financial Theory				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe				

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

	<p>Master of Science International Management: Ergänzungsbereich International Management</p> <p>Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing</p> <p>Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management</p> <p>Master of Science Wirtschaftsmathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe</p> <p>Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems</p> <p>Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development</p> <p>Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre: BWL MA Reg China</p> <p>Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik</p> <p>Master of Science Geographie: BWL Master Geographie</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Schwerpunktbereich Finance Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Alexander Kempf Dr. Alexander Pütz</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

Schwerpunktmodul Finance 5						
Kennnummer 1259SMFi10		Workload 180h	LP 6	Modul- sprache Deutsch	Modulbe- ginn unregelmä- ßig	Moduldauer 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> a) Versicherungskonzern und Rückversicherung (Teil A: Rückversicherung und ART) b) Versicherungskonzern und Rückversicherung (Teil B: Konzernsteuerung und Gegenseitigkeitsprinzip)		<b>Kontakt- zeit</b> a) 30h b) 30h	<b>Selbststu- dium</b> a) 60h b) 60h	<b>LV-Sprache</b> a) Deutsch b) Deutsch	
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rückversicherung und Alternativer Risikotransfer</li> <li>• Formen traditioneller Rückversicherung</li> <li>• Financial Reinsurance</li> <li>• Alternativer Risikotransfer</li> <li>• Konzernsteuerung und Gegenseitigkeit</li> <li>• Aufbau von Versicherungskonzernen</li> <li>• Risikomanagement in Versicherungskonzernen</li> </ul>					
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... bewerten risikopolitische Instrumente in Versicherungsunternehmen ... analysieren die Wirkungsweise verschiedener Rückversicherungsarten ... diskutieren Formen des alternativen Risikotransfers ... beurteilen unterschiedliche Formen der Konzernstruktur in der Praxis ... diskutieren Methoden des Risikomanagements in Versicherungskonzernen ... verfügen über fundierte Kenntnisse der Grundlage des Asset-Liability-Managements und des Kapitalmanagements. ... arbeiten innerhalb des gesetzlichen Rahmens für Versicherungsgruppen. ... beurteilen die in der Versicherungswirtschaft anzutreffenden Gruppenstrukturen. ... verstehen, wie verschiedene Arten von Rückversicherung funktionieren. ... analysieren, wie die Instrumente des Risikomanagements zur Erreichung der Unternehmensziele eingesetzt werden.					
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung					
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> keine					
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)					
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung. Beide Lehrveranstaltungen sollen belegt werden; die Klausur bezieht sich auf die Inhalte beider Lehrveranstaltungen.					

<p><b>8</b></p>	<p><b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>  Master of Science Mathematik:      WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe  Master of Science Business Administration - Marketing:      Ergänzungsbereich Marketing  Master of Science Business Administration - Supply Chain Management:      Ergänzungsbereich Supply Chain Management  Master of Science Wirtschaftsmathematik:      WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe  Master of Science Information Systems:      Ergänzungsbereich Information Systems  Master of Science Business Administration - Corporate Development:      Ergänzungsbereich Corporate Development  Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs:      Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik  Master of Science Economics vor WS 18/19:      Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Business Administration - Finance:      Schwerpunktbereich Finance      Ergänzungsbereich Finance  Master of Science Economics:      Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:      Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<p><b>9</b></p>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>  Univ.-Prof. Dr. Heinrich R. Schradin</p>
<p><b>10</b></p>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Finance 6</b>					
<b>Kennnummer</b> 1259SMFi06	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Empirical Finance		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausgewählte grundlegende und fortgeschrittene ökonometrische Verfahren, insb. OLS, FGLS, Panelverfahren und Zeitreihenmodelle</li> <li>• Testverfahren zur Beurteilung der Güte der Schätz- und Prognoseergebnisse</li> <li>• Anwendung von Regressionsmodellen im Rahmen der Analyse theoretischer Modelle und Schätzung bzw. Prognose von Parametern für praxisrelevante Problemstellungen</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... erkennen Strategien zur Erhebung, Aufbereitung und Auswertung unternehmensbezogener Daten. ... differenzieren vor diesem Hintergrund ausgewählte ökonometrische Verfahren. ... interpretieren Analysestrategien zur Auswertung des Einflusses einzelner Faktoren auf die Stabilität von Unternehmensergebnissen. ... erstellen im Rahmen von Übungen und Fallstudien eigenständige Regressionsanalysen für ausgewählte Anwendungsbereiche (bspw. zum Testen von Kapitalmarktmodellen, zur Kapitalkostenschätzung und Bewertung von Unternehmen). ... diskutieren ihre Erkenntnisse im Rahmen von Gruppenarbeiten.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Grundkenntnisse in Statistik				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science International Management: Ergänzungsbereich International Management Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management:				

	<p>Ergänzungsbereich Supply Chain Management</p> <p>Master of Science Wirtschaftsmathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe</p> <p>Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems</p> <p>Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development</p> <p>Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre: BWL MA Reg China</p> <p>Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik</p> <p>Master of Science Geographie: BWL Master Geographie</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Schwerpunktbereich Finance Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Dieter Hess</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Finance 7</b>						
<b>Kennnummer</b> 1259SMFi07		<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Deutsch	<b>Modulbe- ginn</b> unregelmä- ßig	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Rechnungslegung von Versicherungsun- ternehmen nach HGB und IFRS			<b>Kontakt- zeit</b> 30h	<b>Selbststu- dium</b> 60h	<b>LV-Sprache</b> Deutsch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rechnungslegungssysteme</li> <li>• Rechtsquellen</li> <li>• Rechnungslegung nach HGB, IAS/IFRS</li> <li>• Full Fair Value Accounting</li> </ul>					
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... untersuchen Jahresabschlüsse von Versicherungsunternehmen auf Basis unterschiedli- cher Rechtsgrundlagen. ... bewerten Schadens-, Schwankungs- und Deckungsrückstellungen. ... untersuchen die Auswirkungen unterschiedlicher Rechtsgrundlagen auf die Bewertung von Bilanzpositionen. ... setzen risikoorientierte Prüfungsansätze für Versicherungsunternehmen.					
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung					
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: keine					
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)					
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.					
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Wirtschaftsmathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre:					

	<p>BWL MA Reg China</p> <p>Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik</p> <p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Geographie: BWL Master Geographie</p> <p>Master of Science Economics vor WS 18/19: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Schwerpunktbereich Finance Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Heinrich R. Schradin</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Finance 8</b>					
<b>Kennnummer</b> 1259SMFi08	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Asset Management (2. Term)		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anlageprozess und Ausgestaltung von Aktienfonds</li> <li>• Handelsstrategien mit Aktien</li> <li>• Risikofaktoren</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... <ul style="list-style-type: none"> <li>... skizzieren die institutionellen Grundlagen des Asset Managements.</li> <li>... analysieren verschiedene aktienspezifische Investmentstile und deren Erfolgsaussichten.</li> <li>... bewerten Aktien sowie Portfolios aus Aktien</li> <li>... berechnen die Risiken von Aktien.</li> <li>... wägen die erwarteten Renditechancen von Aktien gegen die übernommenen Risiken ab, um ein professionelles und verantwortungsvolles Risikomanagement sicher zu stellen.</li> <li>...vergleichen Strategien, mit denen Aktienportfolios gemanagt werden.</li> <li>... beantworten kritische Fragen souverän.</li> <li>... diskutieren die in der Vorlesung erworbenen Kenntnisse und Methoden durch die Bearbeitung anwendungsbezogener Übungsaufgaben in Kleingruppen.</li> <li>... verständigen sich innerhalb der Kleingruppen auf geeignete Methoden zur Lösung der Übungsaufgaben und begründen ihre Entscheidung.</li> <li>... reflektieren den eigenen Lernerfolg durch eigenständige Lösung von Fallbeispielen.</li> </ul>				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Schwerpunktmodul Financial Theory				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science International Management: Ergänzungsbereich International Management				

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

	<p>Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing</p> <p>Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management</p> <p>Master of Science Wirtschaftsmathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe</p> <p>Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems</p> <p>Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development</p> <p>Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre: BWL MA Reg China</p> <p>Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik</p> <p>Master of Science Geographie: BWL Master Geographie</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Schwerpunktbereich Finance Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Alexander Kempf Dr. Alexander Pütz</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Value-Based Management in Insurance</b>					
<b>Kennnummer</b> 1259SMVB00	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> unregelmä- ßig	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Value-Based Management in Insurance - Theory and Practice		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in das Versicherungsmanagement</li> <li>• Versicherungsrisiko und Produktionstechnik</li> <li>• Risikomodellierung und Risikomessung</li> <li>• Risikomanagement und Shareholder Wealth</li> <li>• Risikobasierte Kapitalallokation</li> <li>• Entscheidungsfindung im Rahmen der wertorientierten Steuerung</li> <li>• Trends und Herausforderungen in der Versicherungsbranche</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... erlernen Methoden zur Steuerung und Bewertung von Versicherungsunternehmen. ... erlernen Methoden zur wertorientierte Steuerung in Versicherungsunternehmen. ... modellieren Zahlungsströme von Versicherungsunternehmen. ... analysieren die Risikolage von Versicherungsunternehmen. ... bewerten verschiedene Methoden zur Berechnung des Kapitalbedarfs. ... bewerten verschiedene Methoden zur Risikokapitalallokation. ... erlernen Grundlagen des Asset Liability Managements.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science International Management: Ergänzungsbereich International Management Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Wirtschaftsmathematik:				

