



Studiengangsprüfungs-
ordnung (SPO)
für den weiterbildenden Master-
Verbundstudiengang
„General Management (MBA)“
an der Hochschule Bielefeld

**Studiengangsprüfungsordnung (SPO)
für den Master-Verbundstudiengang
„General Management (MBA)“
an der Hochschule Bielefeld
(University of Applied Sciences and Arts)
vom 30. Juni 2017
in der Fassung der Änderungen vom
17.Mai 2018, 27.April 2022, 23.Mai 2023,
22.Juni 2023, 23.Januar 2024, 30.April
2024 und 05.August 2024**

-Nichtamtliche Lesefassung-

Aufgrund des § 22 Abs. 1 Nr. 3, § 2 Abs. 4 und des § 64 Abs. 1 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen (Hochschulgesetz - HG) vom 16. September 2014 (GV. NRW. S. 547) zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 25. November 2021 (GV. NRW. S.1210a) in Verbindung mit der Rahmenprüfungsordnung (MA-RPO) für die Masterstudiengänge an der FH Bielefeld vom 10.06.2016 (Verköndungsblatt der Hochschule Bielefeld – Amtliche Bekanntmachungen -2016, Nr. 24, S. 292-312) in der Fassung der Änderung vom 05.10.2021 (Verköndungsblatt der Hochschule Bielefeld – Amtliche Bekanntmachungen – 2021, Nr. 72, Seiten 816 – 824) hat die Hochschule Bielefeld die folgende Studiengangsprüfungsordnung (SPO) erlassen:

Inhaltsübersicht

I. Allgemeines

- § 1 Geltungsbereich der Studiengangsprüfungsordnung
- § 2 Ausrichtung, Qualifikationsziele, Akademischer Grad
- § 3 Zugangsvoraussetzungen
- § 4 Studienbeginn, Regelstudienzeit, Studienumfang, Aufbau des Studiengangs
- § 5 Art und Organisation des Lehrangebots
- § 6 Studiengangsleitung, Prüfungen, Prüfungsorgane, Studienbeirat
- § 7 Anerkennung von Studienzeiten, Studien- und Prüfungsleistungen

II. Inhalt und Arten von Modulprüfungen

- § 8 Ziel, Umfang und Form der Modulprüfungen
- § 9 Hausarbeiten
- § 10 Referate und Präsentationen
- § 11 Projektarbeiten

III. Prüfungsabläufe

- § 12 Durchführung von Modulprüfungen
- § 13 Wiederholung von bestandenen Prüfungsleistungen
- § 14 Versäumnis, Rücktritt, Täuschung, Ordnungsverstoß

IV. Masterarbeit

- § 15 Masterarbeit
- § 16 Zulassung zur Masterarbeit
- § 17 Ausgabe und Bearbeitung der Masterarbeit
- § 18 Kolloquium

V. Ergebnis der Prüfung

- § 19 Masterprüfung
- § 20 Zeugnis, Gesamtnote, Masterurkunde, Diploma Supplement

VI. Schlussbestimmungen

§ 21 Einsicht in die Prüfungsakte
§ 22 In-Kraft-Treten, Veröffentlichung

Anlage:

- 1 Studienplan des Master-Verbundstudiengangs „General Management (MBA)“
- 2 Modulhandbuch
- 3 Pilotphase: Digitale Lehre WiSe 2023/24
- 4 Pilotphase: Digitale Lehre SoSe 2024

I. Allgemeines

§ 1 Geltungsbereich der Studiengangsprüfungsordnung

Diese Studiengangsprüfungsordnung (SPO) gilt für den weiterbildenden Master-Verbundstudiengang „General Management (MBA)“ an der Hochschule Bielefeld. Sie konkretisiert und gestaltet die Rahmenprüfungsordnung (MA-RPO) für die Masterstudiengänge der Hochschule Bielefeld aus.

§ 2 Ausrichtung, Qualifikationsziele, Akademischer Grad

- (1) Der weiterbildende Master-Verbundstudiengang „General Management (MBA)“ richtet sich in seiner modellhaften Kombination von Selbststudienabschnitten und Präsenzphasen insbesondere an die Gruppe der Berufstätigen. Über die Einbindung von Fernstudienelementen soll bei Beibehaltung des Praxisbezugs im Fachhochschulstudium die Möglichkeit des weiterbildenden berufsbegleitenden Studiums geschaffen werden.
- (2) Der Studiengang soll nach einem ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss fortgeschrittene betriebswirtschaftliche Fähigkeiten unter Beachtung der allgemeinen Studienziele (§ 3 Abs. 1 und 2 MA-RPO) vermitteln. Auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse erfolgt die umfassende theoretische und anwendungsbezogene Bildung der Fachkompetenzen, Methodenkompetenzen, Führungskompetenzen und sozialen Kompetenzen der Studierenden:
 1. Hinsichtlich der Fachkompetenzen beherrschen die Absolventinnen und Absolventen umfassend die grundlegenden, neueren und neuesten wissenschaftlichen Konzepte der Betriebswirtschaftslehre in den Kompetenzbereichen des Studiengangs gemäß Studienplan und können diese im Kontext verschiedener Berufsfelder und Kulturen kritisch bewerten. Sie sind in der Lage, die Erkenntnisse auf praktische Gestaltungsfragen im Unternehmensalltag anzuwenden und die (unternehmens-) individuellen und gesellschaftlichen Folgen abzuschätzen. Sie überblicken die (globale) Wertschöpfungskette, beachten außerfachliche Bezüge und können ihr Wissen situativ selbständig vertiefen.
 2. Im Bereich der Methodenkompetenzen können die Absolventinnen und Absolventen betriebswirtschaftliche Problemstellungen systematisch analysieren, Handlungsalternativen kritisch bewerten und konkrete Lösungsvorschläge erarbeiten. Sie integrieren vorhandenes und neues Wissen in komplexen Zusammenhängen und führen anwendungsorientierte Projekte weitgehend selbständig bzw. autonom durch. Die Absolventinnen und Absolventen entwerfen Forschungsfragen, wählen konkrete Operationalisierungen und Methoden aus und erläutern und interpretieren ihre Ergebnisse kritisch.
 3. Auf der Ebene der Selbstkompetenzen sind die Absolventinnen und Absolventen in der Lage, (globale) Prozesse zu steuern und zu gestalten sowie (internationale) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vertrauensvoll einzubinden und zu beteiligen. Sie agieren professionell und schaffen ein motivierendes Umfeld, indem sie aktiv Personalentwicklungs- und Lernprozesse gestalten. Sie erkennen situations-adäquat und situations-übergreifend Rahmenbedingungen ihres beruflichen Handelns und reflektieren ihre Entscheidungen.
 4. Die Absolventinnen und Absolventen sind aufgrund ihrer Sozialkompetenzen in der Lage, Gespräche vorzubereiten und zu moderieren, sich interkulturell über Ideen und Problemlösungen auszutauschen, Verantwortung zu übernehmen sowie Konzepte und Ideen in adäquater Form zu präsentieren

und umzusetzen. Sie binden Beteiligte zielorientiert in Aufgabenstellungen ein und sind sich stets der ethischen Dimension ihres Führungshandelns bewusst.

- (3) Aufgrund der bestandenen Masterprüfung wird der akademische Grad „Master of Business Administration (MBA)“ verliehen.

§ 3

Zugangsvoraussetzungen

- (1) Voraussetzung für die Aufnahme oder Fortsetzung des Studiums im weiterbildenden Master-Verbundstudiengang „General Management (MBA)“ ist neben den allgemeinen Regelungen der Einschreibungsordnung der FH Bielefeld (vom 11.07.2016, Verkündungsblatt der FH Bielefeld Nr. 28, S. 444-454) insbesondere der
1. Nachweis eines ersten berufsqualifizierenden Studiums mit Diplom- oder Bachelorabschluss der Betriebswirtschaftslehre oder eines artverwandten Studiengangs mit einem starken betriebswirtschaftlichen Bezug an einer staatlichen oder staatlich anerkannten. Ein starker betriebswirtschaftlicher Bezug liegt vor, wenn im Umfang von mindestens 90 ECTS-Punkten typische Inhalte eines betriebswirtschaftlichen Studiums nachgewiesen werden können.
 2. Nachweis qualifizierter berufspraktischer Erfahrung von in der Regel nicht unter einem Jahr.
 3. Nachweis geeigneter Englischkenntnisse mind. auf Niveau B2, die die erfolgreiche Absolvierung der englischsprachigen Module des Studiengangs erwarten lassen. Das Sprachniveau ist durch ein entsprechendes Zertifikat (Cambridge, TOEFL o.ä.) nachzuweisen. Ein separater Nachweis kann unterbleiben, sofern in einem vorangegangenen Diplom- oder Bachelorstudiengang ein Englischmodul erfolgreich absolviert wurde.
- (2) Studienbewerberinnen und -bewerber, die ihre Studienqualifikation nicht an einer deutschsprachigen Einrichtung erworben haben, müssen zusätzlich zu den in Absatz 1 genannten Zugangsvoraussetzungen ausreichende Deutschkenntnisse (auf Niveau C 1) nachweisen, z. B. über den erfolgreich absolvierten Test "TestDaF" oder über einen gleichwertigen Nachweis.

§ 4

Studienbeginn, Regelstudienzeit, Studienumfang, Aufbau des Studiengangs

- (1) Das Studium im Master-Verbundstudiengang „General Management (MBA)“ kann jeweils zum Wintersemester aufgenommen werden.
- (2) Die generelle Regelstudienzeit beträgt unter Berücksichtigung der speziellen Ausrichtung des Verbundstudiums auf die Gruppe der Berufstätigen einschließlich aller Prüfungen fünf Semester.
- (3) Der Studienumfang beträgt in diesem Studiengang 120 Leistungspunkte (Credit Points). Für den Erwerb eines Credit Points wird ein Arbeitsaufwand von durchschnittlich 25 Stunden zugrunde gelegt.
- (4) Der Studiengang „General Management (MBA)“ setzt sich aus 16 Fachmodulen zu je 6 Credit Points (jeweils 4 Module im 1. bis 4. Semester), der Masterarbeit mit 20 Credit Points sowie dem anschließenden Kolloquium mit 4 Credit Points im 5. Semester zusammen. Näheres ist dem Studienplan in der Anlage zu entnehmen.

§ 5

Art und Organisation des Lehrangebots

- (1) Die inhaltliche Beschreibung aller Fachmodule des Studiengangs enthält das Modulhandbuch für den Master-Verbundstudiengang „General Management (MBA)“.
- (2) Die Studieninhalte werden zu ca. 75% über Selbststudienmaterialien (Studienbriefe, Studienmaterial, multimediale Lernangebote) vermittelt. Ca. 25% werden über Präsenzveranstaltungen vermittelt. Davon können maximal zwei Module pro Semester in synchroner Digitallehre unterrichtet werden. Um welche Module es sich handelt wird zum Ende des vorherigen Semesters bekannt gegeben.
- (3) Studienbriefe und Studienmaterial sollen die Aneignung des Lernstoffs im Selbststudium erleichtern. Sie beinhalten daher neben dem Vorlesungsstoff des vermittelten Lehrgebietes ergänzende Übungsaufgaben, Selbstkontrollaufgaben und Literaturhinweise, die sowohl der Vertiefung des Stoffes als auch der Kontrolle des Studienerfolgs dienen.
- (4) In Präsenzveranstaltungen und multimedialen Lernangeboten werden die durch die Studienbriefe vermittelten Kenntnisse durch weitere Übungen, Praktika und Seminare vertieft.

§ 6

Studiengangsleitung, Prüfungen, Prüfungsorgane, Studienbeirat

- (1) Für den Studiengang wird eine Studiengangsleitung von der Dekanin oder dem Dekan bestellt. Die Studiengangsleitung ist beratende Ansprechpartnerin bzw. beratender Ansprechpartner für die Studierenden und koordiniert die Lehrinhalte, Prüfungsmodalitäten und ähnliches unter den Lehrenden des Studiengangs. Die Bestellung erfolgt auf die Dauer von zwei Jahren. Eine erneute Bestellung ist zulässig.
- (2) Für die übrigen durch diese Prüfungsordnung zugewiesenen Aufgaben ist ein Prüfungsausschuss zu bilden. Als zuständiges Prüfungsorgan gemäß § 64 HG wird dafür durch die Hochschule Bielefeld der Fachausschuss für den Verbundstudiengang „General Management (MBA)“, gemäß § 4 der Vereinbarung zur Nutzung des Instituts für Verbundstudien der Fachhochschulen Nordrhein-Westfalens - IfV NRW (Nutzungsvereinbarung IfV NRW) vom 25.09.2012, zuletzt geändert am 20.06.2013, eingesetzt.
- (3) In Angelegenheiten der Lehre und des Studiums, insbesondere in Angelegenheiten der Studienreform, der Evaluation von Studium und Lehre sowie hinsichtlich des Erlasses oder der Änderung von Prüfungsordnungen, werden der Fachbereichsrat sowie die Dekanin oder der Dekan vom Studienbeirat des Fachbereichs beraten. Das Nähere zum Studienbeirat, insbesondere zur Stimmgewichtung, regelt die Fachbereichsordnung.

§ 7

Anerkennung von Studienzeiten, Studien- und Prüfungsleistungen

Die Anerkennung einer Prüfungsleistung ist nicht möglich, wenn die oder der Studierende zur entsprechenden Prüfungsleistung im gewählten Studiengang bereits angetreten ist.

