



# International Business Management & Sustainability (Master)

## Master of Business Administration

## Modulhandbuch

lt. SP0 vom 31.03.2022

Gültig ab: WiSe22/23 (Fakultätsratsitzung/Umlaufverfahren 24.02.2022)



## Modulübersicht

# Masterstudium

|  |       |
|--|-------|
| Academic Writing & Empirical Research Methods  | ..... |
| Controlling & Finance Management               | ..... |
| Integrated Business Process Management         | ..... |
| Behavioral Science & Leading Yourself          | ..... |
| International Business Project                 | ..... |
| International Economic Structures & Compliance | ..... |
| Operations Management & Sustainability         | ..... |
| Behavioral Science & Leading People            | ..... |
| International Value Chain Management           | ..... |
| Strategic Management                           | ..... |
| Sustainable Business Models & Innovations      | ..... |
| Digital Transformation & Business Development  | ..... |
| Key Account Management                         | ..... |
| Leading Sustainable Organizations              | ..... |
| Master Seminar and Thesis                      | ..... |

## Studiengangsziele

Der berufsbegleitende Masterstudiengang International Business Management & Sustainability (IBS) ist ein betriebswirtschaftliches Programm für Absolventinnen und Absolventen betriebswirtschaftlicher und nicht-betriebswirtschaftlicher Bachelorstudiengänge mit Berufserfahrung (Abschluss: Master of Business Administration, MBA). Er ist angelegt für (angehende) Führungskräfte und vermittelt diesen ein umfangreiches und tiefgehendes Kompetenzportfolio, wobei die Vermittlung von Fachwissen im Bereich „Sustainability“ in allen Modulen aufgegriffen wird. Das übergeordnete Ziel des Studiengangs ist es, Führungskräfte für Unternehmen in Business-Märkten mit dem ökologischen, ökonomischen und sozialen Verständnis der Sustainability für zukünftige Organisations- und Marktanforderungen im internationalen Kontext auszubilden.

„Nachhaltigkeit, Führung und Internationalität“ spielen eine wichtige Rolle, ebenso wie aktuelle Trends im Bereich der Digitalisierung oder des Innovationsmanagements. Sie erhalten in fünf Semestern ein umfassendes Wissen und konkrete Kompetenzen in vielfältigen Bereichen. Damit werden Sie von kompetenten Dozenten mit langjähriger Praxiserfahrung auf Ihre Aufgaben im internationalen Umfeld vorbereitet. Für Ihre Persönlichkeitsentwicklung werden Sie individuell gecoacht, wozu ein zweitägiger Aufenthalt in einem der Hochschule nahegelegenen Kloster gehört. Als weitere Besonderheit des Studiengangs wird eine internationale, außereuropäische Studienreise angeboten sowie die Möglichkeit eines „Double Degree“.

Wir setzen auf eine Vereinbarkeit von Familie, Beruf und Studium. Unsere Lehrveranstaltungen finden zu arbeitnehmerfreundlichen Zeiten überwiegend am Freitagnachmittag und Samstag statt. In den Schulferien gibt es in der Regel keine Veranstaltungen. Zusätzlich setzt die Hochschule auf eine intensive Betreuung durch das Studiengangmanagement. Mit unserem Studiengangskonzept möchten wir das Studieren in kleinen Gruppen fördern (maximal 20 Studierende pro Jahrgang), wodurch Sie in einem familiären Umfeld studieren können. Das Konzept beinhaltet außerdem überwiegend anwendungsbezogene Prüfungsformen anstelle von Klausuren und auf den späteren Einsatz im Unternehmen ausgerichtete Lehrveranstaltungen.

Als Hochschule in einer dynamischen Wirtschaftsregion möchten wir Sie bei Ihrer beruflichen und persönlichen Weiterentwicklung unterstützen! Mit dem berufsbegleitenden MBA-Programm „International Business Management & Sustainability“ bereiten wir Sie auf Ihre Aufgaben in einem global agierenden Unternehmen vor. Unsere Absolventinnen und Absolventen sind in verantwortlichen Funktionen im oberen und mittleren Management tätig. Berufs- und Einsatzfelder sind u.a. Bereichs- und Abteilungsleitung, Projekt- und Teamleitung, Geschäftsführung, Geschäftsprozessmanagement sowie Unternehmensberatung.

# COURSE CONTENTS

## INTERNATIONAL BUSINESS MANAGEMENT & SUSTAINABILITY

| SEM. | MODULE OVERVIEW                                    |   |  |  | ECTS |
|------|--|---|--|--|------|
| 1    | Academic Writing & Empirical Research Methods<br>5 | Controlling & Finance Management<br>5               | Integrated Business Process Management<br>5    | Behavioral Science & Leading Yourself<br>5 | 20   |
| 2    | International Business Project<br>5                | International Economic Structures & Compliance<br>5 | Operations Management & Sustainability<br>5    | Behavioral Science & Leading People<br>5   | 20   |
| 3    | International Value Chain Management<br>5          | Strategic Management<br>5                           | Sustainable Business Models & Innovations<br>5 | 5  | 15   |
| 4    | Digital Transformation & Business Development<br>5 | Key Account Management<br>5                         | Leading Sustainable Organizations<br>5         | 5  | 15   |
| 5    | Master Seminar & Thesis<br>20                      |   |  |  | 20   |

■ Lecture subjects

■ Project

■ Thesis

## Academic Writing & Empirical Research Methods

|                         |   |
|-------------------------|---|
| Studiengang:            | International Business Management (Master)    |
| Abschlussgrad:          | Master of Business Administration (MBA)       |
| Modulnummer:            | 01  |
| Modultitel:             | Academic Writing & Empirical Research Methods |
| Modulverantwortliche/r: | Prof. Dr. oec. publ. habil. Gerhard Krönes    |
| Art des Moduls:         | Pflicht                                       |

## Inhalt des Moduls:

Das Modul hat wissenschaftliches Arbeiten generell wie empirische Forschungsmethoden speziell zum Inhalt. Im Interesse eines nachhaltigen Qualifizierungserfolgs werden die Gegenstände des Moduls nicht nur gelehrt und abgeprüft, sondern von den Studierenden unter Anleitung angewandt, um aus eigenem Tun und gemachten eigenen Fehlern wie solchen aus dem Kommilitonenkreis zu lernen. Für die Anwendung wissenschaftlicher Methoden bedarf es geeigneter Themen, zu denen Untersuchungen angestellt werden und deren Ergebnisse referiert und kurz schriftlich dargelegt werden sollen. Es werden solche Themen gewählt, deren Bearbeitung im Qualifikationsspektrum eines wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiums liegt. Themen im Bereich der Sustainability werden gerne entgegengenommen.

### Academic Writing:

In Academic Writing ist ein Mix aus Themen des Personalmanagements und des Investitionscontrollings vorgesehen. Die Nachhaltigkeitsorientierung zieht sich durch die Themen beiderlei Gebiete. Besonders augenfällig ist das bei Themen des Personalmanagements, die insbesondere die soziale Nachhaltigkeitskomponente betonen und den nachhaltigen Umgang mit motivationalen wie körperlichen Ressourcen von Mitarbeitern/innen in den Fokus rücken. Bei den Controllingthemen ist insbesondere die Erarbeitung von Grundzügen des Nachhaltigkeitscontrollings erwähnenswert. Gegenüber den Personalthemen ist der Nachhaltigkeitsgedanke im Controlling auch auf die ökonomische und ökologische Komponente gerichtet. Dies umfasst:

- Arten, Methodentypen und Kriterien wissenschaftlichen Arbeitens
- Gebiete und Methoden der Erkenntnisgewinnung
- Zeitmanagement im wissenschaftlichen Arbeiten
- Themenfindung
- Themenabgrenzung
- Recherche und Materialauswahl
- Materialauswertung
- Korrekter Umgang mit fremdem geistigem Eigentum (Plagiatsvermeidung)
- Gliederungserstellung
- Ergebnisdarstellung in einer schriftlichen Ausarbeitung
- Ergebnisdarstellung im Vortrag

### Empirical Research Methods:

In Empirical Research Methods wird anhand einer praxisrelevanten Forschungsfrage aus Business Märkten eine qualitative Studie aufgesetzt und diese eigenständig anhand der zuvor erhaltenen theoretischen Erkenntnisse durchgeführt. Diese umfassen:

- Einführung in qualitative und quantitative Forschungsmethoden mit Fokus auf die qualitative Inhaltsanalyse
- Methodische Vorgehensweise:
  - Qualitätskriterien qualitativer Forschung
  - Formulierung einer Forschungsfrage
  - Triangulation
  - Forschungsprozess der qualitativen Inhaltsanalyse
  - Leitfragebogen
  - Datenerhebung und Transkriptionsregeln

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
|                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Datenanalyse und Kategorisierung</li> <li>• Validität und Reliabilität</li> <li>• Ergebnisdarstellung</li> <li>– Entwicklung von Handlungsempfehlungen anhand der gewonnenen Erkenntnisse</li> <li>– Kritische Reflexion</li> </ul>   |
| Veranstaltungen:                   | 10023 Academic Writing & Empirical Research Methods  |
| Lehr- und Lernformen:              | Vorlesung und Seminar (VS).<br>Das Modul findet auf Deutsch statt.   |
| Voraussetzungen für die Teilnahme: | Hochschulabschluss   |
| Verwendbarkeit des Moduls:         | International Business Management & Sustainability   |
| Voraussetzungen Vergabe ECTS:      | <p>Portfolio:</p> <p>für den Teil Academic Writing, insgesamt 50%, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Vorstellen eines Gliederungsentwurfs für das Referat (ohne Bewertung), bei Fehlen Abwertung von Referat und Hausarbeit</li> <li>– Literaturarbeit und Inhalt des Referats (gehalten in Präsenz oder über BBB) 25%</li> <li>– Kurz-Hausarbeit 25 %</li> </ul> <p>für den Teil Empirical Research Methods, insgesamt 50%, davon:</p> <p>Durchführung einer qualitativen Studie im Rahmen einer Powerpoint-Dokumentation sowie Präsentation (40%) und individueller Q&amp;A Session (10%). Diese umfassen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Literaturanalyse</li> <li>• Darstellung der methodischen Vorgehensweise</li> <li>• Erstellung eines Leitfragebogens</li> <li>• Interviewführung</li> <li>• Transkription</li> <li>• Kategorisierung der Daten</li> <li>• Ergebnisdarstellung &amp; Handlungsempfehlung</li> <li>• Eingrenzung &amp; kritische Würdigung</li> </ul> |
| ECTS-Leistungspunkte:              | 5  |
| Benotung:                          | Benotet  |
| Arbeitsaufwand:                    | Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.   |
| Dauer des Moduls:                  | einsemestrig   |
| Häufigkeit des Angebots:           | Nur Wintersemester   |

|                      |   |
|----------------------|---|
| Literatur:           | <p>Wissenschaftliches Arbeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vorlesungsskript</li> <li>- Straumann, Tobias, Wie wissenschaftlich können Wirtschaftswissenschaften sein?, in: Die Unternehmung, 75. Jg, 2021, S. 167-173, DOI: 10.5771/0042-059X-2021-2-167.</li> <li>- Theisen, Manuel René, Wissenschaftliches Arbeiten, 17. Aufl., München 2017.</li> <li>- Voss, Rödiger, Wissenschaftliches Arbeiten, 5. Aufl., Konstanz, München 2017.</li> <li>- Watzka, Klaus, Anfertigung und Präsentation von Seminar-, Bachelor- und Masterarbeiten, 5. Aufl., Berlin 2018.</li> <li>- Würdenweber, Martin, Leitfaden für wissenschaftliche Arbeiten, 2. Aufl., Berlin 2019.</li> <li>- Wymann, Christian und Franz Neff, Checkliste Schreibprozess, Opladen, Toronto 2018.</li> </ul> <p>Empirical Research Methods:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vorlesungsskript</li> <li>- Spiggle, S. (1994), "Analysis and Interpretation of Qualitative Data in Consumer Research," JOURNAL OF CONSUMER RESEARCH, 21 (December), 491-503.</li> <li>- Kuckartz, U. (2014), Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung. Juventa Paperback. Weinheim, Bergstr: Beltz Juventa.</li> <li>- Yin, R. K. (2009), Case study research. Design and methods. Applied social research methods series, Vol. 5. Los Angeles, Calif.: Sage Publications.</li> <li>- Woodside, A. G. and E. J. Wilson (2003), "Case study research methods for theory building," Journal of Business &amp; Industrial Marketing, 18 (6/7), 493-508.</li> <li>- Voss, Rödiger (2020), Wissenschaftliches Arbeiten leicht verständlich, UVK Verlag München, 7. Auflage</li> </ul> |
| Anwesenheitspflicht: | ja  |
| Begründung:          | Anwesenheitspflicht nur für die eigenen Präsentationen.   |

# Kompetenzdimensionen des Moduls Academic Writing & Empirical Research Methods

## **Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens**

Absolventinnen und Absolventen verfügen über Kenntnisse von Methoden wissenschaftlichen Arbeitens und der empirischen quantitativen und qualitativen Forschungsmethoden mit Schwerpunkt auf die qualitative Inhaltsanalyse in Theorie und Anwendung.