	<p>WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe</p> <p>Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems</p> <p>Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development</p> <p>Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik</p> <p>Master of Science Economics vor WS 18/19: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Schwerpunktbereich Finance Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b></p> <p>Dr. Muhammed Altuntas Univ.-Prof. Dr. Heinrich R. Schradin</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Selected Issues in Finance I (6 LP)</b>					
<b>Kennnummer</b> 1259SIIF01	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Deutsch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Management von Leasinggestellschaften (1. Term)		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b>
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Institutionenökonomische Analyse von Leasingbeziehungen</li> <li>• Finanzierung von Leasinggesellschaften</li> <li>• Besonderheiten der Rechnungslegung von Leasingverträgen</li> <li>• Substanzwertrechnung</li> <li>• Controlling und Steuerung der Ertrags- und Risikosituation von Leasinggesellschaften</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... analysieren die theoretischen Grundlagen des Leasinggeschäfts. ... verstehen die betriebswirtschaftlichen Besonderheiten des Leasings. ... beurteilen verschiedene Möglichkeiten der Refinanzierung von Leasinggesellschaften. ... wenden die Substanzwertrechnung als Instrument zur Bewertung des Leasingbestandes an. ... diskutieren die Besonderheiten der Rechnungslegung von Leasingverträgen. ... wenden Instrumente des Controllings auf die Rendite-Risiko-Steuerung von Leasinggesellschaften an. ... entwickeln ein Verständnis für die Führungsaufgaben in einer Leasing-Gesellschaft				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Keine Empfehlungen				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Wirtschaftsmathematik:				

	<p>WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe</p> <p>Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems</p> <p>Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Schwerpunktbereich Finance Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b></p> <p>Univ.-Prof. Dr. Thomas Hartmann-Wendels</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Selected Issues in Finance II</b>					
<b>Kennnummer</b> 1259SMSF02	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Deutsch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> a) Management von Bausparkassen b) Unternehmensplanspiel (ab WS 20/21)		<b>Kontakt- zeit</b> a) 30h b) 60h	<b>Selbststu- dium</b> a) 150h b) 120h	<b>LV-Sprache</b> a) Deutsch b) Deutsch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> a) Unternehmensplanspiel Leasing <ul style="list-style-type: none"> <li>• Typische Leasing-Vertragsarten</li> <li>• Kalkulation von Leasingverträgen</li> <li>• Risikomanagement</li> <li>• Vertriebsformen</li> <li>• Entscheidungen im IT- und Personalbereich</li> </ul> b) Management von Bausparkassen <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wesentliche Inhalte des Bausparkassengesetzes</li> <li>• Grundlagen des Kollektivmanagement und der Kollektivsteuerung</li> <li>• Risikofelder für Bausparkassen</li> <li>• Kollektive und kollektivbedingte Zinsspanne</li> <li>• Kollektive Liquiditätssteuerung, insb. das Management von Trägheitsreserven</li> <li>• die Auswirkungen der Baseler Verordnungen auf Bausparkassen</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... entwickeln auf der Basis betriebswirtschaftlicher Theorien eine Unternehmensstrategie ... wenden finanzmathematische Methoden an, um Verträge zu kalkulieren ... bewerten die Auswirkungen ihrer unternehmerischen Entscheidungen auf die Risikosi- tuation des Unternehmens ... beurteilen die Auswirkungen des Wettbewerbs auf das Ergebnis ihrer Handlungen ... beschäftigen sich mit den aufsichtsrechtlichen Grundlagen von Kreditinstituten und Fi- nanzdienstleistungsinstituten. ... arbeiten kooperativ in einem Team mit und entwickeln gemeinsam mit den anderen Teammitgliedern Entscheidungen ... begründen argumentativ, welche Entscheidungen sie präferieren ... verteidigen ihre eigenständig erarbeiteten Problemlösungen ... erkennen ihre eigene Verantwortung in Bezug auf die Unternehmensziele ... entwickeln ein Verständnis für ihre Führungsrolle in einem Unternehmen ... beurteilen in Selbstreflexion ihren eigenen Handlungsprozess				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung Forschungsprojekt				

<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> keine
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: PO
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung. Nur einer der beiden Lehrveranstaltungen muss besucht werden.
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Wirtschaftsmathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Science Business Administration - Finance: Schwerpunktbereich Finance Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Thomas Hartmann-Wendels
<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b>

<b>Schwerpunktmodul Media and Technology Management: Enterprises, Markets, and Strategies (6 LP)</b>					
<b>Kennnummer</b> 1284SMTEMS	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Deutsch und Eng- lisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Media and Technology Management: Enterprises, Markets, and Strategies		<b>Kontakt- zeit</b> 30h	<b>Selbststu- dium</b> 150h	<b>LV-Sprache</b> Deutsch und Eng- lisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Überblick über die verschiedenen Medien und Telekommunikationsbranchen</li> <li>• Ausgewählte Unternehmen und Anstalten und die entsprechenden Regeln und Potenzi- ale</li> <li>• Betriebswirtschaftliche Besonderheiten der Medien- und Telekommunikationsmärkte und -geschäftsmodelle</li> <li>• Geschäftsabläufe und Managementaufgaben in den verschiedene Medien-, IS- und Te- lekommunikationsbranchen und -unternehmen</li> <li>• Strategieentwicklung und -bewertung</li> <li>• Innovationsmanagement</li> <li>• Technologiemanagement</li> <li>• Entrepreneurship</li> <li>• Anwendung und Vertiefung der Konzepte auf ausgewählte Medien-, IS- und Telekom- munikationsinnovationen und entsprechende Unternehmensstrategien</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... kennen das Spektrum der in Deutschland und international tätigen Medien-, IS- und Te- lekommunikationsunternehmen und deren relevante Märkte. ... analysieren die verschiedenen Geschäftsmodelle und können Strategien bestimmter Unternehmen anhand eingeübter strategischer Konzepte bewerten. ... kennen nationale und internationale Anbieter und Technologien verschiedener Medien-, IS- und Telekommunikationsinnovationen. ... analysieren die betriebswirtschaftliche Komponente dieser Innovationen vor dem Hin- tergrund bestehender und sich entwickelnder Standards, des jeweiligen Wettbewerbsver- haltens. ... entwickeln Unternehmensstrategien und beurteilen solche. ... konzeptionieren innovative Anwendungen und beurteilen deren Marktchancen.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				

<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Arts Medienwissenschaft: MA Medienmanagement/Medienökonomie Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik Master of Science Economics vor WS 18/19: Ergänzungsbereich Economics Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Economics
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Claudia Loebbecke, M.B.A.
<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b>

<b>Schwerpunktmodul Media Economics (6 LP)</b>					
<b>Kennnummer</b> 1284SMME01	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Deutsch und Eng- lisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Media Economics (Ergänzung)		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Deutsch und Eng- lisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informationsprobleme auf Medienmärkten</li> <li>• Reputationsaufbau</li> <li>• Netzwerkeffekte</li> <li>• Zweiseitige Märkte</li> <li>• Ökonomische Analyse der Werbung</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... analysieren Besonderheiten von Medienmärkten anhand mikroökonomischer Modelle ... beurteilen wirtschaftspolitische Fragen in Medienmärkten. ... bewerten alternative Marktsituationen in Hinblick auf strategische Anreize.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Grundkenntnisse in Mikroökonomie und Statistik				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Arts Medienwissenschaft: MA Medienmanagement/Medienökonomie Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik				
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Johannes Münster				

<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b>
-----------	-------------------------------

