

**Erste Ordnung zur Änderung der Prüfungsordnung
für den konsekutiven Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre
an der Westfälischen Wilhelms-Universität
für Studierende ab dem Wintersemester 2010/2011
vom 07. Juni 2010
vom 10. April 2012**

Aufgrund der §§ 2 Abs. 4, 64 Abs. 1 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen (Hochschulgesetz - HG) in der Fassung des Hochschulfreiheitsgesetzes vom 31.10.2006 (GV. NRW 2006, S. 474), zuletzt geändert durch Art. 1 des Änderungsgesetzes vom 31.01.2012 (GV. NRW. 2012, S. 90), hat die Westfälische Wilhelms- Universität folgende Ordnung erlassen:

Artikel 1

Die Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre an der Westfälischen Wilhelms-Universität für Studierende ab dem Wintersemester 2010/2011 vom 07. Juni 2010 (AB Uni 12/2010, S. 971 ff.) wird wie folgt geändert:

1. § 7 Absatz 2 wird wie folgt neu gefasst:

„(2) ¹Jeder Major besteht aus 66 Leistungspunkten. ²Ferner ist die Masterarbeit (30 Leistungspunkte) in dem gewählten Schwerpunkt anzufertigen. ³Weitere 24 Leistungspunkte sind im Minor zu erwerben, der sich entweder aus ergänzenden Veranstaltungen des gewählten fachlichen Schwerpunktes (Minor Ergänzung), aus grundlegenden Veranstaltungen eines anderen Schwerpunktes oder anderen Ergänzungsfächern zusammensetzt. ⁴Die wählbaren Minor ergeben sich aus dem Modulhandbuch. ⁵Der gewählte Minor muss im ersten Semester schriftlich gegenüber den Studienkoordinatoren innerhalb der bekannt gegebenen Frist erklärt werden. ⁶Ein Wechsel des Minors ist nur einmalig, spätestens zu Beginn des zweiten Fachsemesters, möglich. ⁷Darüber hinaus kann der/die Studierende zusätzliche freiwillige Module absolvieren. ⁸Der/die Studierende legt mit der Anmeldung zur Prüfung verbindlich fest, welche Module freiwillig und zusätzlich sind.“

2. § 10 Absatz 2 Satz 2 wird wie folgt neu gefasst:

„²Dies können insbesondere sein: Klausuren, Referate, Hausarbeiten, Praktika, (praktische) Übungen, Mitarbeit an Projekten, mündliche Leistungsüberprüfungen, Vorträge, Protokolle oder softwaregestützte Prüfungen, die mit schematisierten Prüfungsverfahren durchgeführt und ganz oder teilweise schematisiert ausgewertet werden.“

3. § 14 Absatz 5 Satz wird wie folgt neu gefasst:

„(5) ¹Werden Leistungen auf prüfungsrelevante Leistungen angerechnet, so werden die dafür vorgesehenen Punkte gut geschrieben. ²Über eine Berücksichtigung der Benotung in der Gesamtnote der Masterprüfung entscheidet der Prüfungsausschuss nach Anhörung der zustän-

digen Fachvertreter(innen). ³Werden die Leistungen im Rahmen eines Doppel-Abschluss-Abkommens erbracht, erfolgt die Berücksichtigung der Note gemäß der im Abkommen vorgesehenen Regelung. ⁴Die Anrechnung wird ggf. mit Angabe der Benotung im Zeugnis gekennzeichnet. ⁵Die oder der Studierende hat die für die Anrechnung erforderlichen Unterlagen vorzulegen. ⁶Prüfungsrelevante Leistungen können höchstens bis zu einem Anteil von 30 Leistungspunkten angerechnet werden. ⁷Für prüfungsrelevante Leistungen, die im Rahmen eines Doppel-Abschluss-Abkommens erbracht wurden, kann eine Anrechnung in höherem Umfang erfolgen, die Einzelheiten sind im jeweiligen Abkommen geregelt.“