Studierende können methodische Elemente wissenschaftlichen Arbeitens und qualitativer Datenanalyse darstellen.

## **Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Wissenschaftliche Innovation**

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, eine Forschungsfrage zu entwickeln, eine Methode zur Datenerhebung auszuwählen und haben ein Verständnis für Datenanalyse entwickelt. Diese Grundfähigkeiten erproben die Studierenden exemplarisch an der Vorbereitung, Durchführung und Interpretation eines Leitfadeninterviews. Studierende sind in der Lage, sich mittels Recherche einen Überblick über ein Themengebiet zu verschaffen. Sie können in dem vorgefundenen Material für das Thema Wesentliches auswählen und verwerten. Sie sind arbeitsorganisatorisch befähigt, korrekte Quellenangaben vorzubereiten. Sie können mittels Verwendung des ausgewählten Materials ein eigenes Themenverständnis entwickeln und zielführende Bearbeitungsideen generieren.

## **Kommunikation und Kooperation**

Absolventinnen und Absolventen verfügen über analytische Kompetenz und können sich kritisch und systematisch mit unterschiedlichen empirischen Forschungsmethoden auseinandersetzen, deren Probleme ihnen geläufig sind. Sie sind in der Lage, die Untersuchungsmethode wie die erzielten Ergebnisse in adäquater Weise darzustellen.

Die Studierenden sind in der Lage, ihre erarbeiteten Erkenntnisse zu strukturieren und in einem Vortrag, in Diskussionen und in einer schriftlicher Ausarbeitung unter zeitlicher und/oder räumlicher Begrenzung zu präsentieren.

## **Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität**

Absolventinnen und Absolventen verfügen über analytische Kompetenz und können sich kritisch und systematisch mit unterschiedlichen empirischen Forschungsmethoden auseinandersetzen, deren Probleme ihnen geläufig sind. Absolventinnen und Absolventen haben die Fähigkeit, sich ein Themengebiet zu erschließen, ein konkretes Thema zu generieren, es mit wissenschaftlichen Methoden zielführend zu bearbeiten und ihre Ergebnisse in adäquater Weise schriftlich

und mündlich zu präsentieren.

## Controlling & Finance Management

|                         |  |
|-------------------------|--|
| Studiengang:            | International Business Management (Master) |
| Abschlussgrad:          | Master of Business Administration (MBA)    |
| Modulnummer:            | 02   |
| Modultitel:             | Controlling & Finance Management           |
| Modulverantwortliche/r: | Prof. Dr. rer. pol. Peter Philippi-Beck    |
| Art des Moduls:         | Pflicht                                    |

|                           |   |
|---------------------------|---|
| <p>Inhalt des Moduls:</p> | <p>Teil 1: Finance Management</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundzüge der Bilanzierung nach HGB und IFRS</li> <li>- Zusammenhänge zwischen Bilanzierung, Controlling und Finanzierung</li> <li>- Corporate Finance</li> <li>- Finanzierung und Risiko</li> <li>- Zusammenhänge zwischen operativen Entscheidungen und Finanzierung</li> </ul> <p>Teil 2: Controlling</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Introduction to controlling: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Controlling fundamentals</li> <li>• Costs management and cost concepts</li> <li>• Financial accounting vs. management accounting</li> <li>• Manufacturing costs</li> <li>• Product costing and systems</li> <li>• Variable vs. fixed costs</li> </ul> </li> <li>- Analysis and management of variances: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Variance analysis for direct costs</li> <li>• Variance analysis for flexible overhead budgets</li> <li>• Accounting for cost variances</li> <li>• Fixed overhead volume variance</li> </ul> </li> <li>- Transfer pricing: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impact of transfer pricing on organizations</li> <li>• Creating behavioral congruence</li> <li>• Transfer pricing methods</li> </ul> </li> <li>- Internal work order – The case of Airbus: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Project management basic concepts</li> <li>• Internal trading work process</li> <li>• The role of the project controller</li> </ul> </li> <li>- Case-Study: <ul style="list-style-type: none"> <li>• The Case-Study relates to all topics of Part 2</li> </ul> </li> </ul> <p>Teil 3: Nachhaltigkeitscontrolling</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Controlling und Nachhaltigkeitscontrolling im Kontext der Sustainable Development</li> <li>- Goals der Vereinten Nationen</li> <li>- Umweltkostenrechnung (operatives Nachhaltigkeitscontrolling)</li> <li>- Sustainability Balanced Scorecard (strategisches Nachhaltigkeitscontrolling)</li> <li>- Corporate Responsibility Reporting and Sustainable Value</li> </ul> |
| <p>Veranstaltungen:</p>   | <p>10022 Controlling &amp; Finance Management</p>   |

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| Lehr- und Lernformen:              | Vorlesung und Seminar (VS).<br>Das Finance Management-Modul findet auf Deutsch statt.<br>Das Controlling-Modul findet auf Englisch statt.  |
| Voraussetzungen für die Teilnahme: | Hochschulabschluss   |
| Verwendbarkeit des Moduls:         | International Business Management & Sustainability   |
| Voraussetzungen Vergabe ECTS:      | K60:<br>Controlling: Klausur (K30)<br>Finance Management: Klausur (K30)  |
| ECTS-Leistungspunkte:              | 5  |
| Benotung:                          | Benotet  |
| Arbeitsaufwand:                    | Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.   |
| Dauer des Moduls:                  | einsemestrig   |
| Häufigkeit des Angebots:           | Nur Wintersemester   |
| Literatur:                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ruhnke K., Simons D., Rechnungslegung nach IFRS und HGB: Lehrbuch zur Theorie und Praxis der Unternehmenspublizität mit Beispielen und Übungen, 2018</li> <li>- Stefan Müller S., Saile P., Internationale Rechnungslegung (IFRS), 2018</li> <li>- Coenenberg, A.G., Haller A., Schultze W., Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse: Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundlagen - HGB, IAS/IFRS, US-GAAP, DRS, 2021</li> <li>- Zantow, Rofer et al., Finanzwirtschaft der Unternehmung, 4. Auflage 2016</li> <li>- Wöhe, Günter et al. Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 27. Auflage 2020</li> <li>- Britzelmeier, Controlling, Pearson 2017</li> <li>- Wouters, Selto, Hilton, Maher, Cost Management, Mc Graw Hill, 2012</li> <li>- Ditlev-Simonsen, Caroline (2022): A Guide to Sustainable Corporate Responsibility - From Theory to Action. Palgrave McMillan / Springer Nature, Cham, Switzerland.</li> <li>- Sailer, Ulrich (2020): Nachhaltigkeitscontrolling - Was Controller und Manager über die Steuerung der Nachhaltigkeit wissen sollten. 3. Auflage UVK Verlag München.</li> <li>- Wellbrock, Wanja; Ludin, Daniela; Krauter, Sina (2020): Nachhaltigkeitscontrolling - Instrumente und Kennzahlen für die strategische und operative Unternehmensführung. Springer Fachmedien Wiesbaden.</li> </ul> |
| Anwesenheitspflicht:               | nein   |

# Kompetenzdimensionen des Moduls Controlling & Finance Management

## **Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens**

Absolventinnen und Absolventen können die wesentlichen Informationen zu Controlling, inklusive Nachhaltigkeitscontrolling, und Finance wiedergeben. Sie können ihr Wissen aus den Bereichen Finanzierung und (Nachhaltigkeits-) Controlling mit dem Wissen zur Steuerung von Unternehmen kombinieren.

## **Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer**

Absolventinnen und Absolventen können qualitative und quantitative Urteile für unternehmerische Entscheidungen anhand von Analysen gegebener finanzwirtschaftlicher Sachverhalte fällen. Dabei gilt es, Informationen zu hinterfragen, Alternativen zu vergleichen und vor dem Hintergrund nachhaltiger Entscheidungskriterien zu bewerten. Diese Informationen sind selbständig und strukturiert zu ermitteln.

## **Kommunikation und Kooperation**

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, ihr Wissen in Diskussionen in heterogenen Teams zu strukturieren und zu ordnen sowie anzuwenden. Ziel ist es, eine abgestimmte Entscheidung zu erarbeiten.

## **Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität**

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Wissen aus angrenzenden Bereichen der Betriebswirtschaft zu integrieren. Dadurch sind sie befähigt, mögliche Zielkonflikte der Entscheidungen zu bewerten bzw. aufzulösen und erfolgsorientiert zu entscheiden.

# Integrated Business Process Management

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| Studiengang:                       | International Business Management (Master)   |
| Abschlussgrad:                     | Master of Business Administration (MBA)  |
| Modulnummer:                       | 03   |
| Modultitel:                        | Integrated Business Process Management   |
| Modulverantwortliche/r:            | Prof. Dr. rer. pol. Nils Hagen   |
| Art des Moduls:                    | Pflicht  |
| Inhalt des Moduls:                 | <p>Elementares Verständnis des Geschäftsprozessmanagements:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Integriertes Geschäftsprozessmanagements als strategisches Gestaltungsfeld im Rahmen des unternehmerischen Handelns</li> <li>- Definitiorische Grundlagen als Managementsystem sowie Reflektion im Kontext der nachhaltigen Unternehmensentwicklung und anderer Managementsysteme (QM, UM, etc)</li> <li>- Prozessvisualisierungsformen u.A. ARIS (EPK, FZD, eEPK, WKD, etc) und BPMN</li> <li>- Vertikale und horizontale Prozessstrukturierung als Mittel der Organisationsgestaltung</li> <li>- Methoden zur Prozessidentifikation sowie Validierung der erhobenen Ergebnisse sowie Verwendung von Referenzprozessmodellen zur Entwicklung und Gestaltung prozessbasierter Organisationsstrukturen</li> <li>- Prozesscontrolling sowie prozessbasierte Potenzialableitung.</li> <li>- Wertschöpfungs- und Qualitätsmanagement sowie Lean Management</li> </ul> |
| Veranstaltungen:                   | 10021 Integrated Business Process Management   |
| Lehr- und Lernformen:              | Vorlesung und Übung (VÜ).<br>Das Modul findet auf Deutsch statt.   |
| Voraussetzungen für die Teilnahme: | Hochschulabschluss   |
| Verwendbarkeit des Moduls:         | International Business Management & Sustainability   |
| Voraussetzungen Vergabe ECTS:      | Portfolio:<br>Drei Präsentationen im Rahmen der Fallstudie (gleichgewichtet)   |
| ECTS-Leistungspunkte:              | 5  |
| Benotung:                          | Benotet  |
| Arbeitsaufwand:                    | Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.   |
| Dauer des Moduls:                  | einsemestrig   |
| Häufigkeit des Angebots:           | Nur Wintersemester   |

|                      |   |
|----------------------|---|
| Literatur:           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Becker, Jörg; Günther, O.; Karl, W.; Lienhart, R.; Mathas, Christoph; Winkelmann, Axel; Zeppenfeld, K. (Hg.)(2009): Geschäftsprozessmanagement. Informatik im Fokus : SpringerLink : Bücher. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.</li> <li>- Becker, Torsten (Hg.)(2018): Prozesse in Produktion und Supply Chain optimieren. SpringerLink : Bücher. 3. Aufl. 2018. Berlin, Heidelberg: Springer Vieweg.</li> <li>- Becker, Jörg ; Kugeler, Martin; Rosemann, Michael (Hg.)(2012): Prozessmanagement : Ein Leitfaden zur prozessorientierten Organisationsgestaltung. SpringerLink. Bücher. 7., 7. korr. und erw. Aufl. 2013 Aufl. 2012. Berlin, Heidelberg: Springer Gabler.</li> <li>- Freund, Jakob; Rücker, Bernd (Hg.)(2012): Praxishandbuch BPMN 2.0. Hanser eLibrary. 3., aktualisierte Auflage. München [u.a.]: Hanser.</li> <li>- Gadatsch, Andreas (2020): Grundkurs Geschäftsprozess-Management : Analyse, Modellierung, Optimierung und Controlling von Prozessen. Springer eBook Collection. 9., aktualisierte und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer Vieweg.</li> <li>- Koch, Susanne (Hg.)(2015): Einführung in das Management von Geschäftsprozessen : Six Sigma, Kaizen und TQM. SpringerLink. 2. Aufl. 2015. Berlin, Heidelberg: Springer Vieweg (Bücher).</li> <li>- Seidlmeier, Heinrich (2019): Prozessmodellierung mit ARIS® : eine beispielorientierte Einführung für Studium und Praxis in ARIS 10. Springer eBooks. Computer Science and Engineering. 5., aktualisierte Auflage. Wiesbaden: Springer Vieweg.</li> </ul> |
| Anwesenheitspflicht: | ja  |
| Begründung:          | Aufgrund der Gruppenübungsanteile in der Fallstudie.  |

# Kompetenzdimensionen des Moduls Integrated Business Process Management

## **Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens**

Absolventinnen und Absolventen können Prozesse modellieren, textuell beschreiben und mit dem Softwarewerkzeug ARIS Express zeichnen. Absolventinnen und Absolventen können die wesentlichen Merkmale des Prozessmanagements benennen und die Vorgehensweise bei der Prozessanalyse beschreiben. Sie sind in der Lage, aus Managementsicht Potenziale für Prozessverbesserungen zu identifizieren. Sie können den Beitrag des Integrierten Prozessmanagement zur nachhaltigen Unternehmensentwicklung verstehen und gestalten.