<b>Schwerpunktmodul Media and Technology Management: Platforms, Information Goods and Infrastructure (6 LP)</b>					
<b>Kennnummer</b> 1284SMTP06	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Media and Technology Management: Platforms, Information Goods and Infra- structure		<b>Kontakt- zeit</b> 30h	<b>Selbststu- dium</b> 150h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ökonomie digitaler Güter</li> <li>• Betriebswirtschaftliche Besonderheiten digitaler Märkte und Plattformen.</li> <li>• Ausgestaltung und Regulierung digitaler Märkte, Plattformen und Infrastrukturen</li> <li>• Medien-, IS-, und Telekommunikationstechnologien sowie deren Anwendungsmöglichkeiten und -grenzen.</li> <li>• Ausgewählte Anwendungsbereiche digitaler Medien-, IT und Telekommunikationstechnologien</li> <li>• "Big Data Analytics": Geschäftsstrategien, ökonomisches Potential und gesellschaftliche Auswirkungen.</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... verstehen die ökonomischen Besonderheiten digitaler Produkte und Dienstleistungen sowie resultierende betriebswirtschaftliche Preissetzungsstrategien. ... lernen relevante MTM-Infrastrukturen und deren Regulierung kennen und verstehen deren Einfluss auf MTM-Geschäftsmodelle, Unternehmen und die soziale Wohlfahrt. ... erkennen unternehmerische Gestaltungsoptionen auf digitalen Plattformen und verstehen Entscheidungsstrategien (Suchstrategien, Preisstrategien, "Sharing"-Strategien). ... erkennen die Mechanismen sowie das Design verschiedener digitaler Märkte und verstehen ihre ökonomischen, politischen und sozialen Einflussfaktoren sowie gesellschaftlichen Konsequenzen.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: PO				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Arts Medienwissenschaft:				

	<p>MA Medienmanagement/Medienökonomie  Master of Science Business Administration - Marketing:  Ergänzungsbereich Marketing  Master of Science Information Systems:  Ergänzungsbereich Information Systems  Master of Science Business Administration - Corporate Development:  Ergänzungsbereich Corporate Development  Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs:  Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik  Master of Science Economics vor WS 18/19:  Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Economics:  Ergänzungsbereich Economics</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>  Univ.-Prof. Dr. Claudia Loebbecke, M.B.A.  Univ.-Prof. Dr. Christian-Mathias Wellbrock</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b>  Die Form der Prüfung wird in der ersten Veranstaltung bekannt gegeben. Für mehr Informationen siehe <a href="http://www.mtm.uni-koeln.de">www.mtm.uni-koeln.de</a></p>

<b>Schwerpunktmodul Media and Technology Management Selected Issues</b>					
<b>Kennnummer</b> 1284SMTSIO	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Deutsch und Eng- lisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 4. Semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> a) Selected Media and Technology Issues I b) Selected Media and Technology Issues II c) Selected Media and Technology Issues III d) Selected Media and Technology Issues IV		<b>Kontakt- zeit</b> a) 30h b) 30h c) 30h d) 30h	<b>Selbststu- dium</b> a) 150h b) 150h c) 150h d) 150h	<b>LV-Sprache</b> a) Deutsch und Englisch b) Deutsch und Englisch c) Deutsch und Englisch d) Deutsch und Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Wechselnde Themen werden im Vorfeld jeder Veranstaltung festgelegt.				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... erörtern aktuelle Themen aus dem Bereich Media and Technology Management. ... argumentieren aus verschiedenen Positionen heraus und vertreten ihre Standpunkte Dritten gegenüber. ... verfolgen und beurteilen aktuelle Trends aus neuen Medien-, Informations- und Telekommunikationstechnologien. ... führen einen wissenschaftlichen Diskurs.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Seminar				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: PO				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung. Eine Lehrveranstaltung soll belegt werden; die schriftliche Prüfung bezieht sich auf den Inhalt einer Lehrveranstaltung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Arts Medienwissenschaft: MA Medienmanagement/Medienökonomie Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs:				

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

	Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Schwerpunktbereich Media and Technology Management
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Claudia Loebbecke, M.B.A.
<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b>

<b>Schwerpunktmodul Media and Technology Management Selected Issues II</b>					
<b>Kennnummer</b> 1284SMTSI2	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Deutsch und Eng- lisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 4. Semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Selected Media and Technology Issues		<b>Kontakt- zeit</b> 30h	<b>Selbststu- dium</b> 150h	<b>LV-Sprache</b> Deutsch und Eng- lisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Wechselnde Themen werden im Vorfeld jeder Veranstaltung festgelegt.				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... erörtern aktuelle Themen aus dem Bereich Media and Technology Management. ... argumentieren aus verschiedenen Positionen heraus und vertreten ihre Standpunkte Dritten gegenüber. ... verfolgen und beurteilen aktuelle Trends aus neuen Medien-, Informations- und Telekommunikationstechnologien. ... führen einen wissenschaftlichen Diskurs.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Seminar				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Keine Empfehlungen				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: PO				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung. Eine Lehrveranstaltung soll belegt werden; die Prüfung bezieht sich auf den Inhalt einer Lehrveranstaltung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Arts Medienwissenschaft: MA Medienmanagement/Medienökonomie Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Schwerpunktbereich Media and Technology Management				
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Claudia Loebbecke, M.B.A.				

<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b>
-----------	-------------------------------

<b>Schwerpunktmodul Media and Technology Management: Research and Publications</b>					
<b>Kennnummer</b> 1284SMTRP0	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 4. Semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Media and Technology Management: Re- search and Publications		<b>Kontakt- zeit</b> 30h	<b>Selbststu- dium</b> 150h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Fokus auf wissenschaftlichem Arbeiten, Forschungsdesign und Forschungsmethoden				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... beherrschen das wissenschaftliche Arbeiten und Kommunizieren im Bereich Medien- und Technologiemanagement. ... verstehen Forschungsansätze und Methoden. ... beherrschen die jeweilige wissenschaftliche Kommunikation der Forschungsfrage, -me- thode, und ergebnisdarstellung. ... führen einen wissenschaftlichen Diskurs.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Seminar				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: PO				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Arts Medienwissenschaft: MA Medienmanagement/Medienökonomie Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Schwerpunktbereich Media and Technology Management				
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Claudia Loebbecke, M.B.A.				
<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b>				



<b>Schwerpunktmodul Media and Technology Management: Entrepreneurship / Project</b>					
<b>Kennnummer</b> 1284SMTEP0	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Deutsch und Eng- lisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 4. Semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Media and Technology Management: Ent- repreneurship / Project		<b>Kontakt- zeit</b> 30h	<b>Selbststu- dium</b> 150h	<b>LV-Sprache</b> Deutsch und Eng- lisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Wechselnde Themen werden im Vorfeld jeder Veranstaltung festgelegt				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... präsentieren eine Business Plan Idee in Wort und Schrift. ... erläutern Industriedetails auf dem Gebiet des Business Plan Projektes. ... sind vertraut mit der Analyse des Wertschöpfungspotentials im Kontext digitaler Güter. ... vertiefen ausgewählte Medienmanagementthemen beispielsweise anhand von struktu- rierten Analysen, Praxisanwendungen, Produktentwicklungen, Business Plänen, Simulati- onen oder Marktspielen. ... führen einen wissenschaftlichen Diskurs.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Seminar				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: PO				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Arts Medienwissenschaft: MA Medienmanagement/Medienökonomie Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Schwerpunktbereich Media and Technology Management				
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Claudia Loebbecke, M.B.A.				

<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b>
-----------	-------------------------------

<b>Schwerpunktmodul Time Series Analysis</b>					
<b>Kennnummer</b> 1314SMTS00	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 4. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Time Series Analysis		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Saisonalität und Trend</li> <li>• ARIMA Modelle</li> <li>• Schätzung und Prognose von ARIMA Prozessen</li> <li>• Anpassungsgüte und Modellauswahl</li> <li>• Tests auf Stationarität</li> <li>• Modellierung zeitvariierender Volatilitäten (GARCH Prozesse)</li> <li>• Dynamische Regressionsmodelle</li> <li>• Vektorautoregressionen (Prognosen und Granger Kausalität)</li> <li>• Kointegrierte Zeitreihen</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... vertiefen ihre Kenntnisse in statistisch-ökonomischen Methoden zur Analyse von Zeitreihendaten. ... spezifizieren ARIMA Prozesse, schätzen ARIMA Parameter und interpretieren diese. ... führen Prognosen ökonomischer Zeitreihen durch. ... modellieren zeitvariierende Volatilität. ... analysieren den dynamischen Zusammenhang zwischen mehreren Zeitreihen mit vektorautoregressiven Modellen, schätzen die Effekte ökonomischer Schocks ab und interpretieren diese.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Projekt Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Basismodul Econometrics I				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (90)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Information Systems:				