II. Inhalt und Arten von Modulprüfungen

§ 8

Ziel, Umfang und Form der Modulprüfungen

- (1) Eine Modulprüfung kann ergänzend zu den in § 14 MA-RPO genannten Formen aus folgender Leistung bestehen: einem Referat oder einer Präsentation.
- (2) Bei Kombinationen von Prüfungsleistungen muss jede einzelne Prüfungsleistung bestanden sein. Einzelne bestandene Leistungen einer Kombinationsprüfung verfallen und können nicht auf Folgesemester übertragen werden. Die Note einer vorangegangenen Kombinationsprüfung muss spätestens eine Woche vor dem Angebot der nachfolgenden Kombinationsprüfung veröffentlicht sein.
- (3) Teilprüfungen i. S. d. § 14 Abs. 5 MA-RPO, die nicht bestanden wurden, müssen spätestens zwei Semester nach Antritt der Teilprüfung bestanden sein, ansonsten verfallen diese.
- (4) Die studienbegleitenden Modulprüfungen sollen durch die Studierenden zu dem im Studienplan vorgesehenen Zeitpunkt abgelegt werden.

§ 9

Hausarbeiten

- (1) Hausarbeiten sind schriftliche Ausarbeitungen mit einer Bearbeitungszeit von maximal vier Wochen, die in der Regel 15 Seiten nicht überschreiten und die im Rahmen einer Lehrveranstaltung erstellt werden. Hausarbeiten sind in der Regel von einem Prüfenden zu bewerten.
- (2) Der Abgabetermin wird von dem bzw. der Lehrenden nach Maßgabe des Absatzes 1 festgesetzt und ist den Studierenden bekanntzumachen.
- (3) Den Studierenden ist die Bewertung der Hausarbeit spätestens sechs Wochen nach Abgabe mitzuteilen. Die Bekanntmachung im Online-Portal der Hochschule Bielefeld ist ausreichend.

§ 10

Referate und Präsentationen

- (1) Referate bestehen aus einem mündlichen Vortrag von ca. 15 Minuten. Präsentationen bestehen aus einer schriftlichen Ausarbeitung von im Regelfall max. 10 Seiten und einem mündlichen Vortrag von ca. 30 Minuten Dauer. Die Referats- und/oder Präsentationsthemen werden zu Beginn des Semesters von dem Prüfer bzw. der Prüferin ausgegeben
- (2) Die Präsentation kann auch in Form einer Gruppenarbeit zugelassen werden, wenn der als Prüfungsleistung zu bewertende Beitrag des einzelnen Prüflings deutlich unterscheidbar und bewertbar ist.
- (3) Referate und Präsentationen sind in der Regel von einem Prüfenden zu bewerten.
- (4) Den Studierenden ist die Bewertung des Referats bzw. der Präsentation spätestens zwei Wochen nach dem mündlichen Vortrag mitzuteilen. Die Bekanntmachung im Online-Portal der Hochschule Bielefeld ist ausreichend.

§ 11 Projektarbeiten

- (1) Durch Projektarbeiten wird die Fähigkeit zur Teamarbeit und insbesondere zur Entwicklung, Durchsetzung und Präsentation von Konzepten nachgewiesen. Zweck einer Projektarbeit ist es, dass die Studierenden an einer größeren praxisbezogenen Aufgabe Ziele definieren sowie interdisziplinäre Lösungsansätze und Konzepte erarbeiten können.
- (2) Die Ergebnisse der Projektarbeit sind durch einen schriftlichen Projektbericht und eine mündliche Vorstellung nachzuweisen.
- (3) Die Bewertung erfolgt anhand des Projektberichts und einer mündlichen Vorstellung. Der zu bewertende Beitrag des einzelnen Prüflings muss deutlich unterscheidbar und eigenständig bewertbar sein.
- (4) Projektarbeiten sind in der Regel von einem Prüfenden zu bewerten.
- (5) Den Studierenden ist die Bewertung der Projektarbeit spätestens zwei Wochen nach der mündlichen Vorstellung mitzuteilen. Die Bekanntmachung im Online-Portal der Hochschule Bielefeld ist ausreichend.

III. Prüfungsabläufe

§ 12 Durchführung von Modulprüfungen

- (1) Die Klausuren und mündlichen Prüfungen finden außerhalb der Lehrveranstaltungen statt. Referate und Präsentationen finden in der Regel während der Lehrveranstaltungen statt. Hausarbeiten und Projektarbeiten können sowohl während als auch außerhalb der Vorlesungszeiten stattfinden.
- (2) Die Klausuren und mündlichen Prüfungen finden innerhalb eines Prüfungszeitraumes statt, der vom Prüfungsausschuss festgesetzt wird. Der reguläre Prüfungszeitraum liegt am Ende des Semesters und wird spätestens zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.
- (3) Soweit aufgrund der jeweiligen Modulbeschreibung für eine Modulprüfung verschiedene Leistungen gem. § 14 Abs. 4 MA-RPO und § 8 Abs. 1 SPO vorgesehen sind, legt der Prüfungsausschuss am Beginn des jeweiligen Semesters auf Vorschlag des Erstprüfers bzw. der Erstprüferin die Prüfungsform und bei Kombinationen von Leistungen im Sinne von § 14 Abs. 4 Nr. 5 MA-RPO die Gewichtung der einzelnen Leistungen für alle Kandidatinnen und Kandidaten der jeweiligen Modulprüfung einheitlich und verbindlich fest. Im Fall einer Klausur gilt dies auch für die Zeit der Bearbeitung. Sollten zu einer Modulprüfung nur zehn oder weniger Anmeldungen vorliegen, kann der Prüfungsausschuss auf Anregung des Erstprüfers festlegen, dass statt der vorgesehenen Prüfungsform eine mündliche Prüfung stattfindet, soweit eine entsprechende Modulbeschreibung diese Prüfungsform vorsieht.

§ 13 Wiederholung von bestandenen Prüfungsleistungen

Im gesamten Studium können maximal zwei bestandene Prüfungsleistungen mit Ausnahme der Masterarbeit und des Kolloquiums je einmal zur Notenverbesserung wiederholt werden, wenn der erste bestandene Prüfungsversuch in oder vor dem Semester, in dem die Prüfung laut Studienverlaufsplan vorgesehen ist, unternommen wurde. Der Verbesserungsversuch muss in der Regelstudienzeit und vor Abgabe der Masterarbeit erfolgen. Das bessere Ergebnis wird angerechnet.

§ 14

Versäumnis, Rücktritt, Täuschung, Ordnungsverstoß

Die Regelungen des § 13 MA-RPO gelten für Teilleistungen bei Kombinationsprüfungen i. S. d. § 14 Abs. 4 Nr. 5 MA-RPO entsprechend. Soweit ein Prüfling bei einer Kombinationsprüfung ordnungsgemäß zurückgetreten ist, wird die entsprechende Modulprüfung nicht als Fehlversuch gewertet.

IV. Masterarbeit und Kolloquium

§ 15

Masterarbeit

- (1) Die Masterarbeit soll zeigen, dass der Prüfling befähigt ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine praxisorientierte wissenschaftliche Fragestellung aus ihrem oder seinem Fachgebiet selbständig mit den wissenschaftlichen und fachpraktischen Methoden zu bearbeiten. Der Umfang der Masterarbeit soll 80 Textseiten nicht überschreiten.
- (2) Die Masterarbeit kann von jeder Person, welche die Voraussetzungen gemäß §10 MA-RPO erfüllt, ausgegeben und betreut werden. Auf Antrag des Prüflings kann der Prüfungsausschuss auch eine Honorarprofessorin oder einen Honorarprofessor oder mit entsprechenden Aufgaben betraute Lehrbeauftragte mit der Betreuung bestellen, wenn feststeht, dass das vorgesehene Thema der Masterarbeit nicht durch eine fachlich zuständige Professorin oder einen fachlich zuständigen Professor betreut werden kann. In diesem Fall muss die oder der zweite Prüfende eine hauptamtliche Professorin oder ein hauptamtlicher Professor der an dem Verbundstudiengang beteiligten Hochschule Bielefeld sein.
- (3) Auf Antrag sorgt die Dekanin/der Dekan dafür, dass die Studierenden rechtzeitig ein Thema für die Masterarbeit erhalten.

§ 16

Zulassung zur Masterarbeit

- (1) Die Meldung zur Masterarbeit (Antrag auf Zulassung) soll zum Ende des vierten Semesters erfolgen.
- (2) Zur Masterarbeit wird zugelassen, wer mindestens 90 Credit Points aus Modulprüfungen gem. § 4 SPO erworben hat.
- (3) Der Antrag auf Zulassung kann schriftlich bis zur Bekanntgabe der Entscheidung über den Antrag ohne Anrechnung auf die Zahl der möglichen Prüfungsversuche zurückgenommen werden.

§ 17

Ausgabe und Bearbeitung der Masterarbeit

- (1) Der Prüfende gibt die Masterarbeit aus und legt damit die Bearbeitungszeit fest. Als Zeitpunkt der Ausgabe gilt der Tag, an dem das Prüfungsamt das von der betreuenden Person gestellte Thema der Masterarbeit der Kandidatin oder dem Kandidaten bekannt gibt.
- (2) Die Bearbeitungszeit (Zeitraum von der Ausgabe bis zur Abgabe der Masterarbeit) beträgt höchstens vier Monate, auf Antrag bei einem empirischen oder experimentellen Thema höchstens fünf Monate. Im Ausnahmefall kann das vorsitzende Mitglied des Prüfungsausschusses auf einen vor Ablauf der ursprünglichen Bearbeitungszeit gestellten Antrag die Bearbeitungszeit um weitere bis zu sechs Wochen verlängern. Die Person, welche die Masterarbeit betreut, soll dem Antrag zustimmen.

§ 18 Kolloquium

- (1) Zum Kolloquium kann die Kandidatin oder der Kandidat nur zugelassen werden, wenn
 1. alle studienbegleitenden Modulprüfungen bestanden und damit 96 Credit Points erworben worden sind und
 2. die Masterarbeit als mindestens ausreichend bewertet worden ist und damit 20 Credit Points erworben worden sind.
- (2) Der Antrag auf Zulassung zum Kolloquium ist schriftlich an den Prüfungsausschuss bzw. die Prüfungsbeauftragte oder den Prüfungsbeauftragten zu richten. Dem Antrag sind die Nachweise über die in Absatz 1 aufgeführten Zulassungsvoraussetzungen beizufügen, sofern sie dem Prüfungsausschuss nicht bereits vorliegen. Ferner ist eine Erklärung über bisherige Versuche zur Ablegung entsprechender Prüfungen sowie darüber, ob einer Zulassung von Zuhörerinnen oder Zuhörern widersprochen wird, beizufügen. Die Kandidatin oder der Kandidat kann die Zulassung zum Kolloquium auch bereits bei der Meldung zur Masterarbeit (§ 16 Abs. 1 SPO) beantragen. In diesem Fall erfolgt die Zulassung zum Kolloquium, sobald dem Prüfungsausschuss alle erforderlichen Nachweise und Unterlagen vorliegen. Für die Zulassung zum Kolloquium und ihre Versagung gilt im Übrigen § 27 MA-RPO entsprechend.
- (3) Das Kolloquium wird als mündliche Prüfung (§ 19 MA-RPO) mit einer Zeitdauer von mindestens 30 Minuten, maximal 45 Minuten durchgeführt und von den Prüfenden der Masterarbeit gemeinsam abgenommen und bewertet. Im Fall des § 29 Abs. 2 MA-RPO wird das Kolloquium von den Prüfenden abgenommen, aus deren Einzelbewertungen die Note der Bachelorarbeit gebildet worden ist. Für die Durchführung des Kolloquiums finden im Übrigen die für mündliche Modulprüfungen geltenden Vorschriften entsprechende Anwendung.

V. Ergebnis der Prüfung

§ 19 Masterprüfung

Das Studium wird mit der Masterprüfung abgeschlossen. Die Masterprüfung gliedert sich in studienbegleitende Modulprüfungen sowie die Masterarbeit und das Kolloquium.

§ 20 Zeugnis, Gesamtnote, Masterurkunde, Diploma Supplement

Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Master-Verbundstudium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credit Points multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credit Points dividiert.

VI. Schlussbestimmungen

§ 21

Einsicht in die Prüfungsakte

- (1) Für die Einsichtnahme in die Prüfungsunterlagen, die sich auf eine Modulprüfung bezieht, wird nach Ablegung der jeweiligen Prüfung vom Prüfungsamt ein offizieller Einsichtstermin festgelegt und bekannt gegeben. Bei Verhinderung der Einsicht an diesem Termin, kann binnen eines Monats nach dem offiziellen Einsichtstermin ein Antrag auf Einsicht an das Prüfungsamt gestellt werden.
- (2) Die Einsichtnahme in die Prüfungsakte im Sinne von § 33 MA-RPO ist binnen eines Jahres nach Aushändigung des Prüfungszeugnisses oder des Bescheides über die nicht bestandene Masterprüfung zu beantragen. § 32 des Verwaltungsverfahrensgesetzes für das Land Nordrhein-Westfalen über die Wiedereinsetzung in den vorigen Stand gilt entsprechend. Der Antrag ist an das Prüfungsamt zu stellen.

§ 22

In-Kraft-Treten, Veröffentlichung

Diese Studieneingangsprüfungsordnung wird im Verkündungsblatt der Hochschule Bielefeld – Amtliche Bekanntmachungen – bekannt gegeben. Sie tritt einen Tag nach ihrer Veröffentlichung in Kraft.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Fachbereichsrates des Fachbereichs Wirtschaft und Gesundheit der Hochschule Bielefeld vom 17.05.2017.