## **Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer**

Absolventinnen und Absolventen können die Bedeutung des Geschäftsprozessmanagements wiedergeben, Prozesse eigenständig aufnehmen und visualisieren und Ansatzpunkte für eine Optimierung der Abläufe herausfinden. Sie erkennen Herausforderungen und Probleme bei internationalen Lieferketten und können Ansatzpunkte für eine Digitalisierung der Prozesse diskutieren.

## **Kommunikation und Kooperation**

Absolventinnen und Absolventen können, ohne Prozessinhaber zu sein, Abläufe verstehen, darüber diskutieren, Schwachstellen erkennen und sich gegenseitig Hilfestellung bieten.

## **Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität**

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Prozesse auch anhand ihrer betriebswirtschaftlichen Bedeutung sowie deren Auswirkung auf die Digitalisierung für das Unternehmen zu bewerten. Sie können Prozesse selbstständig entwerfen, ohne den Fokus auf die Wesentlichkeit des Prozessmanagements zu verlieren.

## Behavioral Science & Leading Yourself

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| Studiengang:                       | International Business Management (Master)   |
| Abschlussgrad:                     | Master of Business Administration (MBA)  |
| Modulnummer:                       | 04   |
| Modultitel:                        | Behavioral Science & Leading Yourself  |
| Modulverantwortliche/r:            | Prof. Dr. rer. pol. Eberhard Hohl  |
| Art des Moduls:                    | Pflicht  |
| Inhalt des Moduls:                 | <p>Behavioral Science:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Das Modul befasst sich mit z.T. psychologischen Theorien und Konzepten der Arbeitsmotivation und -zufriedenheit (z.B. Selbstbestimmungstheorie, Zürcher Modell der Arbeitszufriedenheit) sowie der psychologischen Gesundheit (Dimensionen und Entstehung von Burnout, Job-Demands-Resources-Modell).</li> <li>- Die besprochenen Inhalte werden unmittelbar auf Fallbeispiele aus der Wirtschaftspraxis angewendet.</li> </ul> <p>Leading Yourself:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rolle als „Führungskraft in global agierenden und agilen Unternehmen“</li> <li>- Persönliche Standortbestimmung, Persönlichkeitspräferenzen, Karriereanker, Werte und Verhalten</li> <li>- Werteorientierte Führung</li> <li>- Erfolgreiche Selbstführung (Elemente, Konzepte)</li> <li>- Resilienz und Umgang mit Stress</li> <li>- Führungswerkstatt: „Klärungshilfe“ / Coaching (im Team) zu konkreten Situationen aus dem Berufsalltag</li> <li>- Erkenntnisse, Lerntransfer und Aktionsplanung</li> </ul> <p>Das Modul beinhaltet die verpflichtende Teilnahme an den zwei Gastvorträgen der Innovation Lounge.</p> |
| Veranstaltungen:                   | 10027 Behavioral Science & Leading Yourself  |
| Lehr- und Lernformen:              | Vorlesung und Seminar (VS).<br>Das Modul findet auf Deutsch statt.   |
| Voraussetzungen für die Teilnahme: | Hochschulabschluss   |
| Verwendbarkeit des Moduls:         | International Business Management & Sustainability   |
| Voraussetzungen Vergabe ECTS:      | Portfolio:<br>Referat / Mündliche Prüfung / Klausur  |
| ECTS-Leistungspunkte:              | 5  |
| Benotung:                          | Benotet  |
| Arbeitsaufwand:                    | Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.   |
| Dauer des Moduls:                  | einsemestrig   |

|                          |  |
|--------------------------|--|
| Häufigkeit des Angebots: | Nur Wintersemester   |
| Literatur:               | <p>Behavioral Science:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Brandstätter, V., Schüler, J., Puca, R.M. &amp; Lozo, L. (2018). Motivation und Emotion. 2. Auflage. Berlin: Springer. Kauffeld, S. (2019). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor. Berlin: Springer.</li> <li>- Laloux, F. (2015). Reinventing Organizations: Ein Leitfaden zur Gestaltung sinnstiftender Formen der Zusammenarbeit. München: Vahlen.</li> <li>- Nerdinger, F.W. et al. (2019). Arbeits- und Organisationspsychologie (4. Auflage). Berlin: Springer.</li> <li>- Rose, N. (2019). Arbeit besser machen: Positive Psychologie für Personalarbeit und Führung. Freiburg: Haufe.</li> <li>- Außerdem werden Artikel aus einschlägigen wissenschaftlichen Zeitschriften besprochen (z.B. Zeitschrift für Arbeits- &amp; Organisationspsychologie, Academy of Management Journal, European Journal of Work and Organizational Psychology).</li> </ul> <p>Leading Yourself:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Furtner, M. et al.: Self-Leadership und Führung: Theorien, Modelle und praktische Umsetzung, Wiesbaden 2016 (Springer Gabler Verlag)</li> <li>- Grün, A. et al.: Im Wandel wachsen: Wie wir freier, authentischer, gelassener und hoffnungsvoller werden können, Freiburg im Breisgau 2022 (Verlag Herder)</li> <li>- Fischer-Epe, M. et al.: Coaching zu Führungsthemen: Modelle und Anregungen für die Praxis, Hamburg 2017 (Rowohlt Taschenbuch Verlag)</li> <li>- Berndt, C.: Resilienz: Das Geheimnis der psychischen Widerstandskraft, Was uns stark macht gegen Stress, Depressionen und Burn-out, München 2015 (dtv Verlagsgesellschaft Verlag)</li> <li>- Gilan, D. et al.: Resilienz - die Kunst der Widerstandskraft: Was die Wissenschaft dazu sagt, Freiburg im Breisgau 2021 (Verlag Herder)</li> </ul> |
| Anwesenheitspflicht:     | nein   |

# Kompetenzdimensionen des Moduls Behavioral Science & Leading Yourself

## **Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens**

Absolventinnen und Absolventen können die Methoden und Konzepte der wertorientierten Führung sowie erfolgreichen Selbstführung beschreiben und die adäquaten Handlungsoptionen benennen. Sie kennen und verstehen die psychologischen Grundlagen zur Arbeitsmotivation- und zufriedenheit.

## **Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer**

Absolventinnen und Absolventen können das vermittelte Wissen über Strategien, Konzepte und Tools zu erfolgreicher Selbstführung, Stressbewältigung und Resilienzförderung anwenden. Sie lernen, wie sie sich sicher und zielorientiert innerhalb einer modernen, agilen und nachhaltigen Organisation positionieren sollten, um nachhaltig für sich und die Organisation erfolgreich zu sein.

## **Kommunikation und Kooperation**

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, konkrete eigne Projekte aus dem Berufs- bzw. Führungsalltag zu beschreiben, im Team zu präsentieren und Feedback entgegenzunehmen. Ferner sind sie in der Lage, in der Rolle als Team Coaches professionell Kommunikationstools anzuwenden.

## **Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität**

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Wissen aus den Teilgebieten der Selbstführung und Persönlichkeitsentwicklung zusammenzuführen, Kriterien zur Beurteilung von Handlungsoptionen aufzustellen, Alternativen zu gewichten, zu bewerten und auszuwählen. Sie erreichen ein Selbstverständnis in psychologischen Grundlagen des Behavioral Science und können somit wirkungsvoll ihre persönliche Weiterentwicklung lenken oder im besten Fall beeinflussen.

## International Business Project

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| Studiengang:                       | International Business Management (Master)  |
| Abschlussgrad:                     | Master of Business Administration (MBA)   |
| Modulnummer:                       | 05  |
| Modultitel:                        | International Business Project  |
| Modulverantwortliche/r:            | Prof. Dr. rer. pol. Barbara Niersbach   |
| Art des Moduls:                    | Wahlpflicht   |
| Inhalt des Moduls:                 | <p>Für den Praxistransfer in das eigene Wirkungsfeld nimmt das International Business Project eine herausragende Stellung ein. Es übernimmt eine wichtige Brückenfunktion zwischen Theorie- und Praxisorientierung des Studiengangs. Das International Business Project zielt auf die Anwendung der im Studium vermittelten Theoriekonzepte zur Lösung praktischer Probleme. Dies geschieht in einem internationalen Ambiente, so dass kulturelle Besonderheiten im Projekt erarbeitet werden. Das Modul besteht aus einer internationalen Studienwoche, der mit einer Vorbereitungs- und Nachbereitungsveranstaltung ein Rahmen gesetzt wird. Die Studierenden erhalten einen Einblick in das Handeln global operierender Unternehmungen sowie in die Kultur des jeweiligen Ziellandes.</p> <p>Hauptinhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vorbereitung der internationalen Studienwoche und des theoretischen Rahmenkonzepts für eine Projektgruppenarbeit (Standort RWU)</li> <li>- Besuch der Partner-Hochschule im Zielland</li> <li>- Lehrveranstaltung an der Partnerhochschule im Zielland mit Übergabe des Projektauftrags an die Studierenden</li> <li>- Besuch von Unternehmen im Zielland sowie Austausch mit Unternehmensvertreterinnen und -vertretern (Theorie-Praxis-Transfer)</li> <li>- Einsicht in kulturelle Gegebenheiten und Vermittlung von interkulturellen Kompetenzen zum jeweiligen Zielland</li> <li>- Einsicht in das Thema Sustainability im Zielland</li> <li>- Ergebnispräsentation der Grundstruktur der Projektaufgabe (Standort Zielland der Partnerhochschule)</li> <li>- Nachbesprechung der internationalen Studienwoche, finale Ergebnispräsentation sowie persönlicher Erfahrungsaustausch und „lessons learned“ (Standort RWU)</li> </ul> <p>Für Studierende, die nicht an der Auslandsreise im International Business Project teilnehmen können, gibt es alternativ die Möglichkeit, eine schriftliche Projektarbeit mit internationalem und/oder interkulturellen Hintergrund in Absprache mit der Modulverantwortlichen durchzuführen.</p> |
| Veranstaltungen:                   | Vor- und Nachbesprechung an der RWU sowie Teilnahme an den Veranstaltungen im Zielland. Das Zielland wird von der Modulverantwortlichen festgelegt.   |
| Lehr- und Lernformen:              | Projektorientierte Lehrform (PL) im interkulturellen Kontext. Aufgrund der Kooperation mit den ausländischen Partnern und der stark internationalen Ausrichtung des Moduls findet das International Business Project auf Englisch statt.  |
| Voraussetzungen für die Teilnahme: | Hochschulabschluss  |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| Verwendbarkeit des Moduls:    | International Business Management & Sustainability,<br>Interkulturelle Kompetenz                                      |
| Voraussetzungen Vergabe ECTS: | Portfolio   |
| ECTS-Leistungspunkte:         | 5   |
| Benotung:                     | Benotet   |
| Arbeitsaufwand:               | Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.  |
| Dauer des Moduls:             | einsemestrig  |
| Häufigkeit des Angebots:      | Nur Sommersemester  |
| Literatur:                    | Meyer, E. (2016), The Culture Map, Decoding how people think, lead and get things done across cultures, PublicAffairs |
| Anwesenheitspflicht:          | nein  |

# Kompetenzdimensionen des Moduls International Business Project

## **Wissen und Verstehen: Wissensverständnis**

Die Studierenden besitzen ein integriertes Wissen über praxisorientierte Projektgruppenarbeiten mit Bezug auf theoretisches Rahmenwissen. Methoden der Projektgruppenarbeit werden kennengelernt. Interkulturelle Kompetenzen werden im Hinblick auf kulturelle Unterschiede und Verhaltenscodes kennengelernt. Business Codes im Zielland können von den Studierenden benannt werden. Sie erhalten Einblicke in das Thema Sustainability im jeweiligen Zielland. Zudem lernen die Studierenden in diesem Modul die Herausforderungen auf internationalen Märkten (im Zielland) kennen. Die Studierenden können die Projektarbeit im internationalen Kontext definieren, bearbeiten und erläutern. Die Studierenden schaffen einen Transfer von theoretischem Fachwissen in eine internationale Projektarbeit. Sie können die Grundregeln über den Aufbau und Ablauf von Projekten beschreiben und Projektstrukturpläne sowie die daraus abgeleiteten Projektpläne erstellen.