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

	<p>Ergänzungsbereich Information Systems  Master of Science Business Administration - Corporate Development:  Ergänzungsbereich Corporate Development  Master of Science Economic Research:  Ergänzungsbereich Economic Research  Master of Science Business Administration - Media and Technology Management:  Ergänzungsbereich Media and Technology Management  Master of Science Economics vor WS 18/19:  Schwerpunktbereich Economics  Master of Science Business Administration - Finance:  Ergänzungsbereich Finance  Master of Arts Politikwissenschaft:  Ergänzungsbereich Politikwissenschaft  Master of Science Economics:  Schwerpunktbereich Economics  Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:  Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>  Univ.-Prof. Dr. Jörg Breitung  Univ.-Prof. Dr. Roman Liesenfeld</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Bayesian Econometrics</b>					
<b>Kennnummer</b> 1314SMBE00	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 4. Semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Bayesian Econometrics		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prinzipien der Bayesianischen Ökonometrie</li> <li>• Bayesianische Schätzer und Numerische Integration</li> <li>• Importance Sampling und Markov-Chain-Monte-Carlo</li> <li>• Lineares Regressionsmodell mit konjugierten Priorverteilungen</li> <li>• Lineares Regressionsmodell mit nicht-konjugierten Priorverteilungen</li> <li>• Lineares Regressionsmodell mit verallgemeinerter Kovarianzstruktur</li> <li>• Zeitreihenmodelle</li> <li>• Modelle für diskret abhängige Variablen</li> <li>• Die erlernten Methoden werden von den Studierenden in Computerübungen mit Hilfe von ökonomischer Software zur Analyse von ökonomischen Datensätzen angewendet</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... beschreiben zentrale Konzepte und Methoden Bayesianischer Inferenz für ökonometrische Modelle. ... setzen Bayesianische Methoden zur Analyse linearer Regressions- und Zeitreihenmodelle ein. ... implementieren moderne Monte-Carlo Integrationsverfahren (MCMC und Importance Sampling) zur Analyse von a-posteriori Verteilungen. ... verwenden Bayesianische Ansätze zum Modellvergleich, zur Prognose und zum Testen von Parameterrestriktionen. ... führen Bayesianische Analysen selbstständig durch.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Projekt Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Basismodul Econometrics I und/oder Schwerpunktmodul Advanced Statistics (Stochastic Processes) bzw. Advanced Statistics (Statistical Inference)				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Mündliche Prüfung: MP (30)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der mündlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing				

	<p>Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems</p> <p>Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development</p> <p>Master of Science Economic Research: Ergänzungsbereich Economic Research</p> <p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Economics vor WS 18/19: Schwerpunktbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Arts Politikwissenschaft: Ergänzungsbereich Politikwissenschaft</p> <p>Master of Science Economics: Schwerpunktbereich Economics Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Roman Liesenfeld</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b> Reading list: • Bauwens, L., Lubrano, M., Richard, J.F. (1999), Bayesian Inference in Dynamic Econometric Models, Oxford University Press, New York. • Geweke, J. (2005), Contemporary Bayesian Econometrics and Statistics, John Wiley &amp; Sons, Hoboken. • Koop, G. (2003), Bayesian Econometrics, John Wiley &amp; Sons, Chichester. • Koop, G., Poirier, D.J., Tobias, J.L. (2007), Bayesian Econometric Methods, Cambridge University Press, Cambridge. • Lancaster, T. (2004), An Introduction to Modern Bayesian Econometrics, Blackwell Publishing, Malden. • Robert, C.P., and G. Casella (2004), Monte Carlo Statistical Methods, Springer-Verlag.</p>

<b>Schwerpunktmodul Statistical Analysis of Financial Data</b>					
<b>Kennnummer</b> 1314SMSF00	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 4. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Statistical Analysis of Financial Data		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Finanzmarktzeitreihen und ihre Eigenschaften</li> <li>• Lineare Zeitreihenmodelle</li> <li>• Empirische Analyse der Effizienz von Wertpapiermärkten und die Prognostizierbarkeit von Wertpapierrenditen</li> <li>• Empirische Analyse des Capital Asset Pricing Modells</li> <li>• Empirische Analyse intertemporaler Asset Pricing Modelle</li> <li>• Volatilitätsmodelle</li> <li>• Marktmikrostruktur und Hochfrequenzdaten</li> <li>• Die erlernten Methoden werden von den Studierenden in Computerübungen mit Hilfe von ökonomischer Software zur Analyse von Finanzmarktdaten angewendet</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... beschreiben stilisierte Fakten von Finanzmarktdaten. ... wenden Modelle der Finanzmarktökonomie an. ... führen empirische Analysen bzw. Studien von Finanzmarktzeitreihen selbstständig durch. ... verstehen aktuelle wissenschaftliche Beiträge zur empirischen Finanzmarktforschung und beurteilen diese kritisch. ... nutzen statistisch-ökonomische Methoden zur Prognose und Modellierung von univariaten und multivariaten Finanzmarktzeitreihen.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Basismodul Econometrics und/oder Schwerpunktmodul Advanced Statistics I und II.				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (90)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing				

	<p>Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems</p> <p>Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development</p> <p>Master of Science Economic Research: Ergänzungsbereich Economic Research</p> <p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Economics vor WS 18/19: Schwerpunktbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Arts Politikwissenschaft: Ergänzungsbereich Politikwissenschaft</p> <p>Master of Science Economics: Schwerpunktbereich Economics Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Roman Liesenfeld</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b> Reading list:- Campbell, J.Y., Lo, A.W. and A.C.MacKinlay (1997), The Econometrics of Financial Markets, Princeton University Press, Princeton.- Gourieroux, C. and J. Jasiak (2001), Financial Econometrics, Princeton University Press, Princeton. - Schmid, F. and M. Trede (2005), Finanzmarktstatistik, Springer, Berlin.- Taylor, S. (1986), Modelling Financial Time Series, John Wiley &amp; Sons, Chichester. - Taylor, S. (2005), Asset Price Dynamics, Volatility, and Prediction, Princeton University Press, Princeton.- Tsay, R. (2010), Analysis of Financial Time Series, 3rd. ed., John Wiley &amp; Sons, New York.</p>

<b>Schwerpunktmodul Advanced Statistics (Stochastic Processes)</b>					
<b>Kennnummer</b> 1314SMAS03	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Advanced Statistics II (Stochastic Processes)		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ANOVA</li> <li>• Intervallschätzungen</li> <li>• Bootstrap</li> <li>• Nichtparametrische Tests (Unabhängigkeitstests, Rangtests)</li> <li>• Stochastische Prozesse (Martingale, Markovketten)</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... erweitern ihre im Modul Advanced Statistics (Statistical Inference) erworbenen Kenntnisse in der Schätz- und Testtheorie. ... führen spezielle parametrische und nichtparametrische Schätzungen und Tests durch. ... modellieren ökonomische Sachverhalte mit Hilfe von stochastischen Prozessen.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Solide Grundkenntnisse der Wahrscheinlichkeitsrechnung aus dem Bachelorstudium, Basismodul Mathematik (BSc VWL/BWL) und Basis- und Aufbaumodul Statistik (BSc VWL/BWL).				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (90)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Business Administration - Marketing: Basis- und Aufbaubereich Marketing Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Basis- und Aufbaubereich Supply Chain Management Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Basis- und Aufbaubereich Corporate Development Ergänzungsbereich Corporate Development				

	<p>Master of Science Economic Research: Ergänzungsbereich Economic Research</p> <p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Basis- und Aufbaubereich Media and Technology Management Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Economics vor WS 18/19: Schwerpunktbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Basis- und Aufbaubereich Finance Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Arts Politikwissenschaft: Ergänzungsbereich Politikwissenschaft</p> <p>Master of Science Economics: Schwerpunktbereich Economics Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Basis- und Aufbaubereich Accounting and Taxation Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Dominik Wied</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Advanced Statistics (Statistical Inference)</b>					
<b>Kennnummer</b> 1314SMAS01	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Advanced Statistics (Statistical Inference)		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wahrscheinlichkeiten und Zufallsvariablen</li> <li>• Momente von Zufallsvariablen</li> <li>• Parametrische Familien univariater und multivariater Wahrscheinlichkeitsverteilungen</li> <li>• Grundlagen der Asymptotik</li> <li>• Stichprobenverfahren</li> <li>• Theorie der Punktschätzung und Schätzverfahren (Maximum Likelihood, Bayes)</li> <li>• Theorie der Hypothesentests und Testverfahren</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... vertiefen ihre Kenntnisse der Wahrscheinlichkeitstheorie und der stochastischen Modellierung, die der Anwendung von Methoden der statistischen Inferenz in der empirischen Wirtschaftsforschung zugrunde liegen. ... vertiefen ihre Kenntnisse zur Parameterschätzung und zum Testen statistischer Hypothesen. ... definieren die Grundlagen statistischer Erhebungsverfahren.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Solide Grundkenntnisse der Wahrscheinlichkeitsrechnung aus dem Bachelorstudium, Basismodul (BSc VWI/BWL) und Basis- und Aufbaumodul Statistik (BSc VWL/BWL).				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (90)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Business Administration - Marketing: Basis- und Aufbaubereich Marketing Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Basis- und Aufbaubereich Supply Chain Management Master of Science Information Systems:				