4. In § 17 Absatz 3 wird wie folgt neu gefasst:

„(3) ¹Aus den Noten der Module und der Masterarbeit wird eine Gesamtnote gebildet. ²Die Module gehen mit dem Gewicht ihrer Leistungspunkte in die Gesamtnote ein. ³Sind in einem Wahlpflichtbereich mehr Module als in der Prüfungsordnung vorgesehen erfolgreich absolviert worden, so geht nur die in der Prüfungsordnung vorgesehene Anzahl dieser Module in die Gesamtnote ein. ⁴Dezimalstellen außer der ersten werden ohne Rundung gestrichen. ⁵Die Gesamtnote lautet bei einem Wert

bis einschließlich 1,5 = sehr gut;
 von 1,6 bis 2,5 = gut;
 von 2,6 bis 3,5 = befriedigend;
 von 3,6 bis 4,0 = ausreichend;
 über 4,0 = nicht ausreichend.“

5. Die Modulbeschreibungen im Anhang werden wie folgt gefasst:

Struktur des Masterstudiengangs BWL

	Major	Minor
1.Semester	MAJOR 66 LP	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Weitere Veranstaltungen des gewählten Schwerpunktes (Minor Ergänzung) ➤ Grundlagenveranstaltungen eines anderen Schwerpunktes ➤ Weitere Minor (VWL, IS)
2.Semester		MINOR 24 LP
3.Semester		
4.Semester		Masterarbeit 30 LP

Masterprogramm BWL – Major-Minor-Kombinationen

Major Accounting	Major Finance	Major Management	Major Marketing	
	X	X	X	Minor Accounting
X				Minor Ergänzung Accounting
X		X	X	Minor Finance
	X			Minor Ergänzung Finance
X	X		X	Minor Management
X	X	X		Minor Marketing
X	X	X	X	Minor Information Systems
X	X	X	X	Minor Volkswirtschaftslehre

Mögliche Kombinationen sind durch Kreuze markiert.

Modulangebot

ACM

Accounting Center Münster

ACMo1	Konzepte und Instrumente des Controlling
ACMo2	Internationale Rechnungslegung
ACMo3	Internationale Unternehmensbesteuerung
ACMo4	Internationales Controlling
ACMo5	Seminar Accounting I
ACMo6	Seminar Accounting II
ACMo7	Unternehmensanalyse und -bewertung
ACMo8	Spezielles Steuerrecht
ACMo9	Ausgewählte Kapitel des Accounting I
ACM10	Abschlussprüfung
ACM11	Handels- und Steuerbilanzen
ACM12	Ausgewählte Kapitel des Accounting II
ACM13	Anwendungen des Controlling
ACM14	IFRS und Controlling
ACM15	Wahlmodul Accounting

Major Accounting			
6 LP ACM 1) Konzepte und Instrumente des Controlling	6 LP ACM 2) Internationale Rechnungslegung	6 LP ACM 3) Internationale Unternehmens- besteuerung	
6 LP ACM 4) Internationales Controlling	12 LP ACM 5) Seminar Accounting I		
12 LP ACM 6) Seminar Accounting II	3 x 6 LP (3 aus 9) ACM 7) Unternehmensanalyse und -bewertung ACM 8) Spezielles Steuerrecht ACM 9) AK des Accounting I ACM 13) Anwendungen des Controlling ACM 14) IFRS und Controlling ACM 15) Wahlmodul Accounting sowie ACM 10) – 12)		
Masterarbeit 30 LP			

Major Accounting			Minor Ergänzung Accounting
6 LP ACM 1) Konzepte und Instrumente des Controlling	6 LP ACM 2) Internationale Rechnungslegung	6 LP ACM 3) Internationale Unternehmensbesteuerung	semesterübergreifend 7 x 6 LP (7 aus 9), <u>davon mindestens 4 Wahlpflicht (*)</u> ACM 7) Unternehmensanalyse und -bewertung* ACM 8) Spezielles Steuerrecht* ACM 9) AK des Accounting I
6 LP ACM 4) Internationales Controlling	12 LP ACM 5) Seminar Accounting I		ACM 10) Abschlussprüfung* ACM 11) Handels- und Steuerbilanzen* ACM 12) AK des Accounting II
12 LP ACM 6) Seminar Accounting II		ACM 13) Anwendungen des Controlling* ACM 14) IFRS und Controlling* ACM 15) Wahlmodul Accounting	
Masterarbeit 30 LP			