## **Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Wissenschaftliche Innovation**

Die Studierenden sammeln, bewerten und interpretieren die Informationen aus der internationalen Studienwoche und bekommen so ein umfassendes Fundament mit einer Mischung aus Lecture-Company-Culture, auf dessen Basis sie eigene Ideen zur Lösung der Herausforderungen im internationalen Business-Alltag entwickeln können. Die theoretischen Rahmenbedingungen, auf die die Projektarbeit der internationalen Studienwoche aufbaut, basieren auf umfangreicher wissenschaftliche Literatur.

## **Kommunikation und Kooperation**

Die Studierenden lernen Herausforderungen kennen, die sich ihnen in internationalen Geschäftsbeziehungen stellen können. Zudem müssen sie mögliche Konflikte in der Zusammenarbeit mit anderen lösen und sich situationsübergreifend strukturieren, immer den internationalen Besonderheiten angepasst. Sie gewährleisten durch konstruktives, konzeptionelles Handeln die Durchführung von situationsadäquaten Lösungsprozessen.

## **Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität**

Das fachkundige Wissen, das im Rahmen der internationalen Studienwoche erarbeitet wird, ermöglicht eine individuelle Weiterentwicklung in vielerlei Hinsicht: auf individueller Ebene, auf kultureller Ebene und auf Unternehmensebene, welches die Studierenden für die Ausübung ihrer beruflichen Rolle reflektieren. Bezugnehmend auf das Führungsverständnis lernen die Studierende jeweilige Gegebenheiten und Besonderheiten der Führungskultur des jeweiligen Ziellandes kennen

und erhalten Einblicke, wie und ob nachhaltige Führung im jeweiligen Kulturkreis gelebt wird.

## International Economic Structures & Compliance

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| Studiengang:                       | International Business Management (Master)  |
| Abschlussgrad:                     | Master of Business Administration (MBA)   |
| Modulnummer:                       | 06  |
| Modultitel:                        | International Economic Structures & Compliance  |
| Modulverantwortliche/r:            | Prof. Dr. rer. pol. Peter Philippi-Beck   |
| Art des Moduls:                    | Pflicht   |
| Inhalt des Moduls:                 | <p>International Economic Structures:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Strukturen internationalen Handels und volkswirtschaftliche Modelle zum Verständnis der Internationalisierung</li> <li>- Handelspolitische Maßnahmen und ihre Wirkung</li> <li>- Währungssysteme</li> <li>- Systematisierung der Problembereiche des Internationalen Managements</li> <li>- Analyse von Internationalisierungsrisiken und ihre Einordnung in politische Systeme</li> <li>- Umgang mit Risiken im internationalen Geschäft</li> <li>- Untersuchung der Attraktivität von Ländern als Beschaffungs- und Absatzmärkte</li> <li>- Strategien zur Internationalisierung</li> </ul> <p>Compliance:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinn und Zweck von Compliance</li> <li>- Compliance-Risiken in der Arbeitswirklichkeit für Unternehmen und Mitarbeiter/innen.</li> <li>- Relevante Straftat- und Bußgeldtatbestände</li> <li>- Aufbau und Inhalt eines Compliance-Management-Systems</li> <li>- Schaffung erforderlicher interner Strukturen</li> <li>- Auswahl und Organisation geeigneter externer Berater/innen.</li> </ul> |
| Veranstaltungen:                   | 10024 International Economic Structures & Compliance  |
| Lehr- und Lernformen:              | Vorlesung und Seminar (VS).<br>Das Modul findet auf Deutsch statt.  |
| Voraussetzungen für die Teilnahme: | Hochschulabschluss  |
| Verwendbarkeit des Moduls:         | International Business Management & Sustainability  |
| Voraussetzungen Vergabe ECTS:      | Portfolio:<br>International Economic Structures: Hausarbeit und Referat<br>Compliance: Präsentation oder Hausarbeit   |
| ECTS-Leistungspunkte:              | 5   |
| Benotung:                          | Benotet   |
| Arbeitsaufwand:                    | Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.  |

|                          |   |
|--------------------------|---|
| Dauer des Moduls:        | einsemestrig  |
| Häufigkeit des Angebots: | Nur Sommersemester  |
| Literatur:               | <ul style="list-style-type: none"><li>- Cavusgil et al, International Business, Pearson 2017</li><li>- Krugman et al, Internationale Wirtschaft. Pearson 2015</li><li>- Welge / Holtbrügge, Internationales Management, Schaeffer Poeschel 2015</li></ul> |
| Anwesenheitspflicht:     | nein  |

# Kompetenzdimensionen des Moduls International Economic Structures & Compliance

## **Wissen und Verstehen: Wissensverständnis**

Absolventinnen und Absolventen können die Basisstrukturen internationaler Wirtschaft beschreiben und sind in der Lage, die Grundlagen der Internationalen Wirtschaftsstrukturen darzustellen. Sie können ihr erlerntes Wissen zum Management eines Unternehmens mit den Problemstellungen der Internationalisierung kombinieren. Sie sind darüber hinaus in der Lage, Themen der Compliance als nationale und internationale Problemstellungen einzuordnen.

## **Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer**

Absolventinnen und Absolventen können qualitative und quantitative Urteile für unternehmerische Entscheidungen anhand von Analysen gegebener marktlicher Sachverhalte fällen und die Konsequenzen im Hinblick auf Übereinstimmung mit Complianceregeln abzuschätzen. Dabei gilt es, Informationen zu hinterfragen, Alternativen zu vergleichen und zu bewerten. Diese Informationen sind selbständig und strukturiert zu ermitteln.

## **Kommunikation und Kooperation**

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die Ergebnisse zu präsentieren und ihre entwickelten Konzepte zu verteidigen.

## **Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität**

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Wissen aus angrenzenden Bereichen der Volks- und Betriebswirtschaft zu integrieren und mit der Komplexität der Internationalisierung sowie der Regelungen in Gesetz und Satzung umzugehen. Dadurch sind sie befähigt, mögliche Zielkonflikte der Entscheidungen zu bewerten bzw. aufzulösen und erfolgsorientiert zu entscheiden.

# Operations Management & Sustainability

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| Studiengang:                       | International Business Management (Master)   |
| Abschlussgrad:                     | Master of Business Administration (MBA)  |
| Modulnummer:                       | 07   |
| Modultitel:                        | Operations Management & Sustainability   |
| Modulverantwortliche/r:            | Prof. Dr.-Ing. Heiner Smets  |
| Art des Moduls:                    | Pflicht  |
| Inhalt des Moduls:                 | <p>Elementares Verständnis des Operations Management</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Operations Strategy</li> <li>- Produkt- &amp; Service Design</li> <li>- Prozessdesign und Wertschöpfungsstrukturen (inkl. Make or Buy, Lagerhaltungssysteme und Bestandsmanagement, -simulation)</li> <li>- Standortplanung</li> <li>- Demand Planning</li> <li>- Revenue Management</li> </ul> <p>Im klassischen Operations Management liegt der Schwerpunkt auf der mathematischen Modellierung (sehr) komplexer Zusammenhänge der unternehmerischen Praxis. Diese abstrakten Modelle werden im Rahmen einer Gruppenarbeit genutzt, um die verschiedensten Aspekte aus Entrepreneurship, Nachhaltigkeit, Recht usw. an einem konkreten Fallbeispiel (trotz der unvermeidbaren Unsicherheiten) zu quantifizieren und berechenbar zu machen.</p> |
| Veranstaltungen:                   | 10034 Operations Management & Sustainability   |
| Lehr- und Lernformen:              | <p>Projektorientierte Lehrform:</p> <p>1. Teil: 1-2 Studierende gestalten jeweils eine vorgegebene Lerneinheit (1,5 Stunde einschl. 0,5 Stunde Übung/Diskussion). Die vorgestellten mathematischen Ansätze werden jeweils mit einem selbsterstellten Excel-Tool zwecks Veranschaulichung und praktischer Umsetzung unterstützt. Beispiele aus der Umsetzung in der betrieblichen Praxis sollen das Verständnis erleichtern.</p> <p>2. Teil: Gemeinsame Semester - Projektarbeit zur praktischen Umsetzung des OM in der Praxis; die Aufgabenstellung aus dem unternehmerischen Umfeld wird eigenständig erarbeitet und ausgearbeitet.</p> <p>Das Modul findet auf Deutsch statt.</p>   |
| Voraussetzungen für die Teilnahme: | Hochschulabschluss   |
| Verwendbarkeit des Moduls:         | International Business Management & Sustainability   |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| Voraussetzungen Vergabe ECTS: | Portfolio:<br>35 % Präsentation des eigenen Themas, 15 % Umsetzung Excel-Tool, 50 % Gruppenarbeit<br><br>Details gibt es am Semesteranfang in der Vorlesung und vorlesungsbegleitendem E-Learning-Kurs.  |
| ECTS-Leistungspunkte:         | 5  |
| Benotung:                     | Benotet  |
| Arbeitsaufwand:               | Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.   |
| Dauer des Moduls:             | einsemestrig   |
| Häufigkeit des Angebots:      | Nur Sommersemester   |
| Literatur:                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Operations Management, Konzepte, Methoden und Anwendungen, 3. Auflage, 2015, Ulrich Thonemann, Pearson Verlag, ISBN 978-3-86894-221-7 (Buch) oder ISBN 978-3-86326-747-6 (E-Book)</li> <li>- Operations Management, Auftragserfüllung bei Sach- und Dienstleistungen, 4. Auflage, 2019, Thomas Grabner, Springer Gabler, ISBN 978-3-658-23130-9 (Buch) oder 978-3-658-23131-6 (E-Book), im Hochschulbestand der e-books</li> <li>- Interorganizational Operations Management, Von der Strategie bis zur finanziellen Steuerung der Performance in Supply Chains, Micael EBig und Wolfgang Stölzle, 2014, Springer Gabler, ISBN 978-3-658-03814-4 (Buch) oder ISBN 978-3-658-03815-1 (E-Book), im Hochschulbestand der e-books</li> <li>- Integrales Logistikmanagement, Operations und Supply Chain Management innerhalb des Unternehmens und unternehmensübergreifend, 7. Auflage, 2016, Springer Vieweg, Paul Schönsleben, ISBN 978-3-662-48333-6 (Buch) oder ISBN 978-3-662-48334-3 (E-Book), im Hochschulbestand der e-books</li> </ul> |
| Anwesenheitspflicht:          | nein   |

# Kompetenzdimensionen des Moduls Operations Management & Sustainability

## **Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens**

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, wichtige Aufgaben des Operations Managements benennen, einordnen und auf betriebliche Fragestellungen übertragen.

## **Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer**

Absolventinnen und Absolventen können die Zusammenhänge und Schnittstellen des Operations Managements sowie die entsprechenden Prozesse und Planungsprobleme erläutern. Sie können Unternehmensprozesse erfassen, analysieren und optimieren. Sie führen softwaregestützt kleine Projekte durch.