Bielefeld, den 30.Juni 2017

Die Präsidentin
der Hochschule Bielefeld

Prof. Dr. Ingeborg Schramm-Wölk



Hochschule
Bielefeld
University of
Applied Sciences
and Arts

Fachbereich
Wirtschaft

Modulhandbuch
für den weiterbildenden
Master-Verbundstudiengang
„General Management (MBA)“
an der Hochschule Bielefeld

Modulkennung	Modulname	Seite
1. Semester		
5-MGM-1.1	Internationales Personalmanagement (d)	3
5-MGM-1.2	Jahresabschlussanalyse (d)	5
5-MGM-1.3	International Economics (e)	8
5-MGM-1.4	Unternehmenssimulation: Going Global (d)	12
2. Semester		
5-MGM-2.1	Internationales Projektmanagement (d)	15
5-MGM-2.2	Managerial Accounting (e)	19
5-MGM-2.3	Quantitative (Forschungs-) Methoden (d)	21
5-MGM-2.4	Seminar zur Corporate Social Responsibility (d)	23
3. Semester		
5-MGM-3.1	Internationales Marketing (d)	25
5-MGM-3.2	Global Sourcing and Operations Management (e)	27
5-MGM-3.3	Internationales Wirtschaftsrecht (d)	31
5-MGM-3.4	Praxis-Projekt (d)	33
4. Semester		
5-MGM-4.1	Strategie und Innovationsmanagement (d)	35
5-MGM-4.2	Corporate Finance (d)	37
5-MGM-4.3	Business Intelligence und digitale Strategien (d)	39
5-MGM-4.4	Doing International Business (d/e)	41
5. Semester		
5-MGM-5.1	Masterthesis und Kolloquium	44

Internationales Personalmanagement								5-MGM-1.1
Nr.	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
1.1	150h	6	1. Sem.	jährlich	SoSe	1 Sem.	Pflicht	MBA
1	Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
	Selbststudium & Übungen (in Präsenzlehre oder synchroner Digitallehre)			keine formalen Voraussetzungen			25	deutsch
2	Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)							
	<p><u>Selbststudium: (120 h)</u></p> <p>(1) Angeleitete Wissensvermittlung, ca. 75 Stunden</p> <p>a. Wissensvermittlung und -einübung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übung)</p> <p>b. Ergänzende Angebote, z.B. über E-Learning Systeme der Hochschulen (u.a. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebote)</p> <p>(2) Selbstständige Wissensvertiefung, ca. 45 Stunden</p> <p>a. Lektüre der in den Lernbriefen angegebenen Literatur</p> <p>b. Fallstudien und Diskussion in Lerngruppen</p> <p>c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben</p> <p><u>Kontaktzeit: (30 h)</u></p> <p>(1) Präsenzübung, 16 Stunden</p> <p>a. Übungsaufgaben und Fallstudien</p> <p>b. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden</p> <p>(2) Sonstiges, ca. 14 Stunden</p> <p>a. Persönl. Rückfragen bei Lehrenden und/oder Mitarbeitern per Telefon oder E-Mail</p> <p>b. zusätzliche Lehrangebote in Kleingruppen, Prüfung</p> <p>c. Online-Sprechstunden</p>							
3	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	<p>Die Studierenden können Herausforderungen der internationalen betrieblichen Personalarbeit vor dem Hintergrund des erworbenen konzeptionellen Wissens entwickeln und eigenständig Lösungswege bewerten.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die besonderen Umfeldbedingungen eines internationalen Personalmanagements im Kontext spezifischer betrieblicher Fallkonstellationen zu analysieren. - Die Eignung unterschiedlicher Internationalisierungsstrategien für das Personalmanagement vor dem Hintergrund spezifischer betrieblicher Fallkonstellationen zu beurteilen. - Die Besonderheiten internationaler Geschäftstätigkeit auf die Gestaltung ausgewählter Personalprozesse im Mitarbeiterlebenszyklus zu übertragen. - Ausgewählte Fragestellungen des Entsendungsmanagements selbstständig zu bearbeiten. - Sich selbstständig mit den ethisch-moralischen Fragen internationalen Führungshandelns auseinander zu setzen. - Möglichkeiten der Organisation, Governance und Steuerung internationaler Personalarbeit mit Blick auf die strategischen Notwendigkeiten zu beurteilen. - Die Studierenden können zudem im Team Fragestellungen (Fallstudien) bearbeiten und diese vor der Seminaröffentlichkeit präsentieren sowie sich einer kritischen Diskussion stellen. 							

4	Inhalte
	<p>Im Rahmen des Moduls werden die Studierenden mit den folgenden Inhalten, Zusammenhängen und Themenstellungen vertraut gemacht:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Internationalisierung als Herausforderung für das unternehmerische Personalmanagement <ul style="list-style-type: none"> o Internationale Märkte, Geschäftstätigkeit und Personalmanagement o Interkulturelle Herausforderungen - Internationales strategisches Personalmanagement <ul style="list-style-type: none"> o Belegschaften in internationalen Unternehmen o Von Global bis Lokal: Internationalisierungsstrategien für das Personalmanagement o Internationale Unternehmenskultur - Internationalisierung ausgewählter Personalprozesse im Mitarbeiter-Lebenszyklus <ul style="list-style-type: none"> o Internationales Employer Branding und Personalrekrutierung auf internationalen Arbeitsmärkten o Besonderheiten und Verfahren der internationalen Personalauswahl o Internationale Arbeitszeit- und Vergütungssysteme o Internationale Personal- und Führungskräfteentwicklung - Internationaler Personaleinsatz: Entsendungsmanagement <ul style="list-style-type: none"> o Impat- und Expat-Management o Re-Entry als Problemfeld - Führung in internationalen Unternehmen <ul style="list-style-type: none"> o Besonderheiten der internationalen Führung o Führungssysteme in internationalen Unternehmen o Compliance als Führungsaufgabe o Interkulturelle Führungskompetenz o Ethik und Moral im internationalen Führungshandeln - Steuerung internationaler Personalarbeit <ul style="list-style-type: none"> o Organisationsmodelle und Governancestrukturen o Kennzahlensysteme und internationales Personalcontrolling
5	Prüfungsgestaltung
	<p>Projektarbeit ODER Klausur</p>
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credits
	<p>Bestehen der Modulprüfung</p>
7	Stellenwert der Note in der Endnote
	<p>6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)</p>
8	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):
	<p>Verbundstudium Master General Management (MBA)</p>
9	Modulbeauftragte/r
	<p>Prof. Dr. Armutat</p>
10	Sonstige Informationen
	<p>(1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbrief, Literaturempfehlungen)</p>

Jahresabschlussanalyse								5-MGM-1.2
Nr.	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
1.2	150h	6	1. Sem.	jährlich	WiSe	1 Sem.	Pflicht	MBA
1	Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
	Selbststudium & Übungen (in Präsenzlehre oder synchroner Digitallehre)			keine formalen Voraussetzungen			25	deutsch
2	Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)							
	<p><u>Selbststudium: (120 h)</u></p> <p>(1) Angeleitete Wissensvermittlung, ca. 75 Stunden</p> <p> a. Wissensvermittlung und -einübung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übung)</p> <p> b. Ergänzende Angebote, z.B. über E-Learning Systeme der Hochschulen (u.a. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebote)</p> <p>(2) Selbstständige Wissensvertiefung, ca. 45 Stunden</p> <p> a. Lektüre der in den Lernbriefen angegebenen Literatur</p> <p> b. Fallstudien und Diskussion in Lerngruppen</p> <p> c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben</p> <p><u>Kontaktzeit: (30 h)</u></p> <p>(1) Präsenzübung, 16 Stunden</p> <p> a. Übungsaufgaben und Fallstudien</p> <p> b. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden</p> <p>(2) Sonstiges, ca. 14 Stunden</p> <p> a. Persönl. Rückfragen bei Lehrenden und/oder Mitarbeitern per Telefon oder E-Mail</p> <p> b. zusätzliche Lehrangebote in Kleingruppen, Prüfung</p> <p> c. Online-Sprechstunden</p>							
3	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							

	<p>Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten:</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Die handelsrechtlichen und steuerlichen Zusammenhänge zusammenzufassen sowie die steuerlichen Gewinnermittlungsmöglichkeiten gegenüberzustellen. – Wesentliche handelsrechtliche, steuerliche sowie internationale (IFRS, International Financial Reporting Standards) Bilanzierungs- und Buchführungsvorschriften anzuwenden und zu vergleichen. – Wahlmöglichkeiten innerhalb der jeweiligen Rechnungslegung vor dem Ziel der Abschlusserstellung zu beurteilen. – Jahresabschlüsse zu werten und Aussagen daraus abzuleiten. – Die Aussagekraft von Jahresabschlüssen einzuschätzen und kritisch zu hinterfragen. <p>Weiterhin sind die Studierenden befähigt:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Steuerliche Konsequenzen eines Jahresabschlusses abzuleiten. – Die Studierenden können im Team Fragestellungen (Fallstudien) bearbeiten und diese vor der Seminaröffentlichkeit präsentieren sowie sich einer kritischen Diskussion stellen.
--	---

4	Inhalte
	<p>Im Rahmen des Moduls werden die Studierenden mit den folgenden Inhalten, Zusammenhängen und Themenstellungen vertraut gemacht.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Rechtliche Pflichten zur Erstellung der handelsrechtlichen, steuerlichen sowie IFRS-Rechnungslegung und Ziele des Jahresabschlusses – Wesentliche Bilanzierungsfragen (Ansatz-, Bewertung, Ausweis) mit Bezug zur Aktiv-/Passivseite der Bilanz: Wie z.B. Anlagevermögen, Umlaufvermögen, Eigenkapital, Rückstellungen und Verbindlichkeiten sowohl aus handelsrechtlicher, steuerlicher und internationaler Blickrichtung – Zusammenhänge zwischen Handels- und Steuerbilanz: Maßgeblichkeitsprinzip – Rechtsformspezifische Besonderheiten im Handels-/Steuerrecht (Personenhandelsgesellschaften und Kapitalgesellschaften) – Aufbereitung des Jahresabschlusses zu Zwecken der Bilanzanalyse, Analyse und Würdigung von Kennzahlen
5	Prüfungsgestaltung
	<p>Klausur ODER Mündliche Prüfung</p>
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credits
	<p>Bestehen der Modulprüfung</p>
7	Stellenwert der Note in der Endnote
	<p>6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)</p>
8	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):
	<p>Verbundstudium Master General Management (MBA)</p>

9	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Stute
10	Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

International Economics								5-MGM-1.3
Nr.	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
1.3	150h	6	1. Sem.	jährlich	WiSe	1 Sem.	Pflicht	MBA
1	Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
	Selbststudium & Übungen (in Präsenzlehre oder synchroner Digitallehre)			keine formalen Voraussetzungen			25	englisch
2	Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)							
	<p><u>Selbststudium: (120 h)</u></p> <p>(1) Angeleitete Wissensvermittlung, ca. 75 Stunden</p> <p>a. Wissensvermittlung und -einübung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übung)</p> <p>b. Ergänzende Angebote, z.B. über E-Learning Systeme der Hochschulen (u.a. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebote)</p> <p>(2) Selbstständige Wissensvertiefung, ca. 45 Stunden</p> <p>a. Lektüre der in den Lernbriefen angegebenen Literatur</p> <p>b. Fallstudien und Diskussion in Lerngruppen</p> <p>c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben</p> <p><u>Kontaktzeit: (30 h)</u></p> <p>(1) Präsenzübung, 16 Stunden</p> <p>a. Übungsaufgaben und Fallstudien</p> <p>b. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden</p> <p>(2) Sonstiges, ca. 14 Stunden</p> <p>a. Persönl. Rückfragen bei Lehrenden und/oder Mitarbeitern per Telefon oder E-Mail</p> <p>b. zusätzliche Lehrangebote in Kleingruppen, Prüfung</p> <p>c. Online-Sprechstunden</p>							
3	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	<p>Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen Studierende über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sie können internationale ökonomische Zusammenhänge ganzheitlich darstellen - Sie können konkrete Fragestellungen im Bereich International Economics thematisch einordnen, mit Hilfe geeigneter Instrumente analysieren sowie konkrete Einflüsse bzw. Handlungsempfehlungen für ein Unternehmen daraus ableiten - Sie sind in der Lage, verschiedene Modelle internationaler Handelsbeziehungen zu analysieren, die Unterschiede zwischen diesen kritisch zu interpretieren und verschiedene Auswirkungen zu beurteilen - Sie sind befähigt, diese Modelle auf aktuelle Fragestellungen des internationalen Handels weltweit sowie auch im Kontext einzelner globalisierten Staaten anzuwenden - Sie können verschiedene Instrumente in International Economics analysieren und interpretieren und deren Ergebnissen auf nationaler sowie auch auf unternehmerischer ökonomischer Ebene kritisch bewerten - Sie sind in der Lage, Handelseinflüsse im Kontext der Globalisierung zu berechnen und Triebkräfte und sozio-ökonomische Auswirkungen von Handel zu erklären 							

	<ul style="list-style-type: none"> - Sie sind befähigt, durch eine vertiefte Betrachtung politische Analysen durchzuführen, um komplexe Entwicklungen, die den internationalen Handel bzw. die internationalen Beziehungen beeinflussen und deren Auswirkungen auf verschiedene sozio-ökonomische Faktoren zu beurteilen - Sie können unabhängige Ideen und Konzepte entwickeln, um Fragestellungen in International Economics zu erklären, Auswirkungen zu bewerten und Schlussfolgerungen daraus zu ziehen - Die Studierenden können im Team Fragestellungen (Fallstudien) bearbeiten und diese vor der Seminaröffentlichkeit präsentieren sowie sich einer kritischen Diskussion stellen.
4	<p>Inhalte</p> <p>Im Rahmen des Moduls werden die Studierenden mit den folgenden Inhalten, Zusammenhängen und Themenstellungen vertraut gemacht.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Der Welthandel im Überblick - Das Konzept des komparativen Vorteils und der Arbeitsproduktivität - Internationale Handelsmodelle und Folgen für Wachstum und Einkommensverteilung - Handelsgewinne und Einkommensverteilung - Externe Skalenerträge und die Wahl von Produktionsstandorten - Ressourcen und Außenhandel - Unternehmen in der globalen Wirtschaft - Instrumente der Außenhandelspolitik - Die politische Ökonomie der Handelspolitik - Aktuelle Debatten in International Economics
5	<p>Prüfungsgestaltung</p> <p>Klausur ODER Mündliche Prüfung</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credits</p> <p>Bestehen der Modulprüfung</p>
7	<p>Stellenwert der Note in der Endnote</p> <p>6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):</p> <p>Verbundstudium Master General Management (MBA)</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Dr. Bökemeier</p>
10	<p>Sonstige Informationen</p> <p>(1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)</p>