	Minor Accounting
	<p>semesterübergreifend 4 x 6 LP (4 aus 13), <u>davon mindestens 2 Wahlpflicht (*)</u></p> <p>ACM 1) Konzepte u. Instrumente d. Controlling* ACM 2) Internationale Rechnungslegung* ACM 3) Internat. Unternehmensbesteuerung* ACM 7) Unternehmensanalyse und -bewertung ACM 8) Spezielles Steuerrecht ACM 9) Ausgewählte Kapitel des Accounting I ACM 13) Anwendungen des Controlling ACM 14) IFRS und Controlling ACM 4) Internationales Controlling* ACM 10) Abschlussprüfung ACM 11) Handels- und Steuerbilanzen ACM 12) Ausgewählte Kapitel des Accounting II ACM 15) Wahlmodul Accounting</p>

Modultitel deutsch: ACMo1: Konzepte und Instrumente des Controlling				
Modultitel englisch: Concepts and Tools of Management Accounting				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 1. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Konzepte und Instrumente des Controlling (KIC)	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Übung zu KIC	Ü (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Lehrinhalte: Im Rahmen des Moduls „Konzepte und Instrumente des Controlling“ werden den Studierenden die wesentlichen Konzeptionen, Instrumente und Aufgaben des Controlling vermittelt. Der Schwerpunkt liegt neben der Informationsorientierung auf Aspekten der Planung, Steuerung und Kontrolle der wirtschaftlichen Entscheidungen in Unternehmen. Dabei werden sowohl strategische als auch operative Konzepte und Methoden der Planung behandelt. Die erworbenen theoretischen Kenntnisse werden in der Übung anhand von Aufgaben, Fallstudien und Diskussionen vertieft.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, die verschiedenen grundlegenden Controlling-Konzeptionen zu unterscheiden und zu interpretieren. Sie beherrschen grundlegende Methoden des Controlling in den einzelnen Controlling-Arbeitsfeldern der Informationsbeschaffung und -analyse, der Planung und der Kontrolle. Auf dieser Basis sind sie in der Lage, gezielt betriebswirtschaftliche Entscheidungen mit operativem und strategischem Fokus vorzubereiten und deren Rationalität zu sichern. Durch ein breites Methodenwissen finden sie zu unterschiedlichen betriebswirtschaftlichen Aufgabestellungen stets einen treffenden Lösungsansatz.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul (im Major) <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul (im Minor)					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die modulbegleitenden Teilprüfungen bestehen aus einer zweistündigen Klausur (80% der Modulnote) sowie aus i. d. R. zwei Gruppenpräsentationen im Rahmen der Übung (20% der Modulnote). Bei Überlast kann die Anzahl der Gruppenpräsentationen auf eine Präsentation verringert werden.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Wolfgang Berens			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: ACMo2: Internationale Rechnungslegung		(teilweise englischsprachig)		
Modultitel englisch: International Financial Reporting				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 1. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Internationale Rechnungslegung I	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Internationale Rechnungslegung II	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Lehrinhalte: Im Mittelpunkt des Moduls steht die Rechnungslegung nach IFRS. In den Veranstaltungen werden Kenntnisse über die Grundsätze der IFRS-Rechnungslegung, die Rechenwerke sowie über die Normen für Ansatz, Bewertung und Ausweis der einzelnen Bilanzposten vermittelt. Darüber hinaus werden die Regeln zur Erstellung von Konzernabschlüssen besprochen. In diesem Rahmen werden auch empirische Erhebungen analysiert. In die Veranstaltungen, die teilweise in englischer Sprache gehalten werden, sind umfassende Übungsinhalte und Fallstudien integriert.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls mit den Normen der IFRS-Rechnungslegung sowie mit deren Entwicklung und Durchsetzung vertraut. Sie sind in der Lage, IFRS-Abschlüsse zu lesen und die Gestaltungspotenziale, die die Rechnungslegung nach IFRS bietet, zu beurteilen. Darüber hinaus kennen die Studierenden die Unterschiede zum handelsrechtlichen Rechnungssystem und sind dazu befähigt, mögliche Auswirkungen bei einem Wechsel des Rechnungssystem einzuschätzen.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul (im Major) <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul (im Minor)					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die Modulabschlussprüfung erfolgt in Form einer zweistündigen Klausur.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragte: Prof. Dr. Peter Kajüter Prof. Dr. Hans-Jürgen Kirsch			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: ACMo3: Internationale Unternehmensbesteuerung				
Modultitel englisch: International Taxation				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 1. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Internationale Unternehmensbesteuerung	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Übung zu Internationale Unternehmensbesteuerung	Ü (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h	