## **Kommunikation und Kooperation**

Absolventinnen und Absolventen diskutieren Abläufe des Operations Managements und reflektieren mögliche Herausforderungen kommunikativ in Gruppen.

## **Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität**

Absolventinnen und Absolventen können die hohe Komplexität von Prozessen, Abläufen und Ressourcen in modernen Unternehmen selbständig durchdringen, analysieren und optimieren. Sie können die Auswirkung ihrer Arbeit auf die Wirtschaftlichkeit der Unternehmen, die Belegschaft sowie die jeweilige Gesellschaft entsprechend reflektieren. Absolventinnen und Absolventen verfügen über das Fachwissen und konzeptionelle Fähigkeiten Unternehmensprozesse zu hinterfragen, neu zu entwerfen und hierbei auch Ihre Arbeit zu hinterfragen.

## Behavioral Science & Leading People

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| Studiengang:                       | International Business Management (Master)   |
| Abschlussgrad:                     | Master of Business Administration (MBA)  |
| Modulnummer:                       | 08   |
| Modultitel:                        | Behavioral Science & Leading People  |
| Modulverantwortliche/r:            | Prof. Dr. phil. Götz Walter  |
| Art des Moduls:                    | Pflicht  |
| Inhalt des Moduls:                 | <p>Behavioral Science:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Das Modul befasst sich mit empirisch fundierten, z. T. psychologischen Theorien und Konzepten der Teamarbeit (z.B. IMO-Modelle) und -führung (z.B. transaktionale und transformationale Führung, Shared Leadership).</li> <li>- Die besprochenen Inhalte werden unmittelbar auf Fallbeispiele aus der aktuellen Wirtschaftspraxis angewendet, was auch das Thema Digitalisierung umfasst.</li> <li>- Zusätzlich wird diskutiert, inwieweit die behandelten Theorien und Konzepte einen Beitrag für einen nachhaltigen Unternehmenserfolg in den drei Dimensionen Soziales, Ökologie und Ökonomie leisten können.</li> </ul> <p>Leading People:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Führung: Erfolgsbeitrag, Führungsverständnis und Legitimation</li> <li>- Landkarte der Führung (Strategie, Struktur, Unternehmenskultur)</li> <li>- Führungsrollen und Führungskompetenzen</li> <li>- Rollen- und Kompetenzmodell der Führung</li> <li>- Kommunikations- und Konfliktmanagement</li> <li>- Teammanagement mit Focus internationale Teams/ Teamentwicklung</li> <li>- Führungstheorien und -modelle</li> <li>- Führungsinstrumente in der Praxis (u. a. Agile Werkzeuge/ Scrum)</li> <li>- Führungskraft als Personalentwickler &amp; Coach</li> <li>- Talentmanagement und Management Development</li> </ul> |
| Veranstaltungen:                   | 10026 Behavioral Science & Leading People  |
| Lehr- und Lernformen:              | Vorlesung und Seminar (VS).<br>Das Modul findet auf Deutsch statt.   |
| Voraussetzungen für die Teilnahme: | Hochschulabschluss   |
| Verwendbarkeit des Moduls:         | International Business Management & Sustainability   |
| Voraussetzungen Vergabe ECTS:      | Portfolio:<br>- Behavioral Science (50%): Hausarbeit<br>- Leading People (50%): Hausarbeit/ Referat/ Klausur   |
| ECTS-Leistungspunkte:              | 5  |

|                          |  |
|--------------------------|--|
| Benotung:                | Benotet  |
| Arbeitsaufwand:          | Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.   |
| Dauer des Moduls:        | einsemestrig   |
| Häufigkeit des Angebots: | Nur Sommersemester   |
| Literatur:               | <p>Behavioral Science:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Brandstätter, V., Schüler, J., Puca, R.M. &amp; Lozo, L. (2018). Motivation und Emotion. 2. Auflage. Berlin: Springer.</li> <li>- Kauffeld, S. (2019). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor. Berlin: Springer.</li> <li>- Laloux, F. (2015). Reinventing Organizations: Ein Leitfaden zur Gestaltung sinnstiftender Formen der Zusammenarbeit. München: Vahlen.</li> <li>- Nerdinger, F.W. et al. (2019). Arbeits- und Organisationspsychologie (4. Auflage). Berlin: Springer.</li> <li>- Rose, N. (2019). Arbeit besser machen: Positive Psychologie für Personalarbeit und Führung. Freiburg: Haufe.</li> <li>- Außerdem werden Artikel aus einschlägigen wissenschaftlichen Zeitschriften besprochen (z.B. Zeitschrift für Arbeits- &amp; Organisationspsychologie, Academy of Management Journal, European Journal of Work and Organizational Psychology).</li> </ul> <p>Leading People:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Malik, F.: Führen, Leisten, Leben, Frankfurt/Main 2013 (Campus Verlag)</li> <li>- Lieber, B.: Personalführung: ... leicht verständlich, Stuttgart 2017 (UTB Verlag)</li> <li>- Yukl, G.: Leadership in Organizations, New York 2013 (Pearson)</li> <li>- Brandes, U. et al.: Management Y: Agile, Scrum, Design Thinking &amp; Co.: So gelingt der Wandel zur attraktiven und zukunftsfähigen Organisation, Frankfurt 2014 (Campus Verlag)</li> <li>- Weibler, J. et al.: Personalführung, München 2016 (Vahlen Verlag)</li> <li>- Weisbach, C. et al.: Professionelle Gesprächsführung: Ein praxisnahes Lese- und Übungsbuch, München 2015 (beck im dtv)</li> <li>- Schweickhardt, A.: Teamkultur entwickeln: Das Tool- und Mindset für Führungskräfte, damit Teamarbeit Spaß macht und produktiv ist, Bonn 2018 (managerSeminare Verlag)</li> <li>- Glasl, F.: Konfliktmanagement, Bern 2020 (Haupt Verlag)</li> </ul> |
| Anwesenheitspflicht:     | nein   |

# Kompetenzdimensionen des Moduls Behavioral Science & Leading People

## **Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens**

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, wichtige Konzepte des Kommunikations – und Teammanagements wiederzugeben und deren Bedeutung für einen nachhaltigen Unternehmenserfolg zu beschreiben. Dabei verstehen sie die dazu notwendigen, psychologischen Grundlagen.

Absolventinnen und Absolventen können die Konzepte und Methoden der Personalführung beschreiben und die Handlungsoptionen benennen.

## **Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer**

Absolventinnen und Absolventen können Stärken und Schwächen von Theorien und Konzepten der Teamarbeit und -führung hinsichtlich der praktischen Anwendung identifizieren und bewerten. Hierdurch wird die Umsetzung des Gelernten in die Führungspraxis vereinfacht.

Absolventinnen und Absolventen können das vermittelte Wissen über Strategien, Konzepte und Tools zu Führung Kommunikation und Team situationsgerecht anwenden.

## **Kommunikation und Kooperation**

Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Vor- und Nachteile der behandelten Theorien und Konzepte bezüglich eines nachhaltigen Unternehmenserfolgs professionell mit unterschiedlichen Akteuren im Geschäftskontext zu diskutieren und in ihre Arbeitspraxis mit heterogenen Teams einfließen zu lassen.

Absolventinnen und Absolventen können die Motive ihrer Gesprächspartner/innen erkennen und in ihrem Handeln (auch im Konfliktsituationen) wirksam berücksichtigen. Sie sind in der Lage, ihre Standpunkte zu erläutern und situationsgerecht in Team/Projekt Meetings sowie bei Problemlösungs- und Entscheidungssituationen souverän vertreten.

## **Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität**

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die gelernten Inhalte mit ihrem übrigen Wissen zusammenzuführen. In diesem Modul wird vor allem der Transfer von

psychologischem Grundwissen zu wirtschaftswissenschaftlichen Fragestellungen gezogen. Somit werden Absolventinnen und Absolventen dabei unterstützt, ein Führungsverständnis zu entwickeln, das aktuellen sozialen, ökonomischen und ökologischen Herausforderungen im Wirtschaftskontext angemessen ist.

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Wissen aus den verschiedenen Teilgebieten der Personalführung und relevanten Nachbardisziplinen zu integrieren, Kriterien zur Beurteilung von Handlungsoptionen aufzustellen, Alternativen zu gewichten, zu bewerten und auszuwählen.

# International Value Chain Management

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| Studiengang:                       | International Business Management (Master)  |
| Abschlussgrad:                     | Master of Business Administration (MBA)   |
| Modulnummer:                       | 09  |
| Modultitel:                        | International Value Chain Management  |
| Modulverantwortliche/r:            | Prof. Dr. rer. pol. Nils Hagen  |
| Art des Moduls:                    | Pflicht   |
| Inhalt des Moduls:                 | <p>Unternehmensübergreifende Optimierung von international agierenden Wertschöpfungsprozessen sowie Aufbau von Prozesskompetenz zum Thema Value Chain - und Supply Chain Management unter Anwendung der Simulation.</p> <p>Supplier Relationship Management im globalen Kontext, insbesondere</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Einordnung und Positionierung von Einkauf und Beschaffung im globalen Unternehmensumfeld</li> <li>- Ausprägung und Bewertung unterschiedlicher Strategien in Einkauf und Beschaffung</li> <li>- Instrumente des strategischen Einkaufs, insbesondere des Lieferantenmanagements und der Lieferantenbewertung</li> <li>- Organisation des Einkaufs und der Beschaffungslogistik in der Unternehmensstruktur</li> </ul> <p>Distributionssysteme und -netze</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestaltungsanforderungen an international agierende Distributionssysteme</li> <li>- Design der Warenflussnetzwerke</li> </ul> <p>Durchführung der Simulation einer internationalen Value Chain, dieses beinhaltet</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyse und Optimierung der Value Chain Strukturen</li> <li>- Konzeptionierung der systematischen Integration von Kunden und Lieferanten</li> <li>- Benchmarking von Logistiksystemen und -prozessen</li> <li>- Wirkzusammenhang logistischer Maßnahmen auf den Unternehmenserfolg, z.B. in Form des Geschäftswertbeitrag, Bilanzwerten, Cash-Flow</li> </ul> |
| Veranstaltungen:                   | 10032 International Value Chain Management  |
| Lehr- und Lernformen:              | Vorlesung und Übung (VÜ).<br>Das Modul findet auf Englisch statt.   |
| Voraussetzungen für die Teilnahme: | Hochschulabschluss  |
| Verwendbarkeit des Moduls:         | International Business Management & Sustainability  |
| Voraussetzungen Vergabe ECTS:      | Portfolio:<br>1. Zwischen- und Abschlusspräsentation (je 25%)<br>2. bis zu 4 Kurzpräsentationen im Verlauf der Simulation   |
| ECTS-Leistungspunkte:              | 5   |

|                          |   |
|--------------------------|---|
| Benotung:                | Benotet   |
| Arbeitsaufwand:          | Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen. 4SWS Präsenz   |
| Dauer des Moduls:        | einsemestrig  |
| Häufigkeit des Angebots: | Nur Wintersemester  |
| Literatur:               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Christopher, M.: Logistics and Supply Chain Management, Pearson, Harlow</li> <li>- Arndt, Holger (Hg.)(2008): Supply Chain Management : Optimierung logistischer Prozesse. SpringerLink. 4., aktualisierte und überarbeitete Auflage. Wiesbaden: Gabler (Bücher).</li> <li>- Becker, Torsten (Hg.)(2018): Prozesse in Produktion und Supply Chain optimieren. SpringerLink : Bücher. 3. Aufl. 2018. Berlin, Heidelberg: Springer Vieweg.</li> <li>- Liebetruh, Thomas, 1975- (2020): Prozessmanagement in Einkauf und Logistik : Instrumente und Methoden für das Supply Chain Process Management. Springer eBook Collection. 2., aktualisierte und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler.</li> <li>- Stollenwerk, Andreas (Hg.)(2016): Wertschöpfungsmanagement im Einkauf : Analysen - Strategien - Methoden - Kennzahlen. SpringerLink. 2., aktualisierte u. überarb. Aufl. 2016. Wiesbaden: Springer Gabler (Bücher).</li> <li>- Werner, Hartmut (Hg.)(2017): Supply Chain Management : Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling. SpringerLink. 6. Aufl. 2017. Wiesbaden: Springer Gabler (Bücher).</li> </ul> |
| Anwesenheitspflicht:     | ja  |
| Begründung:              | Aufgrund der Gruppenübungsanteile in der Simulationsdurchführung.   |

# Kompetenzdimensionen des Moduls International Value Chain Management

## **Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens**

Die Teilnehmenden können Inhalte, systemische Aspekte und Strukturen im Value Chain (VCM) Management zusammenhängend darstellen und Bezüge zu nachhaltiger Unternehmensführung herausarbeiten. Sie können selbstständig Inhalte im Kontext des SCM systemisch evaluieren und bewerten. Verständnis der unternehmensübergreifenden Optimierung von Wertschöpfungsprozessen sowie Aufbau von Prozesskompetenz zum Thema Supply Chain und Operations Management wird erworben.