	<p>Ergänzungsbereich Information Systems</p> <p>Master of Science Business Administration - Corporate Development:          Basis- und Aufbaubereich Corporate Development          Ergänzungsbereich Corporate Development</p> <p>Master of Science Economic Research:          Ergänzungsbereich Economic Research</p> <p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management:          Basis- und Aufbaubereich Media and Technology Management          Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Economics vor WS 18/19:          Schwerpunktbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance:          Basis- und Aufbaubereich Finance          Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Arts Politikwissenschaft:          Ergänzungsbereich Politikwissenschaft</p> <p>Master of Science Economics:          Schwerpunktbereich Economics          Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:          Basis- und Aufbaubereich Accounting and Taxation          Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>          Univ.-Prof. Dr. Dominik Wied</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Topics in Statistics A</b>					
<b>Kennnummer</b> 1314SMTS01	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Deutsch und Eng- lisch	<b>Modulbe- ginn</b> unregelmä- ßig	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Topics in Statistics A		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Deutsch und Eng- lisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Neuere statistische und ökonometrische Methoden</li> <li>• Anwendungen im Bereich der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... vertiefen ihre Kenntnisse in speziellen statistischen und ökonometrischen Methoden und deren Anwendungen auf dem Gebiet der empirischen Wirtschaftsforschung.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Projekt Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Basismodul Econometrics I				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (90)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Science Economic Research: Ergänzungsbereich Economic Research Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management Master of Science Economics vor WS 18/19: Schwerpunktbereich Economics Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance Master of Arts Politikwissenschaft: Ergänzungsbereich Politikwissenschaft Master of Science Economics:				

	Schwerpunktbereich Economics Ergänzungsbereich Economics Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Jörg Breitung
<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b>

<b>Schwerpunktmodul Topics in Statistics B</b>					
<b>Kennnummer</b> 1314SMTS02	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Deutsch und Eng- lisch	<b>Modulbe- ginn</b> unregelmä- ßig	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Topics in Statistics B		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Deutsch und Eng- lisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Neuere statistische und ökonometrische Methoden</li> <li>• Anwendungen im Bereich der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... vertiefen ihre Kenntnisse in speziellen statistischen und ökonometrischen Methoden und deren Anwendungen auf dem Gebiet der empirischen Wirtschaftsforschung.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Projekt Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Basismodul Econometrics I				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (90)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Science Economic Research: Ergänzungsbereich Economic Research Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management Master of Science Economics vor WS 18/19: Schwerpunktbereich Economics Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance Master of Arts Politikwissenschaft: Ergänzungsbereich Politikwissenschaft Master of Science Economics:				

	Schwerpunktbereich Economics Ergänzungsbereich Economics Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Roman Liesenfeld
<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b>

<b>Schwerpunktmodul Topics in Econometrics C</b>					
<b>Kennnummer</b> 1314SMTE03	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Deutsch und Eng- lisch	<b>Modulbe- ginn</b> unregelmä- ßig	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Topics in Econometrics C		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Deutsch und Eng- lisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Neuere ökonometrische und statistische Methoden</li> <li>• Anwendungen im Bereich der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... vertiefen ihre Kenntnisse in speziellen ökonometrischen und statistischen Methoden und deren Anwendungen auf dem Gebiet der empirischen Wirtschaftsforschung.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Projekt Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Basismodul Econometrics I				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (90)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Science Economic Research: Ergänzungsbereich Economic Research Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management Master of Science Economics vor WS 18/19: Schwerpunktbereich Economics Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance Master of Arts Politikwissenschaft: Ergänzungsbereich Politikwissenschaft Master of Science Economics:				

	Schwerpunktbereich Economics Ergänzungsbereich Economics Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Dominik Wied
<b>10</b>	<b>Sonstige Informationen</b>

<b>Schwerpunktmodul Seminar Statistics and Econometrics</b>					
<b>Kennnummer</b> 1314SMSS00	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Deutsch und Eng- lisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Seminar in Statistics and Econometrics		<b>Kontakt- zeit</b> 30h	<b>Selbststu- dium</b> 150h	<b>LV-Sprache</b> Deutsch und Eng- lisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Das Seminar behandelt Themen z.B. aus den Bereichen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zeitreihenanalyse</li> <li>• Mikroökonomie</li> <li>• Markoökonomie</li> <li>• Panelökonomie</li> <li>• Finanzmarktökonomie und -statistik</li> <li>• Bayesianische Ökonometrie und -Statistik</li> <li>• Nichtparametrischer Verfahren</li> <li>• Analyse stochastischer Prozesse</li> <li>• Statistischen Inferenz</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... <ul style="list-style-type: none"> <li>... bereiten themenbezogene Fachliteratur auf.</li> <li>... beurteilen neuere Verfahren der Statistik und Ökonometrie kritisch.</li> <li>... wenden neuere Verfahren der Statistik und Ökonometrie zur Analyse realer Daten praktisch an.</li> <li>... verfassen eine schriftlichen Abhandlung nach wissenschaftlichen Standards und präsentieren diese in einem Fachvortrag den anderen Seminarteilnehmern.</li> </ul>				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Seminar				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Basismodul Econometrics I und/oder Schwerpunktmodul Advanced Statistics (Stochastic Processes) bzw. Advanced Statistics (Statistical Inference)				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Kombinierte Prüfung: RE, HA				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der kombinierten Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development:				

	<p>Ergänzungsbereich Corporate Development</p> <p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Economics vor WS 18/19: Schwerpunktbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Arts Politikwissenschaft: Ergänzungsbereich Politikwissenschaft</p> <p>Master of Science Economics: Schwerpunktbereich Economics Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b></p> <p>Univ.-Prof. Dr. Jörg Breitung</p> <p>Univ.-Prof. Dr. Roman Liesenfeld</p> <p>Univ.-Prof. Dr. Dominik Wied</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Multivariate Statistics</b>					
<b>Kennnummer</b> 1314SMMS00	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Multivariate Statistics		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Varianzanalyse</li> <li>• Eigenwerte</li> <li>• Hauptkomponentenanalyse</li> <li>• Faktoranalyse</li> <li>• Kanonische Korrelationsanalyse</li> <li>• Diskriminanzanalyse</li> <li>• Clusteranalyse</li> <li>• Multidimensionale Skalierung</li> <li>• Korrespondenzanalyse</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... vertiefen im Modul ihre Kenntnisse multivariater statistischer Verfahren. ... führen empirische Analysen mittels multivariater statistischer Verfahren eigenständig durch. ... verstehen aktuelle wissenschaftliche Beiträge zu multivariaten statistischen Verfahren und bewerten diese kritisch.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Basismodul Econometrics I und/oder Schwerpunktmodul Advanced Statistics (Stochastic Processes) bzw. Advanced Statistics (Statistical Inference)				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Mündliche Prüfung: MP (30)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der mündlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development				

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

	<p>Master of Science Economic Research: Ergänzungsbereich Economic Research</p> <p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Economics vor WS 18/19: Schwerpunktbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Arts Politikwissenschaft: Ergänzungsbereich Politikwissenschaft</p> <p>Master of Science Economics: Schwerpunktbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Dr. Bastian Gribisch Univ.-Prof. Dr. Roman Liesenfeld</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Basismodul Econometrics I</b>					
<b>Kennnummer</b> 1314BMEc01	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Core Econometrics I		<b>Kontakt- zeit</b> 45h	<b>Selbststu- dium</b> 135h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lineares Regressionsmodell und KQ-Methode</li> <li>• Verallgemeinertes lineares Regressionsmodell mit heteroskedastischen bzw. autokorrelierten Fehlern und (F)GLS Methode</li> <li>• Endogenität und Instrumentvariablen</li> <li>• Maximum-Likelihood Methode</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... beherrschen grundlegende ökonomische Methoden, verstehen wissenschaftliche Beiträge im Bereich der empirischen Wirtschaftsforschung und führen empirische Studien zu ökonomischen Fragestellungen selbstständig durch. ... modellieren wirtschaftswissenschaftliche Zusammenhänge ökonomisch und wählen zwischen alternativen Modellspezifikationen aus. ... schätzen Parameter von linearen und verallgemeinerten Regressionsmodellen, von Modellen für diskrete und begrenzt abhängige Variablen sowie von Zeitreihenmodellen mit geeigneten Inferenzmethoden und führen Hypothesentests durch. ... erstellen Prognosen ökonomischer Variablen.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Arts Regionalstudien Ost- und Mitteleuropa - Volkswirtschaftslehre: VWL MA Reg Osteuropa Master of Arts Regionalstudien Lateinamerika - Volkswirtschaftslehre: VWL MA Reg Lateinamerika Master of Science Mathematik: VWL MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Business Administration - Marketing:				