2	Lehrinhalte: Die Vorlesung Internationale Unternehmensbesteuerung erläutert die Grundlagen der Besteuerung von grenzüberschreitend tätigen Unternehmen, stellt die Anknüpfungspunkte des deutschen Außensteuerrechts sowie die Maßnahmen zur Vermeidung von internationalen Doppelbesteuerungen und Minderbesteuerungen dar und analysiert die Steuerbelastung in Abhängigkeit von der Form der internationalen Geschäftstätigkeit. Betrachtet werden dabei ausländische Steuersysteme, Doppelbesteuerungsabkommen und die internationale Standortwahl. Parallel zur Vorlesung findet eine begleitende Übung statt, die den Vorlesungsstoff anhand konkreter Beispiele verdeutlicht und vertieft.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, die steuerlichen Folgen internationaler Unternehmensstrukturen zu beurteilen. Dafür wenden die Studierenden die steuerlichen Vorschriften souverän an, um die steuerliche Belastung international tätiger Unternehmen zu bestimmen. Sie sind vertraut mit nationalen Steuergesetzen sowie internationalen Doppelbesteuerungsabkommen, welche parallel Anwendung finden.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul (im Major) <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul (im Minor)					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die Modulabschlussprüfung erfolgt entweder in Form von zwei einstündigen Klausuren oder in Form einer zweistündigen Klausur.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Christoph Watrin			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: ACMo4: Internationales Controlling				
Modultitel englisch: International Management Accounting and Control				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes SoSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 2. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Internationales Controlling	V (P)	4	45 h (3 SWS)	75 h
2	Übung zu Internationales Controlling	Ü (P)	2	15 h (1 SWS)	45 h	
2	Lehrinhalte: Im Modul „Internationales Controlling“ werden zum einen Kenntnisse im Controlling international agierender Konzerne vermittelt. Hierbei werden u. a. das internationale Beteiligungscontrolling, internationale Standortverlagerungen, die Erfolgsbeurteilung ausländischer Tochtergesellschaften, Besonderheiten der Budgetierung im internationalen Kontext, grenzüberschreitende Verrechnungspreise sowie das Risikomanagement in internationalen Konzernen besprochen. Zum anderen werden nationale Besonderheiten des internen Rechnungswesens im internationalen Vergleich diskutiert (Comparative Management Accounting). Die in der Vorlesung vermittelten Kenntnisse werden in der begleitenden Übung anhand von Aufgaben und Fallstudien vertieft.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über fundierte Fachkenntnisse im Bereich des internationalen Controlling. Sie kennen die spezifischen Probleme, vor denen das Controlling in international agierenden Konzernen steht, und können die vermittelten Lösungsansätze auf konkrete Fragestellungen anwenden. Darüber hinaus sind die Studierenden mit den nationalen Eigenarten des internen Rechnungswesens in ausgewählten Ländern vertraut. Sie sind in der Lage, die Vor- und Nachteile der verschiedenen Ansätze kritisch zu beurteilen und das interne Rechnungswesen in deutschen Konzernen aus internationaler Perspektive zu bewerten.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul (im Major) <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul (im Minor)					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die Modulabschlussprüfung erfolgt in Form einer zweistündigen Klausur.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Peter Kajüter			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: ACMo5: Seminar Accounting I				
Modultitel englisch: Seminar on Accounting I				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes SoSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 2. FS	LP: 12	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Seminar Rechnungslegung und Steuern	S (WP)	12	30 h (2 SWS)	330 h
	2	Seminar Controlling und internationale Unternehmensrechnung	S (WP)	12	30 h (2 SWS)	330 h
2	Lehrinhalte: In diesem Modul werden wechselnde aktuelle Fragestellungen aus dem Bereich Accounting von den Studierenden im Rahmen einer schriftlichen Ausarbeitung oder in Fallstudien aufgearbeitet. Die Ergebnisse werden in Gruppen im Plenum vorgestellt und verteidigt. Dabei organisieren sich die Studierenden in Gruppen, um ihre Forschungsergebnisse zu diskutieren und auszutauschen. Die Themen stammen aus dem Forschungsbereich des jeweilig anbietenden Instituts/Lehrstuhls, so dass aktuelle Forschungsergebnisse in die Lehre integriert und diskutiert werden können. Dabei werden eigene empirische bzw. theoretisch-methodische Analysen der Studierenden sowie die Einbeziehung internationaler Aspekte konsequent gefördert. Es wird je ein Seminar aus dem Themenbereich „Rechnungslegung und Steuern“ sowie aus dem Bereich „Controlling und internationale Unternehmensrechnung“ angeboten.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, eine wissenschaftliche Ausarbeitung zu erstellen und im Rahmen einer kritischen wissenschaftlichen Diskussion zu verteidigen. Dabei wenden Sie je nach Fragestellung qualitativ-analytisches bzw. formal-methodisches Instrumentarium an. Zudem beherrschen sie die in diesem Zusammenhang relevanten Schlüsselkompetenzen, wobei die Kommunikations- und Rhetorikfähigkeiten der Studierenden im Vordergrund stehen.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul <input type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Von den angebotenen Seminaren ist eines zu absolvieren.					
7	Leistungsüberprüfung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die prüfungsrelevanten Leistungen bestehen aus der/den schriftlichen Ausarbeitung(en) und der Präsentation sowie gegebenenfalls einer Klausur. Umfang und konkrete Gewichtung zur Gesamtnote werden jeweils vor Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 12/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Hans-Jürgen Kirsch		Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften			