## **Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer**

Die Teilnehmenden können systemische Aspekte und Strukturen im Value Chain Management zusammenhängend bewerten mit Hilfe von geeigneten methodischen Ansätzen, insbesondere aber auch der Simulation praxisrelevante Fragestellungen strukturiert analysieren, bewerten und optimieren.

## **Kommunikation und Kooperation**

Absolventinnen und Absolventen können mit anderen Fachvertreterinnen und Fachvertretern sowie Fachfremden kommunizieren und kooperieren, um eine Aufgabenstellung verantwortungsvoll zu lösen.

## **Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität**

Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Wissen aus verwandten Bereichen des Wertschöpfungsmanagements und des Beziehungsmanagements zu integrieren und in realen Alltagssituationen anzuwenden.

# Strategic Management

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| Studiengang:                       | International Business Management (Master)  |
| Abschlussgrad:                     | Master of Business Administration (MBA)   |
| Modulnummer:                       | 10  |
| Modultitel:                        | Strategic Management  |
| Modulverantwortliche/r:            | Prof. Dr. rer. pol. Heike Willax  |
| Art des Moduls:                    | Pflicht   |
| Inhalt des Moduls:                 | <p>Umfassendes Verständnis des Strategic Management:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elemente der strategischen Unternehmensführung</li> <li>- Strategieprozess: Analyse und Prognose <ul style="list-style-type: none"> <li>• Segmentierung</li> <li>• Externe Analyse (Umweltanalyse)</li> <li>• Interne Analyse (Unternehmensanalyse)</li> </ul> </li> <li>- Strategieprozess: Bewertung und Auswahl <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden zur Strategiedefinition</li> <li>• Empirische Erkenntnisse zu strategischen Gesetzmäßigkeiten</li> <li>• Portfolioanalyse</li> <li>• Beispiele für Strategietypen / Normstrategien</li> </ul> </li> <li>- Strategieprozess: Implementierung und Controlling</li> <li>- Moderne Konzepte der strategischen Unternehmensführung als Fallbeispiel (z.B. Blue Ocean Strategien)</li> <li>- Nachhaltigkeit (Sustainability) und Strategisches Management</li> </ul> |
| Veranstaltungen:                   | 10029 Strategic Management  |
| Lehr- und Lernformen:              | Vorlesung und Seminar (VS).<br>Das Modul findet auf Englisch statt.   |
| Voraussetzungen für die Teilnahme: | Hochschulabschluss und ausreichende Englisch-Kenntnisse.  |
| Verwendbarkeit des Moduls:         | Modul Business Models & Innovations, Leading Sustainable Organizations, Digital Transformation & Business Development   |
| Voraussetzungen Vergabe ECTS:      | (Gruppen-) Präsentation:<br>1. Vortrag 75%<br>2. Diskussion 25%   |
| ECTS-Leistungspunkte:              | 5   |
| Benotung:                          | Benotet   |
| Arbeitsaufwand:                    | Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.  |
| Dauer des Moduls:                  | einsemestrig  |
| Häufigkeit des Angebots:           | Nur Wintersemester  |

|                      |   |
|----------------------|---|
| Literatur:           | <ul style="list-style-type: none"><li>- Aaker, David A.: Strategic Market Management, latest edition, John Wiley &amp; Sons Inc., ISBN: 978-1118582862</li><li>- Grant, Robert M.: Contemporary Strategy Analysis, latest edition, John Wiley &amp; Sons Ltd., ISBN: 978-1119120834</li><li>- Oetinger, Balko von: Das Boston Consulting Group Strategie-Buch, latest edition, Econ, ISBN: 978-3430114899</li><li>- Porter, Michael E.: Wettbewerbsstrategie, latest edition, Campus Verlag, ISBN: 978-3593398440</li><li>- Script of Prof. Dr. Heike Willax (WS 2022/23)</li></ul> |
| Anwesenheitspflicht: | nein  |

# Kompetenzdimensionen des Moduls Strategic Management

## **Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens**

Absolventinnen und Absolventen kennen die Elemente des Strategieprozesses und können die strategischen Konzepte auf fallspezifische Fragestellungen anwenden.

## **Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Wissenschaftliche Innovation**

Absolventinnen und Absolventen können anhand von qualitativen und quantitativen Informationen strategische Sachverhalte mit Hilfe eines Werkzeugkastens an strategischen Konzepten analysieren. Dabei gilt es, die wesentlichen Informationen zu identifizieren und zu interpretieren. Sie sind in der Lage, strategische Problemstellungen aus verschiedenen Blickwinkeln eigenständig zu beurteilen. Sie fokussieren sich dabei auf die wesentlichen / entscheidungsrelevanten Sachverhalte. Ziel ist es, eine strategische Entscheidung durch logische Schlussfolgerungen aus den fragmentierten Ergebnissen der Analysephase systematisch abzuleiten.

## **Kommunikation und Kooperation**

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, ihr Wissen in Gruppenarbeit in heterogenen Teams zu strukturieren und anzuwenden. Dabei gilt es, die Ergebnisse ihrer Analyse überzeugend zu kommunizieren, zu präsentieren und in Diskussionen zu vertreten. Neben dem Vorlesungsvortrag werden meist kürzere Präsenzübungsaufgaben zur direkten Anwendung von neuen Konzepten oder Definitionen gestellt und in stiller Arbeit allein bzw. in Kleingruppen gelöst.

## **Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität**

Absolventinnen und Absolventen begründen berufliches Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen und reflektieren es hinsichtlich alternativer Entwürfe.

## Sustainable Business Models & Innovations

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| Studiengang:                       | International Business Management (Master)   |
| Abschlussgrad:                     | Master of Business Administration (MBA)  |
| Modulnummer:                       | 11   |
| Modultitel:                        | Sustainable Business Models & Innovations  |
| Modulverantwortliche/r:            | Prof. Dr. rer. nat. Frank Ermark   |
| Art des Moduls:                    | Pflicht  |
| Inhalt des Moduls:                 | <p>Aktuelle Themen, wissenschaftliche Erkenntnisse und praxisnahe Herausforderungen des Innovationsmanagements, insbesondere auch im Kontext der Nachhaltigkeit, Digitalisierung und damit verbundene Geschäftsmodellinnovationen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung in das Innovationsmanagement: Definitionen, zeitgemäße Gestaltungselemente und Erfolgsfaktoren</li> <li>- Disruptive Innovationen</li> <li>- Innovation im Kontext von Geschäftsmodellen, Business Ökosystemen und digitalen Plattformen</li> <li>- Innovationen als Treiber für mehr Nachhaltigkeit (bspw. Frugale Innovation)</li> <li>- Integrierte Perspektiven von Geschäftsmodellinnovationen und Nachhaltigkeit</li> </ul> <p>Anhand internationaler Fallbeispiele zu Innovationen wird der Beitrag und das Potential zu mehr Nachhaltigkeit kritisch reflektiert.</p> |
| Veranstaltungen:                   | 10025 Sustainable Business Models & Innovations  |
| Lehr- und Lernformen:              | Seminar (S).<br>Das Modul findet auf Englisch statt.   |
| Voraussetzungen für die Teilnahme: | Hochschulabschluss   |
| Verwendbarkeit des Moduls:         | Das Modul ist mit den Modulen Digital Transformation & Business Development, Strategic Management sowie Integrated Business Process Management inhaltlich verknüpft.   |
| Voraussetzungen Vergabe ECTS:      | Referat (Präsentation und Dokumentation)   |
| ECTS-Leistungspunkte:              | 5  |
| Benotung:                          | Benotet  |
| Arbeitsaufwand:                    | Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.   |
| Dauer des Moduls:                  | einsemestrig   |
| Häufigkeit des Angebots:           | Nur Wintersemester   |

|                      |   |
|----------------------|---|
| Literatur:           | <p>Ausführliches Vorlesungsskript + Vertiefungsmaterial</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Linz C., Müller-Stewens G., &amp; Zimmermann A. (2021). Radical business model transformation. London: KoganPage (2nd ed.); especially Part 3 Case Studies</li> <li>- Tidd, J./ Bessant, J. (2018): Managing Innovation, 6. Edition, Wiley.</li> <li>- Trott P. (2017): Innovation Management and New Product Development, FT Prentice Hall, 6th ed.</li> <li>- Aagaard, A., Lüdeke-Freund, F., &amp; Wells, P. (Eds.)(2021). Springer eBook Collection. Business Models for Sustainability Transitions: How Organisations Contribute to Societal Transformation (1st ed. 2021).</li> <li>- Gausemeier J. et al. (2019), Innovationen für die Märkte von morgen, Hanser, 1. Aufl.</li> <li>- Vahs, D./ Brehm, A. (2015): Innovationsmanagement, 5. Auflage, Schäffer-Poeschel.</li> </ul> <p>Mögliche weitere Literaturquellen, siehe Hinweise in der Veranstaltung und ggfs. im begleitenden Moodle Kurs.</p> |
| Anwesenheitspflicht: | nein  |

# Kompetenzdimensionen des Moduls Sustainable Business Models & Innovations

## **Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens**

Absolventinnen und Absolventen können die Ausprägungen des Innovationsmanagements sowie den Bezug von Innovation und Nachhaltigkeit in ihre fachlichen und anwendungsbezogenen Tiefe interpretieren und können unterschiedliche Lehrmeinungen benennen und bewerten.

## **Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer**

Absolventinnen und Absolventen können fachlich komplexere Methoden der Generierung und Umsetzung von Ideen auf aktuelle Frage- und Problemstellungen der Praxis, wie der Transformation zu mehr Nachhaltigkeit in Gesellschaft und Wirtschaft, anwenden. Sie können in Teams praxisbezogene Projekte des Innovationsmanagements eigenständig durchführen und sich bei Bedarf weiteres Wissen aneignen zur Analyse und zur Lösung entsprechender Problemstellungen, insbesondere im Kontext von Innovationen zur Nachhaltigkeit.

## **Kommunikation und Kooperation**

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Vertretern aus unterschiedlichen Disziplinen der Wissenschaft und der Unternehmen ihre Lösungsansätze zu präsentieren, diese zu verteidigen sowie alternative Lösungsansätze kritisch zu bewerten und konstruktiv einzubinden.

## **Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität**

Absolventinnen und Absolventen können das Potential aber auch Risiken und Hemmschwellen von neuen Ansätzen im Innovationsmanagement bewerten und daraus mögliche Lösungen für Unternehmen ermitteln und beurteilen, unter Berücksichtigung unternehmensspezifischer Randbedingungen sowie dem aktuellen Stand der Forschung. Sie sind somit in der Lage, gesellschaftliche sowie wirtschaftliche Treiber aber auch Implikationen von Innovationen in Bezug auf ihr eigenes berufliches Handeln zu reflektieren.