International Economics								5-MGM-1.3
Nr.	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
1.3	150h	6	1. Sem.	jährlich	WiSe	1 Sem.	Pflicht	MBA
1	Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
	Selbststudium & Übungen (in Präsenzlehre oder synchroner Digitallehre)			keine formalen Voraussetzungen			25	englisch
2	Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)							
	<p><u>Self-study: (120 h)</u></p> <p>(1) Knowledge transfer, approx. 75 hours</p> <p> a. Single-/teamwork, active learning with teaching materials</p> <p> b. International economics skills training with supplementary learning materials and media</p> <p>(2) Knowledge consolidation, approx. 45 hours</p> <p> a. Reading list</p> <p> b. Case studies</p> <p><u>Contact time: (30 h)</u></p> <p>(1) In-class training, 16 hours</p> <p> a. Lecture, single-/teamwork</p> <p> b. Case studies</p> <p> c. Presentations</p> <p>(2) Other, approx. 14 hours</p> <p> a. Consultation hour</p> <p> b. Questions and answers (phone calls or conferences, online conferences, e-mails)</p> <p> c. Online consultation hours</p>							
3	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	<p>After successfully completing the module, students are able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Understand key concepts relevant to the study of international economics - Demonstrate how to apply economic principles to a wide range of issues in international economics - Identify different theoretical models of international economics in light of “real world” situations - Critically analyze differences between models and assess the impacts on various factors - Assess the impact of regional integration and multilateral arrangements on the economies - Critically evaluate the character and effect of globalization, including the relationship between globalization and income inequality - Reflect critically on current issues related to the drivers, barriers and impacts of international trade - Analyze how political economy factors affect trade dynamics and reflect on current controversies around international trade - Demonstrate knowledge of the current issues in international economics and understand how economists address international economic issues 							

	<p>This module has a global perspective and addresses some of the major issues affecting the world economy. Its overall aim is to develop students' analytical skills in discussing theoretical and policy issues and addressing current developments in international economics. On successful completion of the module students will be able to deliver coherent arguments for assessing complex issues in the global economy, demonstrate analytical and critical thinking and develop presentation skills in addressing theoretical and policy issues in international economics.</p>
4	<p>Inhalte</p> <p>The contents that will be covered are:</p> <ul style="list-style-type: none"> - An overview of the world trade and its changing pattern - The concept of comparative advantage - Income distribution and the gains from trade - The political economy of international trade - International trade models and the effects of international trade on growth and income distribution - External economies of scale and the international location of production - Firms in the global economy - The instruments of international trade policy - International negotiations and international trade policy - Controversies in international trade policy
5	<p>Prüfungsgestaltung</p> <p>Written exam OR Oral exam</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credits</p> <p>Exam grade: at least „sufficient“</p>
7	<p>Stellenwert der Note in der Endnote</p> <p>6/120</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):</p> <p>Verbundstudium Master General Management (MBA)</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Dr. Bökemeier</p>
10	<p>Sonstige Informationen</p> <p>(1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)</p>

Unternehmenssimulation: Going Global								5-MGM-1.4
Nr.	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
1.4	150h	6	1. Sem.	jährlich	WiSe	1 Sem.	Pflicht	MBA
1	Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
	Selbststudium & Übungen (in Präsenzlehre oder synchroner Digitallehre)			keine formalen Voraussetzungen			25	deutsch
2	Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)							
	<u>Selbststudium: (112 h)</u>							
	(1) Angeleitete Wissensvermittlung, ca. 67 Stunden							
	a. Wissensvermittlung und -einübung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übung)							
	b. Ergänzende Angebote, z.B. über E-Learning Systeme der Hochschulen (u.a. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebote)							
	(2) Selbstständige Wissensvertiefung, ca. 45 Stunden							
	a. Lektüre der in den Lernbriefen angegebenen Literatur							
	b. Fallstudien und Diskussion in Lerngruppen							
	c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben							
	<u>Kontaktzeit: (38 h)</u>							
	(1) Präsenzübung, 24 Stunden							
	a. Übungsaufgaben und Fallstudien							
	b. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden							
	(2) Sonstiges, ca. 14 Stunden							
	a. Persönl. Rückfragen bei Lehrenden und/oder Mitarbeitern per Telefon oder E-Mail							
	b. zusätzliche Lehrangebote in Kleingruppen, Prüfung							
	c. Online-Sprechstunden							
3	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							

**Modulhandbuch für den weiterbildenden Master-Verbundstudiengang „General Management (MBA)“
des Fachbereichs Wirtschaft der Hochschule Bielefeld**

Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage:

- Ein Unternehmensleitbild mit den Elementen Vision, Mission und Zielbildung für ein international expandierendes Unternehmen eigenständig zu entwickeln und zu reflektieren.
- Expansionsentscheidungen im internationalen Kontext mit Blick auf Markbarrieren, Markteintrittsformen und Markterschließungen zu planen und durchzuführen.
- Strategische Marketingentscheidungen für eine internationale Expansion durchzuführen und den Erfolg dieser Maßnahmen zu evaluieren.
- Internationales Beschaffungsmanagement einzuschätzen (u.a. Make-Or-Buy-Decision, Global-Sourcing, Lieferprioritäten) und entsprechende Maßnahmen einzuleiten.
- Betriebswirtschaftliche Planungen hinsichtlich Personal, Auslastungen, Investitionen, Finanzen im internationalen Kontext anzuwenden und mit Blick auf den Erfolg zu evaluieren.
- Im Team zusammenzuarbeiten und gemeinsame Problem- und Fragestellungen im Kontext einer weltweiten Expansion eines Unternehmens zu bearbeiten und zu bewerten.

4	Inhalte
	<p>Im Rahmen des Moduls werden die Studierenden mit den folgenden Inhalten, Zusammenhängen und Themenstellungen vertraut gemacht:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zum Einsatz kommt die Management Simulation Topsisim - Going Global. - Die Simulation bildet sechs Wirtschaftsräume (Kontinente) mit unterschiedlichen Rahmenbedingungen ab. - In der Rolle der Unternehmensleitung erhalten die Studierenden den Auftrag, über neun Planungsperioden eine Internationalisierungsstrategie eines bislang regional agierenden Waschmaschinenherstellers zu entwickeln und umzusetzen. - Neben der Auslotung von Chancen und Risiken der Internationalisierung sind die standortspezifischen Stärken und Schwächen des eigenen Unternehmens auf den Expansionsprozess auszurichten. - Die gemeinsam im Team getroffenen Markteintrittsentscheidungen werden durch entsprechende Marktbearbeitungsstrategien umgesetzt und ggf. aufgrund der Expansionsstrategien konkurrierender Teams revidiert und entsprechend angepasst.
5	Prüfungsgestaltung
	<p>Gruppenpräsentation ODER Klausur</p>
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credits
	<p>Bestehen der Modulprüfung</p>
7	Stellenwert der Note in der Endnote
	<p>6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)</p>
8	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):
	<p>Verbundstudium Master General Management (MBA)</p>

9	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Schneider
10	Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

Internationales Projektmanagement								5-MGM-2.1
Nr.	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
2.1	150h	6	2. Sem.	jährlich	SoSe	1 Sem.	Pflicht	MBA
1	Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Selbststudium & Übungen (in Präsenzlehre oder synchroner Digitallehre)			keine formalen Voraussetzungen		25	deutsch	
2	Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)							
	<p><u>Selbststudium: (120 h)</u></p> <p>(1) Angeleitete Wissensvermittlung, ca. 75 Stunden</p> <p>a. Wissensvermittlung und -einübung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übung)</p> <p>b. Ergänzende Angebote, z.B. über E-Learning Systeme der Hochschulen (u.a. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebote)</p> <p>(2) Selbstständige Wissensvertiefung, ca. 45 Stunden</p> <p>a. Lektüre der in den Lernbriefen angegebenen Literatur</p> <p>b. Fallstudien und Diskussion in Lerngruppen</p> <p>c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben</p> <p><u>Kontaktzeit: (30 h)</u></p> <p>(1) Präsenzübung, 16 Stunden</p> <p>a. Übungsaufgaben und Fallstudien</p> <p>b. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden</p> <p>(2) Sonstiges, ca. 14 Stunden</p> <p>a. Persönl. Rückfragen bei Lehrenden und/oder Mitarbeitern per Telefon oder E-Mail</p> <p>b. zusätzliche Lehrangebote in Kleingruppen, Prüfung</p> <p>c. Online-Sprechstunden</p>							
3	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	<p>Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden sind in der Lage, vertiefende Kenntnisse im Management von Projekten, die durch räumliche, zeitliche und kulturelle Distanz geprägt sind, zu reproduzieren. - Die Studierenden sind in der Lage, Unterschiede zwischen „Standardprojekten“ und internationalen Projekten zu reflektieren und Implikationen für das Projektmanagement zu erschließen. - Die Studierenden können internationale Projektmanagementlösungen analysieren und bewerten. - Die Studierenden sind in der Lage, Projektmanagementlösungen zu entwickeln und Anpassungen von Standardmethoden für ein internationales Handlungsfeld vorzuschlagen und anzuwenden. - Die Studierenden können ein internationales Projektteam leiten und (potenzielle) Projektmanager/innen in ihren Managementkompetenzen für die erfolgreiche Abwicklung internationaler Projekte (weiter-)entwickeln. 							

**Modulhandbuch für den weiterbildenden Master-Verbundstudiengang „General Management (MBA)“
des Fachbereichs Wirtschaft der Hochschule Bielefeld**

- Die Studierenden können im Team Fragestellungen (Fallstudien) bearbeiten und diese vor der Seminaröffentlichkeit präsentieren sowie sich einer kritischen Diskussion stellen.

4	Inhalte
	<p>Im Rahmen des Moduls werden die Studierenden mit den folgenden Inhalten, Zusammenhängen und Themenstellungen vertraut gemacht:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Einführung in das Internationale Projektmanagement: Abgrenzung und Besonderheiten internationaler Projekte, neue Entwicklungslinien und Implikationen für das Projektmanagement – Interkulturelle Kompetenz und Diversity als Erfolgsfaktor für das Internationale Projektmanagement: Bedeutung, Erwerb und Verstetigung – Planung internationaler Projekte: Ressourcen und Tools – Führung und Organisation internationaler Projekte: Herausforderungen und Gestaltungsformen für die internationale Projektteamarbeit – Projektcontrolling im internationalen Handlungsfeld: Lösungsansätze im Spannungsfeld zwischen globaler Standardisierung und lokaler Differenzierung – Internationale/r Projektmanager/in: Soll-Kompetenzprofil und Kompetenzentwicklung – Managementhilfen für internationale Projekte: Tools und Templates – Praxisbeispiele und Case Studies zum Internationalen Projektmanagement
5	Prüfungsgestaltung
	<p>Klausur ODER Mündliche Prüfung</p>
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credits
	<p>Bestehen der Modulprüfung</p>
7	Stellenwert der Note in der Endnote
	<p>6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)</p>
8	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):
	<p>Verbundstudium Master General Management (MBA)</p>
9	Modulbeauftragte/r
	<p>Prof. Dr. Bartholomäus</p>
10	Sonstige Informationen
	<p>(1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)</p>

Managerial Accounting								5-MGM-2.2
Nr.	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
2.2	150h	6	2. Sem	jährlich	SoSe	1 Sem.	Pflicht	MBA
1	Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
	Selbststudium & Übungen (in Präsenzlehre oder synchroner Digitallehre)			keine formalen Voraussetzungen			25	englisch
2	Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)							
	<u>Selbststudium: (120 h)</u>							
	(1) Angeleitete Wissensvermittlung, ca. 75 Stunden							
	a. Wissensvermittlung und -einübung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übung)							
	b. Ergänzende Angebote, z.B. über E-Learning Systeme der Hochschulen (u.a. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebote)							
	(2) Selbstständige Wissensvertiefung, ca. 45 Stunden							
	a. Lektüre der in den Lernbriefen angegebenen Literatur							
	b. Fallstudien und Diskussion in Lerngruppen							
	c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben							
	<u>Kontaktzeit: (30 h)</u>							
	(1) Präsenzübung, 16 Stunden							
	a. Übungsaufgaben und Fallstudien							
	b. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden							
	(2) Sonstiges, ca. 14 Stunden							
	a. Persönl. Rückfragen bei Lehrenden und/oder Mitarbeitern per Telefon oder E-Mail							
	b. zusätzliche Lehrangebote in Kleingruppen, Prüfung							
	c. Online-Sprechstunden							
3	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen Studierende über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten:							
	<ul style="list-style-type: none"> - Sie können die Kernfunktionen des Controllings (Planung, Kontrolle, Koordination und Informationsversorgung) in Großunternehmen einordnen sowie Anforderungen an das Controlling erklären und bewerten. - Sie verstehen die Schnittstellenfunktion des Controllings und die Zusammenarbeit zwischen Controlling und anderen Unternehmensbereichen (insb. internes und externes Rechnungswesen und Finanzbereich). - Sie verstehen die Servicefunktion des Controllings bei der Entscheidungsfindung. - Sie können verschiedene quantitative und qualitative Instrumente des Controllings im Kontext nationaler und internationaler Geschäftstätigkeit zur Lösung betriebswirtschaftlicher Problemstellungen anwenden. - Sie können Informationen adressatengerecht aufbereiten und präsentieren. - Sie können eine Kennzahlenanalyse durchführen und deren Ergebnisse beurteilen. - Sie können eine Planung inkl. der zugehörigen Kontrolle selbständig durchführen. - Sie sind in der Lage, Materialien und Informationen aus der aktuellen Fachliteratur zu beschaffen, zu analysieren und kritisch zu interpretieren. 							
	<ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden können im Team Fragestellungen (Fallstudien) bearbeiten und diese vor der Seminaröffentlichkeit präsentieren sowie sich einer kritischen Diskussion stellen. 							