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

	<p>Basis- und Aufbaubereich Marketing Ergänzungsbereich Marketing</p> <p>Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Basis- und Aufbaubereich Supply Chain Management</p> <p>Master of Science Sociology and Social Research: Ergänzungsbereich Sociology and Social Research</p> <p>Master of Science Wirtschaftsmathematik: VWL MA Mathe/Wirtschaftsmathe</p> <p>Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems</p> <p>Master of Science Business Administration - Corporate Development: Basis- und Aufbaubereich Corporate Development Ergänzungsbereich Corporate Development</p> <p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Basis- und Aufbaubereich Media and Technology Management Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Geographie: VWL Master Geographie</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Basis- und Aufbaubereich Finance Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Arts Regionalstudien China - Volkswirtschaftslehre: VWL MA Reg China</p> <p>Master of Arts Politikwissenschaft: Ergänzungsbereich Politikwissenschaft</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Basis- und Aufbaubereich Accounting and Taxation Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p> <p>Master of Science Economics: Basis- und Aufbaubereich Economics</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Roman Liesenfeld</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Basismodul Econometrics II</b>					
<b>Kennnummer</b> 1314BMEc02	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Core Econometrics II		<b>Kontakt- zeit</b> 45h	<b>Selbststu- dium</b> 135h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verallgemeinerte Momenten Methode</li> <li>• Modelle für diskrete und begrenzt abhängige Variablen</li> <li>• Uni- und Multivariate Zeitreihenmodelle</li> <li>• Panelmodelle</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... beherrschen grundlegende ökonomische Methoden, verstehen wissenschaftliche Beiträge im Bereich der empirischen Wirtschaftsforschung und führen empirische Studien zu ökonomischen Fragestellungen selbstständig durch. ... modellieren wirtschaftswissenschaftliche Zusammenhänge ökonomisch und wählen zwischen alternativen Modellspezifikationen aus. ... schätzen Parameter von linearen und verallgemeinerten Regressionsmodellen, von Modellen für diskrete und begrenzt abhängige Variablen sowie von Zeitreihenmodellen mit geeigneten Inferenzmethoden und führen Hypothesentests durch. ... erstellen Prognosen ökonomischer Variablen.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Arts Regionalstudien Ost- und Mitteleuropa - Volkswirtschaftslehre: VWL MA Reg Osteuropa Master of Arts Regionalstudien Lateinamerika - Volkswirtschaftslehre: VWL MA Reg Lateinamerika Master of Science Mathematik: VWL MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Business Administration - Marketing: Basis- und Aufbaubereich Marketing				

	<p>Ergänzungsbereich Marketing</p> <p>Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Basis- und Aufbaubereich Supply Chain Management</p> <p>Master of Science Sociology and Social Research: Ergänzungsbereich Sociology and Social Research</p> <p>Master of Science Wirtschaftsmathematik: VWL MA Mathe/Wirtschaftsmathe</p> <p>Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems</p> <p>Master of Science Business Administration - Corporate Development: Basis- und Aufbaubereich Corporate Development Ergänzungsbereich Corporate Development</p> <p>Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Basis- und Aufbaubereich Media and Technology Management Ergänzungsbereich Media and Technology Management</p> <p>Master of Science Geographie: VWL Master Geographie</p> <p>Master of Science Business Administration - Finance: Basis- und Aufbaubereich Finance Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Arts Regionalstudien China - Volkswirtschaftslehre: VWL MA Reg China</p> <p>Master of Arts Politikwissenschaft: Ergänzungsbereich Politikwissenschaft</p> <p>Master of Science Economics: Schwerpunktbereich Economics Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Basis- und Aufbaubereich Accounting and Taxation Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Roman Liesenfeld</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Supply Chain Innovation</b>					
<b>Kennnummer</b> 1271SMSChI	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Supply Chain Innovation (2. Term)		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovationsstrategien in Supply Chains</li> <li>• Innovationsmanagement in Supply Chains</li> <li>• Supply Chain Innovation Prozesse: Ideenfindung, Ideenauswahl, Ideenumsetzung</li> <li>• Kollaborative Supply Chain Innovation</li> <li>• Anwendung von Supply Chain Innovation Strategien</li> <li>• Aktuelle technologische Veränderungen und effektive Supply Chain Strategien</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... analysieren Supply Chain Innovations und verstehen deren Auswirkungen. Diskutieren und präsentieren diese Auswirkungen in Gruppen, in der Klasse und in schriftlichen Berichten. ... verstehen die Notwendigkeit von Innovationen für konkurrierende Supply Chains. Reflektieren kritisch in Gruppenarbeit Supply Chain Innovations. ... konzipieren Supply Chain Innovation Strategien. ... bringen sich in den wissenschaftlichen Diskurs über die Entstehung und das Management von disruptiven Innovationen ein. ... erkennen und gestalten selbstständig und in Gruppenarbeiten Ansätze sowie Reaktionen auf disruptive Innovationen. Präsentieren ihre Ansätze vor den Klassenkameraden. ... analysieren Innovation Systems, um das Potenzial von Betrieben und Lieferketten zu fördern. ... beurteilen den Wert von Supply Chain Innovation Projekten ... konzipieren Prozesse zur Implementierung von Innovationen. ... verstehen und reflektieren selbstständig Herausforderungen des aktuellen technologischen Wandels in Supply Chains.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: mind. 12 LP im Bereich Fachliche Grundlagen (Schwerpunktbereich SCM)				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: PO				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				

<p><b>8</b></p>	<p><b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>  Master of Science Mathematik:  WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe  Master of Science International Management:  Ergänzungsbereich International Management  Master of Science Business Administration - Marketing:  Ergänzungsbereich Marketing  Master of Science Business Administration - Supply Chain Management:  Schwerpunktbereich Supply Chain Management  Master of Science Wirtschaftsmathematik:  WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe  Master of Science Information Systems:  Ergänzungsbereich Information Systems  Master of Science Business Administration - Corporate Development:  Ergänzungsbereich Corporate Development  Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre:  BWL MA Reg China  Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs:  Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik  Master of Science Business Administration - Media and Technology Management:  Ergänzungsbereich Media and Technology Management  Master of Science Geographie:  BWL Master Geographie  Master of Science Economics vor WS 18/19:  Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Economics:  Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:  Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<p><b>9</b></p>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>  Univ.-Prof. Dr. Fabian Sting</p>
<p><b>10</b></p>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Project Management</b>					
<b>Kennnummer</b> 1271SMPPrJM	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Project Management		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Projektdefinition und Projektbedingungen</li> <li>• Projektrisikoaanalyse und Risikomanagement</li> <li>• Ressourcenzuteilung und Budgetierung</li> <li>• Projektplanung</li> <li>• Projektüberwachung</li> <li>• Projektportfoliomanagement</li> <li>• Management von menschlichem Verhalten in Projekten</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... verstehen die branchenübergreifende strategische Relevanz des Projektmanagements. ... verstehen, erkennen und diskutieren die Bedeutung von Projektkomplexität, Projektunsicherheit und menschlichem Verhalten beim Management von Projekten. ... engagieren sich in Gruppen- und Klassendiskursen, um zu bewerten, wie unterschiedliche Ansätze der Projektplanung und -durchführung von der Projektumgebung abhängen. ... reflektieren ihre selbst entwickelten Projektmanagementfähigkeiten, indem sie diese in Projektgruppen und Fallstudien anwenden. Kritische Reflexion von eigenen und von in Gruppen entwickelten Projektmanagement-Lösungen. ... wenden moderne Methoden der Projektplanung und –durchführung wie agile oder hilfsbasierte Projektmanagementsysteme an. ... wenden Realoptionenanalyse an, um den Wert von unsicheren Projekten zu bestimmen. ... empfehlen Projektansätze zur Bewältigung von Unsicherheit, Komplexität und menschlichem Verhalten unter Berücksichtigung der multidimensionalen Ziele der Projektbeteiligten.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: mind. 12 LP im Bereich Fachliche Grundlagen				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: PO				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				