## Digital Transformation & Business Development

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| Studiengang:                       | International Business Management (Master)  |
| Abschlussgrad:                     | Master of Business Administration (MBA)   |
| Modulnummer:                       | 12  |
| Modultitel:                        | Digital Transformation & Business Development   |
| Modulverantwortliche/r:            | Prof. Dr. rer. nat. Frank Ermark  |
| Art des Moduls:                    | Pflicht   |
| Inhalt des Moduls:                 | <p>Digitale Transformation beleuchtet die Herausforderungen von Unternehmen, ihre etablierten Geschäftsmodelle auf digitale Märkte auszurichten. Weiterhin werden aktuelle Trends und Zukunftsperspektiven gegeben. Neben theoretischen Grundlagen wird anhand von verschiedenen Industriebereichen und Praxisbeispielen das Wissen vertieft.</p> <p>Business Development fokussiert sich auf die Entwicklung neuer Geschäftsfelder im Kontext der Digitalisierung.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Methoden und Techniken des New (Digital) Business Developments, u.a. auch Lean Start-up als Beispiel eines agilen Vorgehensmodells und Frameworks</li> <li>- Digitale Märkte und digitale Business Modelle</li> <li>- Digitale Ökosysteme</li> <li>- Digital Business Innovation Kultur (optional)</li> <li>- Praxisbeispiele und Fallstudien</li> </ul> <p>Die vermittelten theoretischen Grundlagen und empirischen Befunde der aktuellen Forschung werden anhand von internationalen Praxisbeispielen und Fallstudien reflektiert und diskutiert.</p> |
| Veranstaltungen:                   | 10028 Digital Transformation & Business Development   |
| Lehr- und Lernformen:              | Seminar (S).<br>Das Modul findet auf Englisch statt.  |
| Voraussetzungen für die Teilnahme: | Hochschulabschluss  |
| Verwendbarkeit des Moduls:         | Das Modul ist mit den Modulen Sustainable Business Models & Innovations, Strategic Management sowie Integrated Business Process Management inhaltlich verknüpft.  |
| Voraussetzungen Vergabe ECTS:      | Portfolio oder Referat:<br>zutreffende Prüfungsform wird jeweils vor Beginn des Semesters festgelegt.   |
| ECTS-Leistungspunkte:              | 5   |
| Benotung:                          | Benotet   |
| Arbeitsaufwand:                    | Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.  |
| Dauer des Moduls:                  | einsemestrig  |
| Häufigkeit des Angebots:           | Nur Sommersemester  |

|                      |   |
|----------------------|---|
| Literatur:           | <p>Digital Transformation:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Siebel, Digital Transformation: Survive and Thrive in an Era of Mass Extinction</li> <li>- Schmarzo: The Economics of Data, Analytics, and Digital Transformation</li> <li>- Westerman, Bonnet and McAfee(2014): Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation</li> <li>- Kesse: Silicon Germany: Wie wir die digitale Transformation schaffen</li> <li>- Kim, Behr, Spafford, Phoenix Project: A Novel About It, Devops, And Helping Your Business Win (optional)</li> </ul> <p>Business Development:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aulet B. (2013), Disciplined Entrepreneurship, Wiley</li> <li>- Aulet B. (2017), Disciplined Entrepreneurship Workbook, Wiley</li> <li>- Grichnik D., Brettel M., Koropp Ch., Mauer R. (2017), Entrepreneurship, Schäffer-Poeschel</li> <li>- Gatzu Grivas, S. (2020). Digital Business Development. Springer Gabler</li> <li>- Soltanifar, M., Hughes, M., &amp; Göcke, L. (2021). Digital Entrepreneurship. Springer</li> <li>- Wirtz, B. W. (2021). Digital Business and Electronic Commerce: Strategy, Business Models and Technology. Springer</li> </ul> |
| Anwesenheitspflicht: | nein  |

# Kompetenzdimensionen des Moduls Digital Transformation & Business Development

## **Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens**

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die Gestaltungsmerkmale und Spezifika der Digitalen Transformation und des Digital Business Developments in ihre fachlichen und anwendungsbezogenen Tiefe interpretieren und können unterschiedliche Lehrmeinungen benennen und bewerten.

## **Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer**

Absolventinnen und Absolventen verfügen über das methodische Fachwissen sowie die konzeptionellen Fähigkeiten, komplexere Problemstellungen und Herausforderungen der Digitalen Transformation und des Digital Business Developments in der Praxis zu bearbeiten. Sie sind in der Lage, neue unternehmerische Gelegenheiten bzgl. Produkten, Dienstleistung und/oder Geschäftsmodellen zu erkennen und zu bewerten. Sie können in Teams praxisbezogene Projekte der Digitalen Transformation und des Digital Business Developments eigenständig durchführen und sich bei Bedarf weiteres Wissen aneignen zur Analyse und zur Lösung entsprechender Problemstellungen.

## **Kommunikation und Kooperation**

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Vertretern aus unterschiedlichen Disziplinen der Wissenschaft und der Unternehmen ihre Lösungsansätze zu präsentieren, diese zu verteidigen sowie alternative Lösungsansätze kritisch zu bewerten und konstruktiv einzubinden.

## **Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität**

Absolventinnen und Absolventen können das Potential aber auch Risiken und Hemmschwellen von neuen Ansätzen in Folge der Digitalen Transformation und im Digital Business Development bewerten und daraus mögliche Lösungen für Unternehmen ermitteln und beurteilen, unter Berücksichtigung unternehmensspezifischer Randbedingungen sowie dem aktuellen Stand der Forschung. Sie sind somit in der Lage, gesellschaftliche sowie wirtschaftliche Treiber aber auch Implikationen der Digitalen Transformation und des Business Developments in Bezug auf ihr eigenes berufliches Handeln zu reflektieren.

# Key Account Management

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| Studiengang:                       | International Business Management (Master)   |
| Abschlussgrad:                     | Master of Business Administration (MBA)  |
| Modulnummer:                       | 13   |
| Modultitel:                        | Key Account Management   |
| Modulverantwortliche/r:            | Prof. Dr. rer. pol. Barbara Niersbach  |
| Art des Moduls:                    | Pflicht  |
| Inhalt des Moduls:                 | <p>Der Inhalt der Lehrveranstaltung ist eine Einführung in das unternehmensphilosophische Konstrukt des Key Account Managements (KAM). Ferner werden komplexe Fragestellungen im Bezug auf die Konzeption, die Umsetzung, der intra-organisationalen &amp; inter-organisationalen Bedeutung des KAM erläutert.</p> <p>Schwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Einführung ins KAM</li><li>- Identifizierung von Key Accounts</li><li>- Erfolgsfaktoren für ein erfolgreiches KAM System</li><li>- Führungsstile im KAM</li><li>- Digitalisierung im KAM</li><li>- Aktuelle Trends im KAM</li><li>- Sustainable KAM</li><li>- Agiles KAM</li><li>- Interkulturelle Herausforderungen im KAM</li><li>- Global Account Management</li></ul> <p>Die Einführung in das Modul geschieht über theoretische Aspekte des KAM. Im Laufe der Lehrveranstaltung findet ein umfassender Praxistransfer in verschiedene Industrien statt.</p> |
| Veranstaltungen:                   | 10033 Key Account Management   |
| Lehr- und Lernformen:              | Vorlesung und Seminar (VS).<br>Das Modul findet auf Englisch statt.  |
| Voraussetzungen für die Teilnahme: | Hochschulabschluss   |
| Verwendbarkeit des Moduls:         | International Business Management & Sustainability   |
| Voraussetzungen Vergabe ECTS:      | Portfolio  |
| ECTS-Leistungspunkte:              | 5  |
| Benotung:                          | Benotet  |
| Arbeitsaufwand:                    | Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.   |
| Dauer des Moduls:                  | einsemestrig   |

|                          |  |
|--------------------------|--|
| Häufigkeit des Angebots: | Nur Sommersemester   |
| Literatur:               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Michael Kleinaltenkamp, W. Plinke, I. Wilkinson, I. Geiger(2015) Fundamentals of Business-to-Business Marketing, Mastering Business Markets, Springer Verlag</li> <li>- HåkanHåkansson&amp; Ivan Snehota(1995), DevelopingRelationshipsin Business Networks, London : Routledge, pp.1-62, 119-147, 182-204, 261-284, 319-329.</li> <li>- Pardo, C., Ivens, B.S., Niersbach, B. (2020), An Identity Perspective on Key Account Managers as Paradoxical Relationship Managers, Industrial Marketing Management, 89, 355-372. <a href="https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.10.008">https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.10.008</a></li> <li>- Ivens, B.S., Pardo, C., Leischnig, A., Niersbach, B. (2017), Key account management as a firm capability: A two-level theoretical foundation, Industrial Marketing Management.</li> <li>- Leischnig, A., Ivens, B.S., Niersbach, B., Pardo, C. (2017), Mind the Gap: A Process Model for Diagnosing Barriers to Key Account Management Implementation, Industrial Marketing Management.</li> <li>- Ivens, B.S., Pardo, C., Niersbach, B., Leischnig, A. (2016), Firm-internal key account management networks: Framework, case study, avenues for future research, Industrial Marketing Management.</li> <li>- Guesalaga, R. (2014). "Top management involvement with key accounts: The concept, its dimensions, and strategic outcomes". Industrial Marketing Management, 43 (7), 1146-1156.</li> <li>- Ivens, B. S. and Pardo, C. (2007). "Are key account relationships different? Empirical results on supplier strategies and customer reactions". Industrial Marketing Management, 36 (4), 470-482.</li> <li>- Jones, E., Dixon, A.L., Chonko, L.B., and Cannon, J.P. (2005). "Key Accounts and Team Selling: A Review, Framework, and Research Agenda". Journal of Personal Selling &amp; Sales Management, XXV (2).</li> <li>- McDonald, M., Millman, T., and Rogers, B. (1997). "Key Account Management: Theory, Practice and Challenges". Journal of Marketing Management, 13 (8), 737-757.</li> <li>- Ojasalo, J. (2001). "Key account management at company and individual levels in business-to-business relationships". Journal of Business &amp; Industrial Marketing, 16 (3), 199-218.</li> <li>- Pardo, C., Ivens, B.S., and Wilson, K. (2014). "Differentiation and alignment in KAM implementation". Industrial Marketing Management, 43 (7), 1136-1145.</li> <li>- Speakman, J.I.F. and Ryals, L.J. (2012). "Key Account Management: the inside selling job". The journal of business &amp; industrial marketing, 27 (5), 360-369.</li> </ul> |
| Anwesenheitspflicht:     | nein   |

# Kompetenzdimensionen des Moduls Key Account Management

## **Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens**

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die Grundlagen des B2B Marketing insbesondere KAM wiederzugeben. Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die Elemente des KAM zu erläutern. Sie können die Bedeutung und Vorgehensweise erklären und deren Zielsetzung definieren.

Internal and external KAM in sustainable and agile organizations.

## **Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer**

Absolventinnen und Absolventen verfügen über das Fachwissen sowie die konzeptionellen Fähigkeiten, das strategische Konstrukt KAM kritisch zu hinterfragen, dessen Zielsetzung zu erläutern, sowie KAM konkret auf aktuelle, organisationale Problemstellung anzuwenden.

Einsatz von KAM in Unternehmen, Wertschaffung in der eigenen sowie der Kundenorganisation.

## **Kommunikation und Kooperation**

Absolventinnen und Absolventen arbeiten im Modul in Gruppen. Inhalte werden im Rahmen der Interaktion kommuniziert und ausgetauscht und im Team gemeinsam mit dem Dozenten/der Dozentin erarbeitet. Das Modul verlangt daher eine umfassende Gruppendynamik und einen tiefgehenden kommunikativen Austausch.

## **Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität**

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, konkrete KAM Konstrukte für die jeweiligen Geschäftstypen des B2B Marketing zu designen. Diese genügen den Anforderungen der Praxis und sind mit wissenschaftlichen Methoden unterfüttert. Absolventinnen und Absolventen haben ein tiefgreifendes Verständnis, was „Sustainable KAM“ als strategischer, unternehmensphilosophischer Ansatz in der eigenen Organisation sowie in der Kundenorganisation bedarf.