4	<p>Inhalte</p> <p>Im Rahmen des Moduls werden die Studierenden mit den folgenden Inhalten, Zusammenhängen und Themenstellungen vertraut gemacht.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Datenbeschaffung und Datenaufbereitung – Reporting (Informationsversorgung) – Planung / Budgetierung und Kontrolle – Kennzahlen und Kennzahlenanalyse – Kostenanalyse und Kostenmanagement – Analyse von Einflussparametern der betriebswirtschaftlichen Entscheidungsfindung wie z.B. Zeit, Komplexität, Skaleneffekten – Ausgewählte Aspekte der Risikoanalyse – Ausgewählte Aspekte der wertorientierten Steuerung – Ausgewählte Aspekte des Controllings in verschiedenen Funktionsbereichen – Ausgewählte Aspekte des Performance Measurement
5	<p>Prüfungsgestaltung</p> <p>Klausur ODER Mündliche Prüfung</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credits</p> <p>Bestehen der Modulprüfung</p>
7	<p>Stellenwert der Note in der Endnote</p> <p>6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):</p> <p>Verbundstudium Master General Management (MBA)</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Brandau</p>
10	<p>Sonstige Informationen</p> <p>(1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)</p>

Managerial Accounting								5-MGM-2.2
Nr.	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
2.2	150h	6	2. Sem	jährlich	SoSe	1 Sem.	Pflicht	MBA
1	Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
	Selbststudium & Übungen (in Präsenzlehre oder synchroner Digitallehre)			Keine formalen Voraussetzungen			25	englisch
2	Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)							
	<p><u>Self-study: (120 h)</u> (1) Knowledge transfer, approx. 75 hours <i>a. Single-/teamwork, active learning with teaching materials</i> <i>b. International economics skills training with supplementary learning materials and media</i> (2) Knowledge consolidation, approx. 45 hours <i>a. Reading list</i> <i>b. Case studies</i></p> <p><u>Contact time: (30 h)</u> (1) In-class training, 16 hours <i>a. Lecture, single-/teamwork</i> <i>b. Case studies</i> <i>c. Presentations</i> (2) Other, approx. 14 hours <i>a. Consultation hour</i> <i>b. Questions and answers (phone calls or conferences, online conferences, e-mails)</i> <i>c. Online Consultation hours</i></p>							
3	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	<p>After successfully completing this module students dispose of the following knowledge and skills:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Students are able to classify the core functions of management accounting (planning, monitoring, coordination and information supply) in large and medium-sized companies and are capable to explain and evaluate the requirements of management accounting. – Students understand the interface function of management accounting and the cooperation between management accounting and other divisions (especially internal and external accounting and the finance department). – Students understand management accounting as a service function for the decision-making process. – Students are able to use different qualitative and quantitative instruments of management accounting in the context of national and international business transactions for solving economic problems. – Students are able to edit and present information in the appropriate format for various clients in the corporate context. – Students are able to conduct analyses of ratios and key performance indicators and to evaluate the results. 							

	<ul style="list-style-type: none"> – In addition to professional and methodological competences, this module addresses also students' social competences. This is achieved by exercises and case studies, which provide a basis for the teamwork in the sessions. The students learn to interact and work in teams and present their results in class. In this context, students also learn to critically evaluate and discuss their results with an informed audience.
4	<p>Inhalte</p> <p>In this module the students become acquainted with the following contents, contexts and themes:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Data collection and data processing – Reporting (information supply) – Planning, budgeting and monitoring – Key performance indicators and ratio analysis – Cost analysis and cost management – Analysis of the influence factors of economic decision-making such as time, complexity and economies of scale – Selected aspects of risk analysis – Selected aspects of value-based management – Selected aspects of management accounting in different functions – Selected aspects of performance measurement
5	<p>Prüfungsgestaltung</p> <p>Written exam OR Oral exam</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credits</p> <p>Bestehen der Modulprüfung</p>
7	<p>Stellenwert der Note in der Endnote</p> <p>6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):</p> <p>Verbundstudium Master General Management (MBA)</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Brandau</p>
10	<p>Sonstige Informationen</p> <p>(1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)</p>

Quantitative (Forschungs-) Methoden								5-MGM-2.3
Nr.	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
2.3	150h	6	2. Sem	jährlich	SoSe	1 Sem.	Pflicht	MBA
1	Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppeng	Sprache
	Selbststudium & Übungen (in Präsenzlehre oder synchroner Digitallehre)			keine formalen Voraussetzungen; jedoch Kenntnisse in Grundlagen der Statistik (beschreibende Statistik und statistische Grafiken, Regressionsanalyse, Wahrscheinlichkeitsrechnung und Testtheorie) sowie der Mathematik für Ökonomen (vor allem der linearen Algebra) hilfreich			25	deutsch
2	Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)							
	<p><u>Selbststudium: (120 h)</u></p> <p>(1) Angeleitete Wissensvermittlung, ca. 75 Stunden</p> <p>a. Wissensvermittlung und -einübung durch Vorlesung, Übung und Skript, Literatur</p> <p>b. Ergänzende Angebote, u.a. Übungsmaterial, multimediale Lernangebote</p> <p>(2) Selbstständige Wissensvertiefung, ca. 45 Stunden</p> <p>a. Lektüre der angegebenen Literatur</p> <p>b. Fallstudien und Diskussion in Lerngruppen</p> <p>c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben</p> <p><u>Kontaktzeit: (30 h)</u></p> <p>(1) Präsenzübung, 16 Stunden</p> <p>a. Übungsaufgaben und Fallstudien</p> <p>b. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden</p> <p>(2) Sonstiges, ca. 14 Stunden</p> <p>a. Persönl. Rückfragen bei Lehrenden und/oder Mitarbeitern per Telefon oder E-Mail</p> <p>b. zusätzliche Lehrangebote in Kleingruppen, Prüfung</p>							
3	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	<p>Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen Studierende über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden können einen Fragebogen entsprechend eines Untersuchungszieles entwickeln. - Die Studierenden können diesen mit auf die Fragehypothesen ausgewählten statistischen Verfahren (siehe unter Inhalten zu Lernergebnissen) analysieren, die Ergebnisse bewerten und aufbereiten. - Die Studierenden sind in der Lage die Grundlagen der statistischen Clusteranalyse anzuwenden. - Die Studierenden können im Team Fragestellungen (Fallstudien) bearbeiten und diese vor der Seminaröffentlichkeit präsentieren sowie sich einer kritischen Diskussion stellen. 							

4	Inhalte
	<p>Im Rahmen des Moduls werden die Studierenden mit den folgenden Inhalten, Zusammenhängen und Themenstellungen vertraut gemacht:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wiederholung statistischer Grundlagen - Einführung in Statistiksoftware - wissenschaftliche Texte erstellen mit markdown und R (Rmarkdown) - hypothesengestützter Fragebogaufbau - Kontingenztabellenanalyse - Korrelationshypothesen - Vergleich von 2 Stichproben - Regressionen (- mit Dummy Werten, multiple -, logistische -), Anova - Grundlagen der Clusteranalyse
5	Prüfungsgestaltung
	<p>Klausur ODER Mündliche Prüfung</p>
6	Voraussetzung für die Vergabe von Credits
	<p>Bestehen der Modulprüfung</p>
7	Stellenwert der Note in der Endnote
	<p>6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)</p>
8	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):
	<p>Verbundstudium Master General Management (MBA)</p>
9	Modulbeauftragte/r
	<p>Prof. Dr. Kohn</p>
10	Sonstige Informationen
	<p>(1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)</p>

Seminar zur Corporate Social Responsibility								5-MGM-2.4
Nr.	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
2.4	150h	6	2. Sem.	jährlich	SoSe	1 Sem.	Pflicht	MBA
1	Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
	Selbststudium & Übungen (in Präsenzlehre oder synchroner Digitallehre)			keine formalen Voraussetzungen; jedoch Kenntnisse auf dem Gebiet der Präsentations-techniken hilfreich			25	deutsch
2	Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)							
	<p><u>Selbststudium: (112 h)</u></p> <p>(1) Selbständiger Wissenserwerb und -vertiefung, ca. 30 Stunden</p> <p>a. Studium der relevanten Literatur zum Seminarthema</p> <p>b. Ergänzende Angebote, z.B. über E-Learning Systeme der Hochschulen (u.a. zusätzliche Skripte zum wissenschaftlichen Arbeiten, Übungsmaterial, multimediale Lernangebote)</p> <p>(2) Selbstständige Erarbeitung des Seminarthemas, ca. 82 Stunden</p> <p>a. Auswertung der relevanten Literatur sowie ggf. qualitativer oder quantitativer empirischer Daten</p> <p>b. Anfertigung der Hausarbeit</p> <p><u>Kontaktzeit: (38 h)</u></p> <p>(1) Präsenzübung, 24 Stunden</p> <p>a. Kick-Off Veranstaltung zum Seminar mit allen Teilnehmern</p> <p>b. Präsentation der Themen im Plenum aller Teilnehmer</p> <p>(2) Sonstiges, ca. 14 Stunden</p> <p>a. Persönl. Rückfragen bei Lehrenden und/oder Mitarbeitern per Telefon oder E-Mail</p> <p>b. zusätzliche Lehrangebote in Kleingruppen</p> <p>c. Online-Sprechstunden</p>							
3	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	<p>Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen Studierende über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sie können konkrete Fragestellungen der Betriebswirtschaftslehre - hier mit Fokus auf Corporate Social Responsibility - thematisch einordnen, mit Hilfe geeigneter Instrumente analysieren und wissenschaftlich fundiert bearbeiten sowie konkrete Handlungsempfehlungen daraus ableiten. - Sie sind in der Lage, sich den aktuellen Forschungsstand aus der Fachliteratur zu erarbeiten, zu analysieren und kritisch zu reflektieren. - Sie sind zu einer eigenständigen Subsumierung eines abgeschlossenen Themengebietes der Betriebswirtschaftslehre in Form einer kurzen wissenschaftlichen Arbeit in der Lage. Sie wählen hierzu eine geeignete qualitativ oder quantitativ orientierte Forschungsstrategie aus und sind in der Lage diese selbständig und kritisch reflektierend umzusetzen. 							

4	<p>Inhalte</p> <p>Die Inhalte (Seminarthemen) dieser Veranstaltung werden vom jeweiligen Lehrenden festgelegt und orientieren sich insbesondere an aktuellen Entwicklungen und Problemen der betriebswirtschaftlichen Forschung und Praxis mit Fokus auf Corporate Social Responsibility, Corporate Citizenship und Nachhaltigkeit.</p> <p>Daneben werden im Kick-Off bzw. in Kooperation mit Bildungs- und Beratungsangeboten der FH Bielefeld folgende Themen adressiert:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens – Grundlagen der Corporate Social Responsibility – Forschungsstrategien; empirische Erhebungen (qualitativ/quantitativ) – Möglichkeiten der (internationalen) Literaturrecherche (in Kooperation mit der FH Bibliothek) – Strategien wissenschaftlichen Schreibens (in Kooperation mit der Schreibwerkstatt der FH)
5	<p>Prüfungsgestaltung</p> <p>Kombinationsprüfung: Hausarbeit UND Referat</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credits</p> <p>Bestehen der Modulprüfung</p>
7	<p>Stellenwert der Note in der Endnote</p> <p>6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):</p> <p>Verbundstudium Master General Management (MBA)</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Kampe</p>
10	<p>Sonstige Informationen</p> <p>(1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)</p>

Internationales Marketing								5-MGM-3.1
Nr.	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
3.1	150h	6	3. Sem.	jährlich	WiSe	1 Sem.	Pflicht	MBA
1	Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
	Selbststudium & Übungen (in Präsenzlehre oder synchroner Digitallehre)			keine formalen Voraussetzungen; jedoch Kenntnisse aus dem Modul „Unternehmenssimulation: Going Global“ hilfreich			25	deutsch
2	Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)							
	Selbststudium: (120 h)							
	(1) Angeleitete Wissensvermittlung, ca. 75 Stunden							
	a. Wissensvermittlung und -einübung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übung)							
	b. Ergänzende Angebote, z.B. über E-Learning Systeme der Hochschulen (u.a. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebote)							
	(2) Selbstständige Wissensvertiefung, ca. 45 Stunden							
	a. Lektüre der in den Lernbriefen angegebenen Literatur							
	b. Fallstudien und Diskussion in Lerngruppen							
	c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben							
	Kontaktzeit: (30 h)							
	(1) Präsenzübung, 16 Stunden							
	a. Übungsaufgaben, insb. Fallstudien							
	b. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden							
	(2) Sonstiges, ca. 14 Stunden							
	a. Persönl. Rückfragen bei Lehrenden und/oder Mitarbeitern per Telefon oder E-Mail							
	b. zusätzliche Lehrangebote in Kleingruppen, Prüfung							
	c. Online-Sprechstunden							
3	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen Studierende über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten:							
	<ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls strategische Marketingfragestellungen auf einen internationalen Kontext übertragen. - Sie sind in der Lage, anhand konkreter Beispiele die Zielplanung im Rahmen des internationalen strategischen Marketings vornehmen. - Darüber hinaus können Studierende nach Abschluss dieses Moduls, auf Basis vorliegender Informationen eigene Entscheidungen zur Auswahl zukünftiger Auslandsmärkte treffen. - Sie sind in der Lage, grundlegende Analysen zur Erstellung einer internationalen Marktbearbeitungsstrategie durchzuführen und deren Ergebnisse zu interpretieren. - Die Studierenden können bei marketingpolitischen Fragestellungen im internationalen Kontext konkrete Lösungen entwickeln. - Studierende dieses Moduls sind darüber hinaus in der Lage, die Anwendung des marketingpolitischen Instrumentariums um digitale Aspekte zu erweitern. - Darüber hinaus ist es den Studierenden nach Abschluss dieses Moduls möglich, das um digitale Aspekte erweiterte marketingpolitische Instrumentarium zur Lösung konkreter Problemstellungen im internationalen Kontext einzusetzen. 							