<p><b>8</b></p>	<p><b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>  Master of Science Mathematik:      WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe  Master of Science International Management:      Basis- und Aufbaubereich International Management      Ergänzungsbereich International Management  Master of Science Business Administration - Marketing:      Ergänzungsbereich Marketing  Master of Science Business Administration - Supply Chain Management:      Schwerpunktbereich Supply Chain Management  Master of Science Wirtschaftsmathematik:      WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe  Master of Science Business Administration - Corporate Development:      Ergänzungsbereich Corporate Development  Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre:      BWL MA Reg China  Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs:      Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik  Master of Science Business Administration - Media and Technology Management:      Ergänzungsbereich Media and Technology Management  Master of Science Geographie:      BWL Master Geographie  Master of Science Economics vor WS 18/19:      Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Economics:      Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:      Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<p><b>9</b></p>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>  Univ.-Prof. Dr. Fabian Sting</p>
<p><b>10</b></p>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Behavioral Operations (Adv.)</b>					
<b>Kennnummer</b> 1271BOAd01	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Behavioral Operations		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verhaltensbedingte Entscheidungsfindung</li> <li>• Behavioral Contracting</li> <li>• Verhaltensprognose</li> <li>• Verhaltensbestandsmanagement</li> <li>• Verhaltensbasierte Betriebsführung</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... <ul style="list-style-type: none"> <li>... lesen wissenschaftliche Artikel und erarbeiten die darin enthaltenen Konzepte zum Verständnis von Entscheidungsprozessen im Unternehmen.</li> <li>... übertragen diese Methoden, um Verträge zwischen Unternehmen zu optimieren, Nachfrage vorherzusagen und den Bestand festzulegen.</li> <li>... wenden ihr Wissen in Experimenten an, analysieren Ergebnisse, erarbeiten und diskutieren ihre Lösungsansätze im Team und vergleichen sie mit alternativen Lösungsansätzen.</li> <li>... identifizieren verhaltensorientierte Aspekte im Bereich des Supply Chain Managements.</li> <li>... nutzen die Erkenntnisse, um bestehende Modelle weiterzuentwickeln.</li> <li>... arbeiten kooperativ in Teams,</li> <li>... präsentieren und diskutieren Themen des Supply Chain Managements,</li> <li>... erkennen die Auswirkungen von Entscheidungen,</li> <li>... lernen verantwortungsvolles nachhaltiges Handeln und</li> <li>... gestalten eigenständig ihre Lern- und Arbeitsprozesse.</li> </ul>				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: Schwerpunktmodul Supply Chain Operations				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: PO				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe				

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

	<p>Master of Science International Management: Ergänzungsbereich International Management</p> <p>Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing</p> <p>Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Schwerpunktbereich Supply Chain Management</p> <p>Master of Science Wirtschaftsmathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe</p> <p>Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems</p> <p>Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development</p> <p>Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre: BWL MA Reg China</p> <p>Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik</p> <p>Master of Science Geographie: BWL Master Geographie</p> <p>Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Ulrich W. Thonemann</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Supply Chain Operations (6 LP)</b>					
<b>Kennnummer</b> 1271SCOp01	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Englisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Sommer- semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Supply Chain Operations		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Englisch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bestandsmanagement</li> <li>• Vertragsgestaltung</li> <li>• Kapazitäts- und Revenue Management</li> <li>• Supply Chain Management</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... erarbeiten Konzepte zur operativen Steuerung von Unternehmen. ... wenden mathematische Methoden an, um optimale Bestände in Unternehmen zu be- stimmen. ... übertragen diese Methoden, um Verträge zwischen Unternehmen zu optimieren. ... lernen Methoden des Revenue Management kennen und nutzen diese, um verschie- dene Themen im Supply Chain Management zu analysieren. ... wenden ihr Wissen in Case Studies an, erarbeiten und diskutieren ihre Lösungsansätze im Team und vergleichen sie mit alternativen Lösungsansätzen ... arbeiten kooperativ in Teams, ... präsentieren und diskutieren Themen des Supply Chain Managements, ... erkennen die Auswirkungen von Entscheidungen, ... lernen verantwortungsvolles nachhaltiges Handeln und ... gestalten eigenständig ihre Lern- und Arbeitsprozesse.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Portfolio				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing				

BUSINESS ADMINISTRATION: Marketing - MASTER OF SCIENCE

	<p>Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Schwerpunktbereich Supply Chain Management</p> <p>Master of Science Wirtschaftsmathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe</p> <p>Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems</p> <p>Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development</p> <p>Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre: BWL MA Reg China</p> <p>Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik</p> <p>Master of Science Geographie: BWL Master Geographie</p> <p>Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Economics</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p> <p>Master of Science International Management: Ergänzungsbereich International Management</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b> Univ.-Prof. Dr. Ulrich W. Thonemann</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p>

<b>Schwerpunktmodul Supply Network Design</b>					
<b>Kennnummer</b> 1271SNDe01	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Deutsch und Eng- lisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Supply Chain Management und Produk- tion: Network Design		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Deutsch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Standortplanung</li> <li>• Gestaltung der Infrastrukturen der Produktion</li> <li>• Design von Fließproduktionssystemen unter deterministischen Bedingungen</li> <li>• Design von Fließproduktionssystemen unter stochastischen Bedingungen</li> <li>• Design von Produktionszentren: Produktionsinseln und Flexible Fertigungssysteme</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... erlangen Kenntnisse über die in der Produktion und dem Supply Chain Management auftretenden Probleme und deren Lösungsmöglichkeiten, ... erlernen und verstehen die Beziehungen zwischen den relevanten Entscheidungsvariablen, ... verstehen und bewerten Methoden und Konzepte zur Optimierung und Simulation von Supply Chains und ... sind in der Lage, praxisnahe und zugleich theoretisch fundierte Lösungsvorschläge für konkrete Entscheidungsprobleme zu entwickeln, umzusetzen und zu bewerten. ... arbeiten kooperativ in Teams, ... präsentieren und diskutieren Themen des Supply Chain Managements, ... erkennen die Auswirkungen von Entscheidungen, ... lernen verantwortungsvolles nachhaltiges Handeln und ... gestalten eigenständig ihre Lern- und Arbeitsprozesse.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Mathematik: WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe Master of Science Business Administration - Marketing:				

	<p>Ergänzungsbereich Marketing  Master of Science Business Administration - Supply Chain Management:  Schwerpunktbereich Supply Chain Management  Master of Science Wirtschaftsmathematik:  WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe  Master of Science Information Systems:  Ergänzungsbereich Information Systems  Master of Science Business Administration - Corporate Development:  Ergänzungsbereich Corporate Development  Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre:  BWL MA Reg China  Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs:  Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik  Master of Science Geographie:  BWL Master Geographie  Master of Science Economics:  Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:  Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>  AD Dr. Johannes Antweiler  Univ.-Prof. Dr. Horst Tempelmeier</p>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b>  Angeleitetes und strukturiertes Selbststudium in Arbeitsgruppen mit aktiver Ergebnispräsentation. Eine Anmeldung in ILIAS ist erforderlich. Pflichtlektüre wird in ILIAS bekannt gegeben.</p>

<b>Schwerpunktmodul Operative Supply Chain Planning</b>					
<b>Kennnummer</b> 1271OSCP01	<b>Workload</b> 180h	<b>LP</b> 6	<b>Modul- sprache</b> Deutsch und Eng- lisch	<b>Modulbe- ginn</b> jedes 2. Semester - Winterse- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Supply Chain Management und Produk- tion: Operative Planung		<b>Kontakt- zeit</b> 60h	<b>Selbststu- dium</b> 120h	<b>LV-Sprache</b> Deutsch
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aggregierte Gesamtplanung</li> <li>• Hauptproduktionsprogrammplanung</li> <li>• Losgrößen- und Ressourceneinsatzplanung bei Werkstattproduktion</li> <li>• Losgrößen- und Ressourceneinsatzplanung bei Sortenfertigung</li> <li>• Dynamische stochastische Losgrößenplanung</li> <li>• Ressourceneinsatzplanung bei Zentrenproduktion</li> <li>• Ablaufplanung für Flow-Shop-Probleme, Job-Shop-Probleme und bei getakteter Fließ- produktion</li> <li>• Instandhaltungsplanung</li> <li>• Qualitätskontrolle</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... erlangen Kenntnisse über die in der Produktion und dem Supply Chain Management auftretenden Planungsprobleme und deren Lösungsmöglichkeiten, ... erlernen und verstehen die Beziehungen zwischen den relevanten Entscheidungsvari- ablen, ... verstehen und bewerten Methoden und Konzepte zur Optimierung und Simulation von Supply Chains und ... sind in der Lage, praxisnahe und zugleich theoretisch fundierte Lösungsvorschläge für konkrete Entscheidungsprobleme zu entwickeln, umzusetzen und zu bewerten. ... arbeiten kooperativ in Teams, ... präsentieren und diskutieren Themen des Supply Chain Managements, ... erkennen die Auswirkungen von Entscheidungen, ... lernen verantwortungsvolles nachhaltiges Handeln und ... gestalten eigenständig ihre Lern- und Arbeitsprozesse.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Vorlesung Übung				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> Empfohlen: keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung: KL (60)				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				