# Leading Sustainable Organizations

|                         |  |
|-------------------------|--|
| Studiengang:            | International Business Management (Master)   |
| Abschlussgrad:          | Master of Business Administration (MBA)  |
| Modulnummer:            | 14   |
| Modultitel:             | Leading Sustainable Organizations  |
| Modulverantwortliche/r: | Prof. Dr. rer. pol. Barbara Niersbach  |
| Art des Moduls:         | Pflicht  |
| Inhalt des Moduls:      | <p>Das Modul befasst sich auf organisatorischer Ebene mit vielseitigen Themen der modernen, agilen und nachhaltigen Organisations-entwicklung und -führung. Die theoretischen Bausteine hierzu sind wie folgt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Commitment &amp; Trust in Organisationen</li> <li>- Internal Alignment &amp; interne Kollaboration</li> <li>- Nachhaltige und agile Organisationsführung und -entwicklung:             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Megatrends, Strategien und Konzepte</li> <li>• Stakeholder Analyse</li> <li>• Mapping (Rollenverständnis und Erwartungsabgleich)</li> <li>• Prozess - und Projekt Architektur</li> <li>• Toolbox für erfolgreiche Prozesssteuerung und -begleitung</li> </ul> </li> <li>- Landkarte der Unternehmensführung: Strategie, Struktur und Unternehmenskultur stimmig gestalten</li> <li>- Unternehmenskultur verstehen, erfassen und erfolgreich gestalten</li> <li>- Change &amp; Innovation (ganzheitliche Standortbestimmung)             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Führungskraft als Change- und Innovationsmanager (Anforderungen, Kompetenzen, Handlungsfelder)</li> <li>• Change Management (Charakteristik, Phasen, Strategien, Konzepte, Tools)</li> <li>• Erfolgreiches Change Management: worauf kommt es an?<br/>(Change Map/ Charta/ Guidelines)</li> <li>• From idea to innovation: Kreativität und Innovationen kompetent managen</li> <li>• Change- und Innovationsprojekte im eigenen Praxisfeld auf den Prüfstand stellen: , Klärungshilfe' und (Team) Coaching</li> </ul> </li> <li>- Diversity &amp; Social Responsibility</li> </ul> <p>Untermuert werden die theoretischen Kenntnisse durch zwei Projettage (Exkursionen), in denen im Rahmen der Sustainability über einerseits Moore und deren langfristige Erhaltung und andererseits Forstwirtschaft und der Herausforderungen eines ökologischen, ökonomischen und sozialen Gleichgewichts (beides vor Ort im Allgäu) der Bogen zu einem Großteil der oben aufgeführten theoretischen Bausteinen gezogen wird.</p> <p>Ebenso werden im Rahmen eines Workshoptags die Themen Diversity &amp; Social Responsibility interaktiv und unternehmenszentriert diskutiert.</p> <p>Das Modul enthält die verpflichtende Teilnahme an den zwei Gastvorträgen der Innovation Lounge.</p> |

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| Veranstaltungen:                   | Leading Sustainable Organizations   |
| Lehr- und Lernformen:              | Projektorientierte Lehrform (PL).<br>Das Modul findet zum Teil auf Deutsch und zum Teil auf Englisch statt, sowie bei Bedarf vollkommen auf Englisch statt.   |
| Voraussetzungen für die Teilnahme: | Hochschulabschluss  |
| Verwendbarkeit des Moduls:         | International Business Management & Sustainability  |
| Voraussetzungen Vergabe ECTS:      | Dokumentation   |
| ECTS-Leistungspunkte:              | 5   |
| Benotung:                          | Benotet   |
| Arbeitsaufwand:                    | Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.  |
| Dauer des Moduls:                  | einsemestrig  |
| Häufigkeit des Angebots:           | Nur Sommersemester  |
| Literatur:                         | <p>Jeweilige Unterlagen der Lehrenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bruhn, J. G. (2001), Trust and the Health of Organizations. Clinical Sociology, Research and Practice. Boston, MA: Springer US.</li> <li>- Burdett, J. O. (1994), "The Magic of Alignment," Management Decision, 32 (4), 59-63.</li> <li>- Covey, S. R. (1999), "High-trust cultures," Executive Excellence, 1 (9), 3-4.</li> <li>- Carnevale, D. G. (1995), Trustworthy government: Leadership and management strategies for building trust and high performance. San Francisco, CA: Jossey-Bass.</li> <li>- Doppler, K./ Lauterburg, C.: Den Unternehmenswandel gestalten, Frankfurt/ Main 2019 (Campus) Lauer, T.: Change Management: Grundlagen und Erfolgsfaktoren, Wiesbaden 2019 (SpringerGabler)</li> <li>- Herget, J.: Unternehmenskultur gestalten: Systemisch zum nachhaltigen Unternehmenserfolg, Wiesbaden 2020 ( Springer Gabler) Glasl, F.: Grundlagen zum nachhaltigen Change Management, Bern 2021 ( Haupt)</li> <li>- Lawrence, P. R., J. S. Garrison, and J. W. Lorsch (1967), Organization and Environment. Managing Differentiation and Integration. Boston: Div. of Research, Graduate School of Business Administration, Harvard Univ.</li> <li>- Kropp, A. (2018), Grundlagen der nachhaltigen Entwicklung, Handlungsmöglichkeiten und Strategien zur Umsetzung, Springer Gabler</li> <li>- Meyer, J. P. and N. J. Allen (1991), "A three-component conceptualization of organizational commitment," Human Resource Management Review, 1 (1), 61-89.</li> <li>- Schiersmann, C. / Thiel, H.-G.: Organisationsentwicklung -Prinzipien und Strategien von Veränderungsprozessen, Wiesbaden 2018( Springer Gabler) Schifferer, S.: tools und Instrumente der Organisationsentwicklung, Wiesbaden 2018 (Springer Gabler)</li> <li>- Shore, L.A. et al. (2009), Diversity in organizations: where are we now and where are we going? Human Resource Management Review 19, 117-133.</li> <li>- Six, F. and A. Sorge (2008), "Creating a High-Trust Organization: An Exploration into Organizational Policies that stimulate Interpersonal Trust Building," Journal of Management Studies, 45 (5), 857-884.</li> <li>- Vahs, D./ Brem, A.: Innovationsmanagement -Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung, Stuttgart 2015 ( Schäffer-Poeschel) Berner, W.: Culture Change: Unternehmenskultur als Wettbewerbsvorteil, Stuttgart 2019 ( Schäffer-Poeschel)</li> <li>- Tomaschewski, D. / Völker, R. (Hrsg.): Nachhaltige Unternehmensentwicklung, Stuttgart 2016 ( Kohlhammer)</li> </ul> |

Anwesenheitspflicht:

nein

# Kompetenzdimensionen des Moduls Leading Sustainable Organizations

## **Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens**

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, nachhaltige Organisationen und deren vielseitige Herausforderungen zu verstehen und wiederzugeben.

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die Elemente nachhaltiger und agiler Organisationen zu erläutern. Sie können die Bedeutung und Vorgehensweise erklären und deren Zielsetzung definieren. Zudem verstehen Absolventinnen und Absolventen die 3 Sektoren der integrativen Nachhaltigkeit (ökonomisch, ökologisch und sozial) und deren Bedeutung für ein gleichberechtigtes Nebeneinander sowie Wechselwirkungen im Spannungsfeld von „sustainable organizations“.

Verständnis des allumfassenden, organisationalen Ansatzes („organization as a whole“)

## **Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer**

Absolventinnen und Absolventen verfügen über das Fachwissen sowie die konzeptionellen Fähigkeiten, um nachhaltige Organisationen, deren Entwicklung und Führung kritisch zu hinterfragen, deren Zielsetzung zu erläutern, sowie die vielseitigen, notwendigen Bausteine für nachhaltige Organisationen anzuwenden. Sie sind in der Lage, das Trias-Modell der integrativen Nachhaltigkeit auf die moderne Unternehmensführung anzuwenden.

## **Kommunikation und Kooperation**

Absolventinnen und Absolventen haben in dem Modul eine besondere Interaktion mit den Dozenten/innen, die mit Hilfe der Projektstage/Exkursionen besonders gefördert wird. Die Inhalte und Fragestellungen werden umfassend und praxisnah kommuniziert und anschließend im Team erarbeitet. Das Modul verlangt daher eine besondere Gruppendynamik und einen umfassenden kommunikativen Austausch.

## **Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität**

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Herausforderungen nachhaltiger Organisationen zu verstehen und diese im Rahmen ihres eigenen Führungsverständnisses aufzunehmen. Damit erfüllen sie die Anforderungen aus der Praxis an eine nachhaltige Organisationsführung und -entwicklung.

Absolventinnen und Absolventen entwickeln in diesem Modul ein tiefgreifendes Verständnis, was es in „Sustainable Organizations“ allumfassend bedarf und werden somit für die moderne und nachhaltige Organisationsführung- und -entwicklung ausgebildet.

## Master Seminar and Thesis

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| Studiengang:                       | International Business Management (Master)  |
| Abschlussgrad:                     | Master of Business Administration (MBA)   |
| Modulnummer:                       | 15  |
| Modultitel:                        | Master Seminar and Thesis   |
| Modulverantwortliche/r:            | Prof. Dr. rer. pol. Barbara Niersbach   |
| Art des Moduls:                    | Pflicht   |
| Inhalt des Moduls:                 | <p>Mit der Master Thesis dokumentieren die Studierenden, dass sie ihre erworbenen Fach- und Methodenkenntnisse auf eine konkrete wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Problemstellung anwenden können. Im Rahmen einer wissenschaftlichen Literatur- und/oder empirischen Analyse untersuchen die Studierenden einen konkreten, praxisnahen Sachverhalt, der mit den Lerninhalten aus den vorherigen Modulen des Studiengangs und der Grundidee der Sustainability unterfüttert ist.</p> <p>Das Master Seminar bereitet die Studierenden theoretisch, konzeptionell und empirisch auf die Ansprüche der Masterthesis vor.</p> <p>Die Master Thesis umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Selbständige, wissenschaftliche Recherche und Problemanalyse</li> <li>- Strukturierung eines Forschungsthemas im wissenschaftlichen Umfeld</li> <li>- Selbständige, ergebnisorientierte Bearbeitung auf der Basis wissenschaftlicher Erkenntnisse</li> <li>- Beurteilung wissenschaftlicher Erkenntnisse</li> <li>- Finden von Problemlösungen auf der Basis der wissenschaftlichen Erkenntnisse</li> </ul> |
| Veranstaltungen:                   |   |
| Lehr- und Lernformen:              | Seminar (S) und Master Thesis (MT).<br>Master Thesis mit abschließendem Kolloquium;<br>sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache möglich   |
| Voraussetzungen für die Teilnahme: | Die Master Thesis darf erst durchgeführt werden, wenn die oder der Studierende mindestens 50 ECTS erworben hat.   |
| Verwendbarkeit des Moduls:         |   |
| Voraussetzungen Vergabe ECTS:      | Die Master Thesis ist spätestens sechs Monate nach dem Ausgabetag im Prüfungsamt der Hochschule Ravensburg-Weingarten und der Prüferin/dem Prüfer abzugeben.  |
| ECTS-Leistungspunkte:              | 20  |
| Benotung:                          | Benotet (Master Thesis 2/3 und Kolloquium 1/3 der Gesamtnote)   |
| Arbeitsaufwand:                    | Thema, Aufgabenstellung und Umfang der Master Thesis sind von der Prüferin bzw. dem Prüfer so zu begrenzen, dass der Arbeitsaufwand 20 ECTS entspricht.   |
| Dauer des Moduls:                  | einsemestrig  |

|                          |                |
|--------------------------|----------------|
| Häufigkeit des Angebots: | Jedes Semester |
| Literatur:               |                |
| Anwesenheitspflicht:     | nein           |

# Kompetenzdimensionen des Moduls Master Seminar and Thesis

## **Wissen und Verstehen: Wissensverständnis**

Absolventinnen und Absolventen haben ihr bereits vorhandenes Wissen in einem gewählten Gebiet vertieft und können die entsprechenden Fachinhalte erklären und analysieren. Darüber hinaus stellen sie ihr erlerntes Wissen unter wirtschaftspraktischen als auch akademischen Gesichtspunkten dar und können diese mit wissenschaftlicher Literatur diskutieren.

## **Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Wissenschaftliche Innovation**

Absolventinnen und Absolventen können ihr Wissen anwenden und das Anwendungsverfahren und / oder Anwendungsergebnis beurteilen.

## **Kommunikation und Kooperation**

Absolventinnen und Absolventen können ihre Ergebnisse Fachvertretern unterschiedlicher Handlungsfelder adäquat darstellen und dabei die herausgearbeitete Innovation oder Handlungsempfehlungen argumentieren.

## **Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität**

Absolventinnen und Absolventen entwickeln durch die umfassende fachliche als auch wissenschaftliche Vertiefung ihres Abschlussthemas eine Expertise und formen ihr berufliches Selbstbild. Absolventinnen und Absolventen begründen ihre Forschungsergebnisse und können diese ethisch und gesamtgesellschaftlich reflektieren. Die im Verlauf des Studiums gelernten vielseitigen Sustainability-Aspekte fließen in die wissenschaftliche Analyse im Rahmen der Masterarbeit mit ein und spannen so den Bogen zu denen im Studium erlernten verschiedenen Facetten der Sustainability.

Druckdatum: 16.09.2022