	<ul style="list-style-type: none"> - Studierende werden mit Abschluss dieses Moduls in der Lage sein, konkrete, fallbezogene Ergebnisse zu präsentieren und diese argumentativ im Rahmen einer Diskussion zu verteidigen. Wichtige Querschnittsfunktionen werden angewendet und deren Übertragbarkeit auf Fachprobleme dargestellt.
4	<p>Inhalte</p> <p>Im Rahmen des Moduls werden die Studierenden mit den folgenden Inhalten, Zusammenhängen und Themenstellungen vertraut gemacht:</p> <p>Strategische Aspekte des internationalen Marketings</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rahmenbedingungen des internationalen Marketings - Organisation des Marketings im internationalen Kontext - Planungsprozess des internationalen Marketings - Internationale Marktforschung - Strategische internationale Zielplanung - Auswahl von Auslandsmärkten - Strategien des Auslandsmarkteintritts - Internationale Marktbearbeitungsstrategien <p>Operative Aspekte des internationalen Marketings</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aspekte des internationalen Produktmanagements - Aspekte des internationalen Preismanagements - Aspekte des internationalen Kommunikationsmanagements - Aspekte des internationalen Distributionsmanagements - Marketing-Controlling im internationalen Kontext <p>Digitalisierungsprozesse im internationalen Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlegende Aspekte des digitalen Marketings - Möglichkeiten des digitalen Marketings im internationalen Kontext - Implementierung digitaler Prozesse in das internationale strategische Marketing - Implementierung digitaler Prozesse in das internationale operative Marketing
5	<p>Prüfungsgestaltung</p> <p>Klausur ODER Mündliche Prüfung</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credits</p> <p>Bestehen der Modulprüfung</p>
7	<p>Stellenwert der Note in der Endnote</p> <p>6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):</p> <p>Verbundstudium Master General Management (MBA)</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Stegemann</p>
10	<p>Sonstige Informationen</p> <p>(1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)</p>

Global Sourcing and Operations Management								5-MGM-3.2
Nr.	Workload	Credits ^ε	Studien-semester	Häufigkeit ^η	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
3.2	150h	6	3. Sem	jährlich	WiSe	1 Sem.	Pflicht	MBA
1	Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
	Selbststudium & Übungen (in Präsenzlehre oder synchroner Digitallehre)			keine formalen Voraussetzungen; jedoch Kompetenzen aus dem Modul „Internationales Projektmanagement“ hilfreich; Aspekte aus den Modulen „Unternehmenssimulation“ und „Managerial Accounting“ werden aufgegriffen und vertieft.			25	englisch
2	Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)							
	<p><u>Selbststudium: (120 h)</u></p> <p>(1) Angeleitete Wissensvermittlung, ca. 75 Stunden</p> <p>a. Wissensvermittlung und -einübung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übung)</p> <p>b. Ergänzende Angebote, z.B. über E-Learning Systeme der Hochschulen (u.a. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebote)</p> <p>(2) Selbstständige Wissensvertiefung, ca. 45 Stunden</p> <p>a. Lektüre der in den Lernbriefen angegebenen Literatur</p> <p>b. Fallstudien und Diskussion in Lerngruppen</p> <p>c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben</p> <p><u>Kontaktzeit: (30 h)</u></p> <p>(1) Präsenzübung, 16 Stunden</p> <p>a. Übungsaufgaben und Fallstudien</p> <p>b. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden</p> <p>(2) Sonstiges, ca. 14 Stunden</p> <p>a. Persönl. Rückfragen bei Lehrenden und/oder Mitarbeitern per Telefon oder E-Mail</p> <p>b. zusätzliche Lehrangebote in Kleingruppen, Prüfung</p> <p>c. Online-Sprechstunden</p>							
3	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	<p>Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen Studierende über folgende Kenntnisse Die Studierenden können die wesentlichen strategischen Entscheidungen und Werkzeuge im Rahmen der globalen Beschaffung und des Operations Managements auf Unternehmen anwenden.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Die Studierenden sind in der Lage, die Effizienz und Effektivität von globalen Beschaffungs-, Produktions- und Dienstleistungsprozessen zu bewerten und zu erhöhen. 							
	<ul style="list-style-type: none"> – Die Studierenden können geeignete Strategien für globale Beschaffungs-, Produktions- und Dienstleistungsprozesse anhand der Eigenschaften von Produkten und Dienstleistungen sowie des Unternehmens und der Absatz- und Beschaffungsmärkte entwickeln. – Dabei können Sie auch ethische, soziale und Umweltaspekte kritisch beurteilen. – Die Studierenden können im Team Fragestellungen (Fallstudien) bearbeiten und diese vor der Seminaröffentlichkeit präsentieren sowie sich einer kritischen Diskussion stellen. – Es werden wichtige Querschnittsfunktionen angewendet und deren Übertragbarkeit auf Fachprobleme dargestellt. 							

4	<p>Inhalte</p> <p>Im Rahmen des Moduls werden die Studierenden mit den folgenden Inhalten, Zusammenhängen und Themenstellungen vertraut gemacht:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Einführung: Definition, Bedeutung, wesentliche strategische Entscheidungen und Einflussfaktoren des globalen Beschaffungsmanagements und Operations Managements – Objekte und Werkzeuge des globalen Beschaffungsmanagements und Operations Managements: z. B. Güter und Dienstleistungen, Fisher’s Functional vs. Innovative Products, Produktion und Produktivität, Messen von Produktivität, Kraljic’s Supply Matrix, Make-or-Buy und Make-and-Buy, Auktionen, e-Sourcing, Verhandlungen, Länder- und Lieferantenauswahl und –bewertung (Nutzwertanalyse und Analytical Hierarchy Process, Kennzahlen, ABC-Analyse), Portfolioanalyse, Total Cost of Ownership – Entwicklung und Umsetzung einer globalen Beschaffungs- und Operationsstrategie: Mission und Strategie, Wettbewerbsvorteile, Erfolgsfaktoren und Kernkompetenzen, ethische, soziale und Umweltaspekte (Green Sourcing)
5	<p>Prüfungsgestaltung</p> <p>Klausur ODER Mündliche Prüfung</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credits</p> <p>Bestehen der Modulprüfung</p>
7	<p>Stellenwert der Note in der Endnote</p> <p>6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):</p> <p>Verbundstudium Master General Management (MBA)</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Dopslaf</p>
10	<p>Sonstige Informationen</p> <p>(1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)</p>

Global Sourcing and Operations Management								5-MGM-3.2
Nr.	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
3.2	150h	6	3. Sem	jährlich	WiSe	1 Sem.	Pflicht	MBA
1	Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
	Selbststudium & Übungen (in Präsenzlehre oder synchroner Digitallehre)			keine formalen Voraussetzungen; jedoch Kompetenzen aus dem Modul „Internationales Projektmanagement“ hilfreich; Aspekte aus den Modulen „Unternehmenssimulation“ und „Managerial Accounting“ werden aufgegriffen und vertieft.			25	englisch
2	Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)							
	<p>Self-study: (120 h)</p> <p>(1) Knowledge transfer, approx. 75 hours</p> <p> a. Single-/teamwork, active learning with teaching materials</p> <p> b. International economics skills training with supplementary learning materials and media</p> <p>(2) Knowledge consolidation, approx. 45 hours</p> <p> a. Reading list</p> <p> b. Case studies</p> <p>Contact time: (30 h)</p> <p>(1) In-class training, 16 hours</p> <p> a. Lecture, single-/teamwork</p> <p> b. Case studies</p> <p> c. Presentations</p> <p>(2) Other, approx. 14 hours</p> <p> a. Consultation hour</p> <p> b. Questions and answers (phone calls or conferences, online conferences, e-mails)</p> <p> c. Online consultation hours</p>							
3	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	<p>After successfully completing this course, students will have acquired the following knowledge and skills:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Students are able to define and explain global sourcing and operations management (management of production and service processes). - Students are aware of the importance of global sourcing and operations management. - Students understand the advantages and risks of global sourcing and outsourcing. - Students can apply important strategic decisions and tools in the context of global sourcing and operations management to companies. 							

	<ul style="list-style-type: none"> - Students are able to assess and increase the efficiency and effectiveness of global sourcing, production and service processes. - Students can develop suitable strategies for global sourcing and operations management based on the characteristics of products and services as well as the company and the sales and sourcing market. - Students are able to critically assess ethical, social, and environmental aspects of global sourcing and operations management. - In addition to professional and methodological competence, this module also addresses the social competence. The classroom sessions are based on case studies. The students learn to solve them in teams and to present their solutions to their peers and instructors and to face a critical discussion.
4	<p>Inhalte</p> <p>This module will convey the following contents, relationships, and topics:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Introduction: definition, significance, essential decisions and influential factors of global sourcing and operations management - Objects and tools of global sourcing and operations management: e.g. goods and services, Fisher’s functional vs. innovative products, production and productivity, measuring productivity, Kraljic’s supply matrix, make-or-buy and make-and-buy, auctions, e-sourcing, negotiations, country and supplier selection and assessment (scoring method and analytical hierarchy process, key performance indicators, ABC analysis), portfolio analysis, total cost of ownership - Developing and implementing a global sourcing and operations strategy: mission and strategy, competitive advantage, success factors and core competencies, ethical, social, and environmental aspects (green sourcing)
5	<p>Prüfungsgestaltung</p> <p>Written Exam OR Oral Exam</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credits</p> <p>Bestehen der Modulprüfung</p>
7	<p>Stellenwert der Note in der Endnote</p> <p>6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):</p> <p>Verbundstudium Master General Management (MBA)</p>
9	<p>Modulbeauftragte/ r</p> <p>Prof. Dr. Dopslaf</p>
10	<p>Sonstige Informationen</p> <p>(1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)</p>

Internationales Wirtschaftsrecht								5-MGM-3.3
Nr.	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
3.3	150h	6	3. Sem	jährlich	WiSe	1 Sem.	Pflicht	MBA
1	Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Selbststudium & Übungen (in Präsenzlehre oder synchroner Digitallehre)			keine formalen Voraussetzungen		25	deutsch	
2	Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)							
	<p>Selbststudium: (120 h)</p> <p>(1) Angeleitete Wissensvermittlung, ca. 75 Stunden</p> <p>a. Wissensvermittlung und -übung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übung)</p> <p>b. Ergänzende Angebote, z.B. über E-Learning Systeme der Hochschulen (u.a. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebote)</p> <p>(2) Selbstständige Wissensvertiefung, ca. 45 Stunden</p> <p>a. Lektüre der in den Lernbriefen angegebenen Literatur</p> <p>b. Fallstudien und Diskussion in Lerngruppen</p> <p>c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben</p> <p>Kontaktzeit: (30 h)</p> <p>(1) Präsenzübung, 16 Stunden</p> <p>a. Übungsaufgaben und Fallstudien</p> <p>b. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden</p> <p>(2) Sonstiges, ca. 14 Stunden</p> <p>a. Persönl. Rückfragen bei Lehrenden und/oder Mitarbeitern per Telefon oder E-Mail</p> <p>b. zusätzliche Lehrangebote in Kleingruppen, Prüfung</p> <p>c. Online-Sprechstunden</p>							
3	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	<p>Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden sind in der Lage, grenzüberschreitende Geschäftsvorgänge juristisch einzuordnen. - Die Studierenden können bei Fällen mit Auslandsberührung das anwendbare Recht und das international zuständige Gericht bestimmen, sind sich der Bedeutung von Gerichtsstandsklauseln bewusst und sind in der Lage, diese wirksam zu formulieren. - Die Studierenden sind in der Lage, Unterschiede zwischen dem nationalen und dem international geltenden Kaufrecht (CISG) zu reflektieren, können die Vor- und Nachteile des UN-Kaufrechts aus Importeur- oder Exporteursicht benennen und sind in der Lage abzuschätzen, ob sie dieses Recht vereinbaren oder ausschließen sollen. - Die Studierenden können die Regeln des Internationalen Transportrechts (z.B. CMR) anwenden, kennen die Bedeutung der INCOTERMS und können ohne Hinzuziehung eines Juristen die für das Unternehmen vorteilhaften INCOTERMS einbeziehen. - Die Studierenden kennen die Grundlagen des Europäischen Wirtschaftsrechts, und können im Hinblick auf eine grenzüberschreitende Tätigkeit in der EU, die Rechte, die aus den Grundfreiheiten abgeleitet werden, erschließen. 							
	<ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden können bei internationalen Transaktionen als kompetente und kritische Geschäftspartner der betreuenden Juristen auftreten. - Die Studierenden können im Team Fragestellungen (Fallstudien) bearbeiten und diese vor der Seminaröffentlichkeit präsentieren sowie sich einer kritischen Diskussion stellen. 							