<p><b>8</b></p>	<p><b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>  Master of Science Mathematik:  WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe  Master of Science Business Administration - Marketing:  Ergänzungsbereich Marketing  Master of Science Business Administration - Supply Chain Management:  Schwerpunktbereich Supply Chain Management  Master of Science Wirtschaftsmathematik:  WiWi MA Mathe/Wirtschaftsmathe  Master of Science Information Systems:  Ergänzungsbereich Information Systems  Master of Science Business Administration - Corporate Development:  Ergänzungsbereich Corporate Development  Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre:  BWL MA Reg China  Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs:  Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik  Master of Science Geographie:  BWL Master Geographie  Master of Science Economics:  Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:  Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<p><b>9</b></p>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>  AD Dr. Johannes Antweiler  Univ.-Prof. Dr. Horst Tempelmeier</p>
<p><b>10</b></p>	<p><b>Sonstige Informationen</b>  Angeleitetes und strukturiertes Selbststudium in Arbeitsgruppen mit aktiver Ergebnispräsentation. Eine Anmeldung in ILIAS ist erforderlich. Pflichtlektüre wird in ILIAS bekannt gegeben.</p>

<b>Studies Abroad I (Master)</b>					
<b>Kennnummer</b> 1014SAEr01	<b>Workload</b> 360h	<b>LP</b> 12	<b>Modul- sprache</b>	<b>Modulbe- ginn</b> jedes Se- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b>		<b>Kontakt- zeit</b>	<b>Selbststu- dium</b>	<b>LV-Sprache</b>
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> je nach Kurswahl				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... beschreiben Ansätze der Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre und Sozialwissenschaften aus einer internationalen Perspektive. ... erklären internationale betriebswirtschaftliche, volkswirtschaftliche und sozialwissenschaftliche Fragen. ... diskutieren und vergleichen verschiedene Theorien und Ansätze der Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre und Sozialwissenschaften. ... entwickeln neue intellektuelle Perspektiven auf ihren eigenen Bildungshintergrund. ... erkennen die dynamischen globalen Dimensionen ihres zukünftigen Berufsleben.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> je nach Kurswahl				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> AN - je nach Kurswahl				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> je nach Kurswahl				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Sociology and Social Research: Ergänzungsbereich Sociology and Social Research Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management Master of Science Economics vor WS 18/19:				

	<p>Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Business Administration - Finance:  Ergänzungsbereich Finance  Master of Arts Politikwissenschaft:  Ergänzungsbereich Politikwissenschaft  Master of Science Economics:  Ergänzungsbereich Economics  Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:  Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b>  Sprache: kann in Englisch oder in einer beliebigen Sprache an der Gastuniversität angeboten werden. Dieses Modul kann an einer ausländischen Hochschule studiert werden. In diesem Fall gibt es ein standardisiertes Anerkennungsverfahren. Informationen über die Kursanerkennung (Fristen und Verfahren) stellt das Anrechnungszentrum zur Verfügung (WiSo Anrechnungszentrum: <a href="https://www.anrechnungwiso.uni-koeln.de/">https://www.anrechnungwiso.uni-koeln.de/</a>). Dieses Modul kann auch im Rahmen einer von der WiSo-Fakultät organisierten Summer School besucht werden. In diesem Fall muss die vorherige Prüfungsanmeldung entsprechend den Bestimmungen der WiSo-Fakultät durchgeführt werden.</p>

<b>Studies Abroad II (Master)</b>					
<b>Kennnummer</b> 1014SAEr02	<b>Workload</b> 360h	<b>LP</b> 12	<b>Modul- sprache</b>	<b>Modulbe- ginn</b> jedes Se- mester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b>		<b>Kontakt- zeit</b>	<b>Selbststu- dium</b>	<b>LV-Sprache</b>
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> je nach Kurswahl				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... beschreiben Ansätze der Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre und Sozialwissenschaften aus einer internationalen Perspektive. ... erklären internationale betriebswirtschaftliche, volkswirtschaftliche und sozialwissenschaftliche Fragen. ... diskutieren und vergleichen verschiedene Theorien und Ansätze der Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre und Sozialwissenschaften. ... entwickeln neue intellektuelle Perspektiven auf ihren eigenen Bildungshintergrund. ... sind besser ausgestattet, um effektiv die dynamischen globalen Dimensionen ihres zukünftigen Berufsleben zu bewältigen.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> je nach Kurswahl				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> keine				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> AN - je nach Kurswahl				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> je nach Kurswahl				
<b>8</b>	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Sociology and Social Research: Ergänzungsbereich Sociology and Social Research Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik Master of Science Business Administration - Media and Technology Management: Ergänzungsbereich Media and Technology Management				

	<p>Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance</p> <p>Master of Arts Politikwissenschaft: Ergänzungsbereich Politikwissenschaft</p> <p>Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation</p>
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r</b>
<b>10</b>	<p><b>Sonstige Informationen</b></p> <p>Sprache: kann in Englisch oder in einer beliebigen Sprache an der Gastuniversität angeboten werden. Dieses Modul kann an einer ausländischen Hochschule studiert werden. In diesem Fall gibt es ein standardisiertes Anerkennungsverfahren. Informationen über die Kursanerkennung (Fristen und Verfahren) stellt das Anrechnungszentrum zur Verfügung (WiSo Anrechnungszentrum: <a href="https://www.anrechnungswiso.uni-koeln.de/">https://www.anrechnungswiso.uni-koeln.de/</a>) Dieses Modul kann auch im Rahmen einer von der WiSo-Fakultät organisierten Summer School besucht werden. In diesem Fall muss die vorherige Prüfungsanmeldung entsprechend den Bestimmungen der WiSo-Fakultät durchgeführt werden.</p>

## 3.6.4 Masterarbeit

Masterarbeit im Studiengang Business Administration					
Kennnummer	Workload	LP	Modul-sprache	Modulbe-ginn	Moduldauer
1015MaBA00	900h	30	Deutsch und Eng- lisch	jedes Se- mester	1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b>		<b>Kontakt- zeit</b>	<b>Selbststu- dium</b>	<b>LV-Sprache</b>
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> Das Thema der Masterarbeit muss im Studiengang Business Administration dem Schwer- punktbereich oder der von der Prüfungskandidatin oder dem Prüfungskandidaten belegten Gruppe des Ergänzungsbereichs entnommen werden. Sofern das Thema dem Ergän- zungsbereich zugeordnet wird, muss der Prüfling in diesem Ergänzungsbereich bereits 18 LP erfolgreich abgelegt haben.				
<b>3</b>	<b>Lernziele des Moduls</b> Die Studierenden... ... kennen den aktuellen Stand der theoretischen und methodischen Diskussionen des Fa- ches und nutzen ihn durch eigenständige wissenschaftliche Arbeit. ... identifizieren wissenschaftlich tragfähige Fragen und Problemstellungen. ... bearbeiten diese Fragen eigenständig anhand der maßgeblichen Primär- und Sekun- därliteratur. ... formulieren theoretische und methodische (qualitative und/oder quantitative) Zugänge für eine wissenschaftliche Forschungsarbeit. ... erstellen einen Forschungsplan und setzen diesen selbständig um. ... organisieren und gestalten einen wissenschaftlichen Forschungsprozess. ... erheben eigenverantwortlich relevante Daten und werten diese methodisch kompetent aus. ... erörtern vertieft theoretische und methodische Problemstellungen im Austausch mit Lehrenden, anderen Studierenden und fachlich Interessierten. ... bewerten kritisch Forschungsergebnisse und entwickeln wissenschaftlich und gesell- schaftlich relevante Schlussfolgerungen aus Forschungsergebnissen.				
<b>4</b>	<b>Lehr- und Lernformen</b> Masterarbeit				
<b>5</b>	<b>Modulvoraussetzungen</b> 60 LP erfolgreich bestanden				
<b>6</b>	<b>Form der Modulabschlussprüfung</b> Schriftliche Prüfung 6 Monate				
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b> Bestehen der schriftlichen Prüfung.				

<p><b>8</b></p>	<p><b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>                  Master of Science Business Administration - Marketing:                      Masterarbeit                  Master of Science Business Administration - Supply Chain Management:                      Masterarbeit                  Master of Science Business Administration - Corporate Development:                      Masterarbeit                  Master of Science Business Administration - Media and Technology Management:                      Masterarbeit                  Master of Science Business Administration - Finance:                      Masterarbeit                  Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:                      Masterarbeit</p>
<p><b>9</b></p>	<p><b>Modulbeauftragte/r</b>                  AD Dr. Johannes Antweiler</p>
<p><b>10</b></p>	<p><b>Sonstige Informationen</b>                  Die Masterarbeit kann in deutscher oder englischer Sprache verfasst werden.</p>