4	<p>Inhalte</p> <p>Im Rahmen des Moduls werden die Studierenden mit den folgenden Inhalten, Zusammenhängen und Themenstellungen vertraut gemacht.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Internationales Privatrecht (autonomes Kollisionsrecht und EU-Verordnungen ROM I und ROM II), Europäisches Zivilprozessrecht (EuGVVO in der Fassung der VO Nr. 1215/12), – Kaufvertragsabschluss, Rechte und Pflichten der Kaufvertragsparteien, Vertragsmäßigkeit der Ware nach UN-Kaufrecht (CISG), – Internationales Transportrecht (CMR etc.) und Bedeutung der INCOTERMS, – Grundlagen des Europäischen Wirtschaftsrechts mit Schwerpunktsetzung auf die Grundfreiheiten der EU (Freier Waren- und Personenverkehr, Dienstleistungs- und Kapitalverkehr) – Fallstudien zum Internationalen Privatrecht, UN-Kaufrecht und Europäischen Wirtschaftsrecht
5	<p>Prüfungsgestaltung</p> <p>Klausur ODER Mündliche Prüfung</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credits</p> <p>Bestehen der Modulprüfung</p>
7	<p>Stellenwert der Note in der Endnote</p> <p>6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):</p> <p>Verbundstudium Master General Management (MBA)</p>
9	<p>Modulbeauftragte/ r</p> <p>Prof. Dr. jur. Tekidou-Kühlke MLE, LL.M.</p>
10	<p>Sonstige Informationen</p> <p>(1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)</p>

Praxis-Projekt								5-MGM-3.4
Nr.	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
3.4	150h	6	3. Sem.	jährlich	WiSe	1 Sem.	Pflicht	MBA
1	Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
	Selbststudium & Übungen (in Präsenzlehre oder synchroner Digitallehre)			keine formalen Voraussetzungen; jedoch Wissen aus den Modulen des ersten und zweiten Semesters hilfreich			25	deutsch
2	Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)							
	<p><u>Selbststudium: (112 h)</u></p> <p>(1) Angeleitete Wissensvermittlung, ca. 67 Stunden</p> <p>a. Wissensvermittlung und -einübung durch projektbegleitend bereitgestelltes Material</p> <p>b. Ergänzende Angebote, z.B. über E-Learning Systeme der Hochschulen (u.a. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebote)</p> <p>(2) Selbstständige Wissensvertiefung, ca. 45 Stunden</p> <p>a. Lektüre der zum jeweiligen Thema angegebenen Literatur</p> <p>b. Diskussion in Lern- bzw. Projektgruppen</p> <p>c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben</p> <p><u>Kontaktzeit: (38 h)</u></p> <p>(1) Präsenzübung, 24 Stunden</p> <p>a. Projekt-Kick-Off- mit allen Teilnehmern</p> <p>b. Projektbegleitende Termine in den jeweiligen Gruppen</p> <p>(2) Sonstiges, ca. 14 Stunden</p> <p>a. Persönl. Rückfragen bei Lehrenden und/oder Mitarbeitern per Telefon oder E-Mail</p> <p>b. zusätzliche Lehrangebote in Kleingruppen, Prüfung</p> <p>c. Online-Sprechstunden</p>							
3	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	<p>Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sie sind in der Lage, im Team zu arbeiten und das Projekt nach den Maßgaben des Projektmanagements zu steuern. - Sie können aktuelle Unternehmenssituationen verstehen, einordnen und kritisch beurteilen und ihre Relevanz für die Unternehmensführung einordnen. - Sie können konkrete projektorientierte betriebswirtschaftliche Fragestellungen im Unternehmenskontext einordnen, mit Hilfe geeigneter Instrumente und Methoden analysieren und bearbeiten, sowie konkrete Handlungsempfehlungen für ein Unternehmen daraus ableiten. - Sie sind in der Lage, Materialien und Informationen aus der aktuellen Fachliteratur zu beschaffen, zu analysieren, kritisch zu interpretieren und einen wissenschaftlichen Diskurs darüber zu führen. - Sie sind zu einer eigenständigen Subsummierung eines abgeschlossenen Themengebiet in Form einer wissenschaftlichen Arbeit in der Lage. 							

	<ul style="list-style-type: none"> - Sie können Arbeitsergebnissen unter Berücksichtigung erforderlicher Präsentationstechniken vor einer größeren Gruppe präsentieren, sich der Kritik der Gruppe stellen und den Sachverhalt argumentativ verteidigen. - Es werden wichtige Querschnittsfunktionen angewendet und deren Übertragbarkeit auf Fachprobleme dargestellt.
4	<p>Inhalte</p> <p>Die Inhalte dieser Veranstaltung werden vom jeweiligen Lehrenden in Kooperation mit einem oder mehreren Unternehmen aktuell festgelegt. Daher findet sich hier kein genauer Inhaltskatalog, sondern wird jedes Semester neu festgelegt.</p> <p>Gegenstand der Veranstaltung ist die vertiefende Betrachtung aktueller betriebswirtschaftlicher Themen im projektbezogenen Unternehmenskontext (z.B. Corporate Governance und Compliance, Steuerung von Netzwerkstrukturen, Integration von Planung und Risk Management, internationales Performancemanagement).</p> <p>Die jeweilige praxisorientierte Anwendung der Instrumente und wissenschaftlichen Methoden steht im Vordergrund.</p>
5	<p>Prüfungsgestaltung</p> <p>Projektarbeit (Präsentation ggf. im Unternehmen)</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credits</p> <p>Bestehen der Modulprüfung</p>
7	<p>Stellenwert der Note in der Endnote</p> <p>6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):</p> <p>Verbundstudium Master General Management (MBA)</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Eusterbrock</p>
10	<p>Sonstige Informationen</p> <p>(1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)</p>

Strategie und Innovationsmanagement								5-MGM-4.1
Nr.	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
4.1	150h	6	4. Sem.	jährlich	SoSe	1 Sem.	Pflicht	MBA
1	Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
	Selbststudium & Übungen (in Präsenzlehre oder synchroner Digitallehre)			keine formalen Voraussetzungen; jedoch insbes. Führungskompetenzen aus den Modulen „Internationales Personalmanagement“ und „Internationales Projektmanagement“ hilfreich; Aspekte aus den Modulen „Unternehmenssimulation“ und „Praxis-Projekt“ werden aufgegriffen und vertieft.			25	deutsch
2	Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)							
	Selbststudium: (120 h)							
	(1) Angeleitete Wissensvermittlung, ca. 75 Stunden							
	a. Wissensvermittlung und -einübung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übung)							
	b. Ergänzende Angebote, z.B. über E-Learning Systeme der Hochschulen (u.a. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebote)							
	(2) Selbstständige Wissensvertiefung, ca. 45 Stunden							
	a. Lektüre der in den Lernbriefen angegebenen Literatur							
	b. Fallstudien und Diskussion in Lerngruppen							
	c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben							
	Kontaktzeit: (30 h)							
	(1) Präsenzübung, 16 Stunden							
	a. Übungsaufgaben und Fallstudien							
	b. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden							
	(2) Sonstiges, ca. 14 Stunden							
	a. Persönl. Rückfragen bei Lehrenden und/oder Mitarbeitern per Telefon oder E-Mail							
	b. zusätzliche Lehrangebote in Kleingruppen, Prüfung							
	c. Online-Sprechstunden							
3	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen Studierende über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten:							
	– Die Studierenden sind in der Lage, Potentiale und Herausforderungen der Führung von Unternehmen und der Realisation von Innovationen situationsabhängig herauszuarbeiten, zu systematisieren und zu bewerten.							
	– Sie können die relevanten internen und externen Rahmenbedingungen des (Innovations-) Managements von Unternehmen analysieren und beurteilen.							
	– Studierende sind in der Lage, die Auswirkungen strategischer Entscheidungen auf die unterschiedlichen Anspruchsgruppen des Unternehmens einzuschätzen; sie können die ethischen und gesellschaftlichen Konsequenzen ihres Führungshandelns schlussfolgern.							
	– Sie können strategische Managementtheorien und -schulen erläutern, auf praktische Anwendungsfälle übertragen und konkrete Unternehmens- und Geschäftsfeldstrategien ableiten.							

	<ul style="list-style-type: none"> - Sie sind in der Lage, verschiedene Optionen bezüglich der Strukturen von internationalen Unternehmen aufzuzeigen, situationsabhängig einzuschätzen und praktische Implikationen abzuleiten. - Studierende können Strukturen für Innovationen analysieren, beurteilen und gestalten; sie können Instrumente zur Schaffung und Bewertung innovativer Ideen anwenden und weiterentwickeln. - Die Studierenden können im Team Fragestellungen (Fallstudien) bearbeiten und diese vor der Seminaröffentlichkeit präsentieren sowie sich einer kritischen Diskussion stellen. - Es werden wichtige Querschnittsfunktionen angewendet und deren Übertragbarkeit auf Fachprobleme dargestellt.
4	<p>Inhalte</p> <p>Im Rahmen des Moduls werden die Studierenden mit den folgenden Inhalten, Zusammenhängen und Themenstellungen vertraut gemacht:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen: Begriff des Strategischen Managements und des Innovationsmanagements, institutionelle vs. funktionale Perspektive, Management als professionalisierte Form der Führung - Kontext: Anspruchsgruppen (Shareholder vs. Stakeholder), Management und (Unternehmens-) Ethik, Corporate Social Responsibility und Corporate Citizenship, Nachhaltigkeit - Analyse: Instrumente der Unternehmens- (Potentiale, Stärken/Schwächen, etc.) und Umfeldanalyse (PESTEL, Porter, etc.) - Strategiegestaltung und -implementierung: Unternehmens- und Geschäftsfeldstrategien im internationalen Kontext; ausgewählte Instrumente (u.a. Lebenszyklusmodelle, Roadmapping, Szenario- und Portfoliotechniken) - Organisation der internationalen Unternehmung: formale und informelle Strukturen, Polyzentrismus - Organisation der Innovation: Kreativität und Dynamik, Vorschlagswesen und Ideenmanagement, Open Innovation, Ideenbewertung - Ansatzpunkte und Konzepte des (Corporate) Entrepreneurships, insbes. Lean Startup, Design Thinking und Business Model Canvas
5	<p>Prüfungsgestaltung</p> <p>Klausur ODER Mündliche Prüfung</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credits</p> <p>Bestehen der Modulprüfung</p>
7	<p>Stellenwert der Note in der Endnote</p> <p>6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):</p> <p>Verbundstudium Master General Management (MBA) Verbundstudium Master Management für Ingenieur- und Naturwissenschaften (MBA)</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Kampe</p>
10	<p>Sonstige Informationen</p> <p>(1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)</p>

Corporate Finance								5-MGM-4.2
Nr.	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
4.2	150h	6	4. Sem	jährlich	SoSe	1 Sem.	Pflicht	MBA
1	Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Selbststudium & Übungen (in Präsenzlehre oder synchroner Digitallehre)			keine formalen Voraussetzungen		25	deutsch	
2	Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)							
	<p><u>Selbststudium: (120 h)</u></p> <p>(1) Angeleitete Wissensvermittlung, ca. 75 Stunden</p> <p>a. Wissensvermittlung und -einübung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übung)</p> <p>b. Ergänzende Angebote, z.B. über E-Learning Systeme der Hochschulen (u.a. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebote)</p> <p>(2) Selbstständige Wissensvertiefung, ca. 45 Stunden</p> <p>a. Lektüre der in den Lernbriefen angegebenen Literatur</p> <p>b. Fallstudien und Diskussion in Lerngruppen</p> <p>c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben</p> <p><u>Kontaktzeit: (30 h)</u></p> <p>(1) Präsenzübung, 16 Stunden</p> <p>a. Übungsaufgaben und Fallstudien</p> <p>b. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden</p> <p>(2) Sonstiges, ca. 14 Stunden</p> <p>a. Persönl. Rückfragen bei Lehrenden und/oder Mitarbeitern per Telefon oder E-Mail</p> <p>b. zusätzliche Lehrangebote in Kleingruppen, Prüfung</p> <p>c. Online-Sprechstunden</p>							
3	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	<p>Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen Studierende über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden können rechtliche und organisatorische Rahmenbedingungen des Finanzmanagements im Unternehmen bestimmen und auch unter ethischen, verhaltenswissenschaftlichen und sozialen Aspekten beurteilen. - Die Studierenden können finanzwirtschaftliche (digitale) Prozesse beschreiben, untersuchen und bewerten. - Die Studierenden sind in der Lage, Kapitalmärkte zu beschreiben, deren Regeln zu prüfen und gesellschaftliche Auswirkungen zu erkennen. - Sie können die gehandelten Produkte bewerten, Risiken bestimmen und Portfolios zusammenstellen. - Die Studierenden können Maßnahmen zum finanzwirtschaftlichen Risikomanagement anwenden und Strategien zur Risikoreduzierung entwerfen. - Die Studierenden können unternehmensindividuelle finanzwirtschaftliche Steuerungssysteme konzipieren. 							

	<ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden können im Team Fragestellungen (Fallstudien) bearbeiten und diese vor der Seminaröffentlichkeit präsentieren sowie sich einer kritischen Diskussion stellen.
4	<p>Inhalte</p> <p>Im Rahmen des Moduls werden die Studierenden mit den folgenden Inhalten, Zusammenhängen und Themenstellungen vertraut gemacht.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Finanzwirtschaftliche Rahmenbedingungen: organisatorische, rechtliche und ethische Aspekte - Digitalisierung finanzwirtschaftlicher Prozesse: Finanzplanung, Intercompany-Darlehen, Cashpooling, Zahlungsabwicklung, Vertragsmanagement - Internationale Kapitalmärkte: Nutzen, Produkte und Bewertung (Money Markets, Aktien, Anleihen, Termingeschäfte, Optionen) von Einzelinstrumenten und Portfolios - Neue Finanzierungsmöglichkeiten (Crowd funding, reverse factoring, ...) - Finanzielle und existenzielle Risiken: Management und Hedging-Strategien für Cashflows, Währungen und Zinsen - Effizientes Finanzcontrolling - Perspektive der Behavioral Finance
5	<p>Prüfungsgestaltung</p> <p>Klausur ODER Mündliche Prüfung</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credits</p> <p>Bestehen der Modulprüfung</p>
7	<p>Stellenwert der Note in der Endnote</p> <p>6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):</p> <p>Verbundstudium Master General Management (MBA)</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Uphaus</p>
10	<p>Sonstige Informationen</p> <p>(1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)</p>

Business Intelligence und digitale Strategien								5-MGM-4.3
Nr.	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
4.3	150h	6	4. Sem	jährlich	SoSe	1 Sem.	Pflicht	MBA
1	Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
	Selbststudium & Übungen (in Präsenzlehre oder synchroner Digitallehre)			keine formalen Voraussetzungen			25	deutsch
2	Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)							
	<u>Selbststudium: (120 h)</u>							
	(1) Angeleitete Wissensvermittlung, ca. 75 Stunden							
	a. Wissensvermittlung und -einübung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übung)							
	b. Ergänzende Angebote, z.B. über E-Learning Systeme der Hochschulen (u.a. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebote)							
	(2) Selbstständige Wissensvertiefung, ca. 45 Stunden							
	a. Lektüre der in den Lernbriefen angegebenen Literatur							
	b. Fallstudien und Diskussion in Lerngruppen							
	c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben							
	<u>Kontaktzeit: (30 h)</u>							
	(1) Präsenzübung, 16 Stunden							
	a. Übungsaufgaben und Fallstudien							
	b. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden							
	(2) Sonstiges, ca. 14 Stunden							
	a. Persönl. Rückfragen bei Lehrenden und/oder Mitarbeitern per Telefon oder E-Mail							
	b. zusätzliche Lehrangebote in Kleingruppen, Prüfung							
	c. Online-Sprechstunden							
3	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen Studierende über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten. Sie können:							
	<ul style="list-style-type: none"> – die Grundlagen und aktuelle Themen zum Einsatz von Business Intelligence Lösungen erläutern und mögliche Einsatzszenarien beurteilen. – unterschiedliche Lösungsansätze für Business Intelligence Lösungen gegenüberstellen und sie nach technischen und betriebswirtschaftlichen Kriterien bewerten. – Handlungsempfehlungen für die Konzeption, Einführung und den Betrieb von BI-Lösungen entwickeln. – vorhandene BI-Lösungsarchitekturen und -anwendungen analysieren und bewerten und Vorschläge für den Einsatz neuer Technologien und Trends im BI-Umfeld erarbeiten. – unterschiedlichen Phasen der digitalen Transformation erläutern und unterscheiden. – Die Chancen und Risiken der Digitalisierung von Geschäftsprozessen und deren Vernetzung beurteilen. – Digitale Geschäftsstrategien analysieren und modellieren. 							

	<ul style="list-style-type: none"> – Die Studierenden können im Team Fragestellungen (Fallstudien) bearbeiten und diese vor der Seminaröffentlichkeit präsentieren sowie sich einer kritischen Diskussion stellen.
4	<p>Inhalte</p> <p>Im Rahmen des Moduls werden die Studierenden mit den folgenden Inhalten, Zusammenhängen und Themenstellungen vertraut gemacht.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Merkmale und Phasen der digitalen Transformation – Verbindung von Fragestellungen aus IT und Business insbesondere vor dem Hintergrund von Industrie 4.0 und Produktionssystemen. – Einführung und Motivation für Business Intelligence und Big Data – IT-Infrastruktur von BI-Lösungen – Daten- und Geschäftsprozessmodellierung als Grundlage zur Datenanalyse und Geschäftsprozessoptimierung – Grundlagen analytischer Informationssysteme – Digitalisierung von Geschäftsprozessen – Einführung von Geschäftsprozessen in der digitalen Transformation (Strategie, Entwicklung, Implementierung und Steuerung)
5	<p>Prüfungsgestaltung</p> <p>Kombinationsprüfung: Hausarbeit UND Referat</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credits</p> <p>Bestehen der Modulprüfung</p>
7	<p>Stellenwert der Note in der Endnote</p> <p>6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):</p> <p>Verbundstudium Master General Management (MBA) Verbundstudium Master Management für Ingenieur- und Naturwissenschaften (MBA)</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Hartel</p>
10	<p>Sonstige Informationen</p> <p>(1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)</p>

Doing International Business								5-MGM-4.4
Nr.	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
4.4	150h	6	4. Sem.	jährlich	SoSe	1 Sem.	Pflicht	MBA
1	Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen		gepl. Gruppengr.	Sprache	
	Selbststudium & Übungen (in Präsenzlehre oder synchroner Digitallehre)			keine formalen Voraussetzungen		25	deutsch/ englisch	
2	Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)							
	<p><u>Selbststudium: (112 h)</u></p> <p>(1) Angeleitete Wissensvermittlung, ca. 67 Stunden</p> <p>a. Wissensvermittlung und -einübung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übung)</p> <p>b. Ergänzende Angebote, z.B. über E-Learning Systeme der Hochschulen (u.a. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebote)</p> <p>(2) Selbstständige Wissensvertiefung, ca. 45 Stunden</p> <p>a. Lektüre der in den Lernbriefen angegebenen Literatur</p> <p>b. Fallstudien und Diskussion in Lerngruppen</p> <p>c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben</p> <p><u>Kontaktzeit: (38 h)</u></p> <p>(1) Präsenzübung, 24 Stunden</p> <p>a. Übungsaufgaben und Fallstudien</p> <p>b. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden</p> <p>(2) Sonstiges, ca. 14 Stunden</p> <p>a. Persönl. Rückfragen bei Lehrenden und/oder Mitarbeitern per Telefon oder E-Mail</p> <p>b. zusätzliche Lehrangebote in Kleingruppen, Prüfung</p> <p>c. Online-Sprechstunden</p>							
3	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	<p>Die Internationalisierung der Geschäftsaktivitäten stellt Unternehmen vor die Herausforderung, die Unterschiede zwischen den Ländern zu bewältigen. Dieses Modul unterstreicht die Relevanz des interkulturellen Managements und legt die theoretischen Grundlagen durch die Einführung des Konzepts der Kulturtheorien. Es beschreibt den Einfluss der nationalen Kultur auf die Managementfunktionen und gibt einen Überblick über aktuelle Herausforderungen im interkulturellen Management. Der Inhalt dieses Moduls wird in ausgewählten Fallstudien auf bestimmte Länder und Geschäftskontexte angewendet. Dabei ist angedacht, einen Gastdozenten bzw. eine Gastdozentin in die Lehre mit einzubetten, um länderspezifisches Management noch konkreter auszuarbeiten.</p> <p>Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen Studierende über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Eigene kulturell geprägte Standpunkte kritisch reflektieren und relativieren können. – Die eigenen sowie fremdkulturellen Kompetenzen erkennen und einschätzen lernen. – Geeignete Maßnahmen für Problemlösungen in einem internationalen oder multikulturellen Arbeitsumfeld finden und einsetzen können. 							

	<ul style="list-style-type: none"> – Mit Stress und Unsicherheit in interkulturellen Situationen umgehen können. – In interkulturellen Situationen angemessen handeln können. – Anwenden und planen strategischer internationaler Personalentwicklung – Analyse und Bewertung der Auswirkungen der Globalisierung auf Unternehmen und Organisationen. – Ableiten und Entwickeln spezifischer Fähigkeiten, Kompetenzen und Qualitäten, die von weltweit operierenden Managern erwartet werden. – Zusammenstellen von Guides bzw. Handlungsoptionen für Internationales Vertriebs- und Account Manager bzgl. eines Vertriebs- und Verhandlungsgeschicks in einem internationalen Geschäftsumfeld. – Die Studierenden können im Team Fragestellungen (Fallstudien) bearbeiten und diese vor der Seminaröffentlichkeit präsentieren sowie sich einer kritischen Diskussion stellen.
4	<p>Inhalte</p> <p>Im Rahmen des Moduls werden die Studierenden mit den folgenden Inhalten, Zusammenhängen und Themenstellungen vertraut gemacht.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kultur, kulturelles Gedächtnis, der/das Fremde, Interkultur, Wahrnehmung, Stereotypen, Kulturlernen, kulturelle Anpassung, Kulturmodelle und -dimensionen 2. Zentrale Modelle der Kommunikation, interkulturelle Kommunikationsprozesse, interaktive Konstruktion von Kultur 3. Globalisierung – Wirtschaft und Politik: Definition und Ursachen der Globalisierung; Chancen und Risiken der Globalisierung, Folgen der Globalisierung, Schaffung globaler politischer Rahmenbedingungen, Globale Kooperation. 4. Strategische internationale Personalentwicklung, die Auswirkungen der Globalisierung auf Unternehmen und Organisationen, spezifische Fähigkeiten, Kompetenzen und Qualitäten, die von weltweit operierenden Managern erwartet werden. 5. Interkulturelle Konfliktverhütung: Konfliktpräventionsfragen im internationalen Umfeld, Fragen des Personalmanagements und Konfliktlösung. 6. Internationales Verkaufsmanagement: Internationales Vertriebs- und Account Management, Vertriebs- und Verhandlungsgeschick und ihre Rolle in einem internationalen Geschäftsumfeld. 7. Interkulturelle Geschäftskooperation: Fallbeispielen und empirischen Untersuchungen zu interkulturellen Geschäftskooperationen, Konfliktpotentiale und Bewältigungsstrategien in interkulturellen Geschäftskooperationen. 8. Methoden interkultureller Trainings: Methoden und Modelle interkulturellen Lernens, Möglichkeiten der Vermittlung interkultureller Kompetenz in Form von Trainings, Durchführung kurzer Trainingssequenzen 9. Methoden der Beratung im interkulturellen Kontext: Modelle und Ansätze der Beratung im Interkulturellen Kontext, Einüben von Beratungsfertigkeiten. 10. Interkulturelles Management: Management-Funktionen wie Planung, Entscheidung, Organisation, Controlling, Verhandlung, Problemlösen und Teamführung aus interkultureller Perspektive
5	<p>Prüfungsgestaltung</p> <p>Kombinationsprüfung: Hausarbeit UND Referat</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credits</p> <p>Bestehen der Modulprüfung</p>
7	<p>Stellenwert der Note in der Endnote</p> <p>6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)</p>

8	Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen): Verbundstudium Master General Management (MBA)
9	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Öztürk + Gastdozentinnen/Gastdozenten von Partnerhochschulen
10	Sonstige Informationen (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts) (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

Masterthesis und Kolloquium								5-MGM-5.1
Nr.	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
5.1	600h	24	5. Sem.	halbjährlich	WiSe/SoSe	1 Sem.	Pflicht	MBA
1	Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
	Masterthesis (20 CP; 500h) Kolloquium (4 CP; 100h)			vgl. §16 SPO			25	deutsch/ englisch
2	Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)							
	<p><u>Selbststudium: (586 h)</u></p> <p>(1) Selbständiger Wissenserwerb, ca. 86 Stunden</p> <p>a. Studium der relevanten Literatur zum Masterarbeitsthema</p> <p>b. Ergänzende Angebote, z.B. über E-Learning Systeme der Hochschulen (u.a. zusätzliche Skripte zum wissenschaftlichen Arbeiten, Übungsmaterial, multimediale Lernangebote)</p> <p>(2) Selbstständige Wissensvertiefung, ca. 500 Stunden</p> <p>a. Auswertung der relevanten Literatur</p> <p>b. Nach Möglichkeit: Erhebung und Auswertung empirischer Daten mittels qualitativer oder quantitativer Forschungsmethoden</p> <p>c. Anfertigung der Masterarbeit</p> <p><u>Kontaktzeit: (14 h)</u></p> <p>Sonstiges, ca. 14 Stunden</p> <p>a. Persönl. Rückfragen bei Betreuenden und/oder Mitarbeitern per Telefon oder E-Mail</p> <p>b. Online-Sprechstunden</p>							
3	Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen							
	<p>Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen Studierende über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sie sind in der Lage, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein komplexes Problem aus dem Bereich der Betriebswirtschaftslehre selbstständig mit wissenschaftlichen Methoden unter interdisziplinären und fachpraktischen Aspekten zu bearbeiten. - Absolventinnen und Absolventen können die fachlichen Grundlagen der gewählten Problemstellung, ihre fachübergreifenden Zusammenhänge und ihre außerfachlichen Bezüge schriftlich und mündlich darstellen, selbständig begründen und die Bedeutung für die Praxis einschätzen. - Sie sind zudem in der Lage, die Ausgangssituation, die Vorgehensweise und das Ergebnis der Problembearbeitung mündlich darzulegen und sich einer Diskussion dazu erfolgreich zu stellen. 							

4	<p>Inhalte</p> <p>Die Masterarbeit erlaubt die selbständige und praktische Anwendung sowie die kritische Reflexion zuvor im Studium gelernter Methoden und Inhalte und erfordert darüber hinaus die Erstellung eines typischerweise ca. 80-seitigen Dokuments.</p> <p>Die Masterarbeit ist eine schriftliche Ausarbeitung, die in der Regel in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen anzufertigen ist.</p> <p>Das individuelle Thema der Arbeit wird gemeinsam mit der erstbetreuenden Person festgelegt und kann der gesamten Bandbreite der Betriebswirtschaftslehre entspringen.</p>
5	<p>Prüfungsgestaltung</p> <p>Abschlussarbeit (Masterthesis) und Kolloquium zur Masterthesis</p>
6	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credits</p> <p>Abgabe einer Masterarbeit, die insgesamt mit mindestens „ausreichend“ bewertet wird und Bestehen der mündlichen Prüfung in Form eines Kolloquiums.</p>
7	<p>Stellenwert der Note in der Endnote</p> <p>24/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen):</p> <p>Verbundstudium Master General Management (MBA)</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Kampe</p>
10	<p>Sonstige Informationen</p>