Modultitel deutsch: ACMo6: Seminar Accounting II				
Modultitel englisch: Seminar on Accounting II				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 3. FS	LP: 12	Workload: 360 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Seminar Rechnungslegung und Steuern	S (WP)	12	30 h (2 SWS)	330 h
	2	Seminar Controlling und internationale Unternehmensrechnung	S (WP)	12	30 h (2 SWS)	330 h
2	Lehrinhalte: In diesem Modul werden wechselnde aktuelle Fragestellungen aus dem Bereich Accounting von den Studierenden im Rahmen einer schriftlichen Ausarbeitung oder in Fallstudien aufgearbeitet. Die Ergebnisse werden in Gruppen im Plenum vorgestellt und verteidigt. Dabei organisieren sich die Studierenden in Gruppen, um ihre Forschungsergebnisse zu diskutieren und auszutauschen. Die Themen stammen aus dem Forschungsbereich des jeweilig anbietenden Instituts/Lehrstuhls, so dass aktuelle Forschungsergebnisse in die Lehre integriert und diskutiert werden können. Dabei werden eigene empirische bzw. theoretisch-methodische Analysen der Studierenden sowie die Einbeziehung internationaler Aspekte konsequent gefördert. Es wird je ein Seminar aus dem Themenbereich „Rechnungslegung und Steuern“ sowie aus dem Bereich „Controlling und internationale Unternehmensrechnung“ angeboten.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, eine wissenschaftliche Ausarbeitung zu erstellen und im Rahmen einer kritischen wissenschaftlichen Diskussion zu verteidigen. Dabei wenden Sie je nach Fragestellung qualitativ-analytisches bzw. formal-methodisches Instrumentarium an. Zudem beherrschen sie die in diesem Zusammenhang relevanten Schlüsselkompetenzen, wobei die Kommunikations- und Rhetorikfähigkeiten der Studierenden im Vordergrund stehen. Dieses weitere Seminar vor dem Anfertigen der Masterarbeit ermöglicht den Studierenden, im Basisseminar erkannte Verbesserungspotenziale umzusetzen.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul <input type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Von den angebotenen Seminaren ist eines zu absolvieren.					
7	Leistungsüberprüfung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die prüfungsrelevanten Leistungen bestehen aus der/den schriftlichen Ausarbeitung(en) und der Präsentation sowie gegebenenfalls einer Klausur. Umfang und konkrete Gewichtung zur Gesamtnote werden jeweils vor Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 12/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Hans-Jürgen Kirsch			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: ACMo7: Unternehmensanalyse und -bewertung				
Modultitel englisch: Enterprise Analysis and Valuation				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 3. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Unternehmensbewertung	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Bilanzanalyse	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Lehrinhalte: In diesem Modul werden Kenntnisse über die Analyse der externen Unternehmensrechnung und über die Unternehmensbewertung vermittelt sowie deren Beziehung zueinander und Zusammenhänge zu anderen betriebswirtschaftlichen Bereichen diskutiert. Im Rahmen der Bilanzanalyse werden dabei u.a. mathematisch-statistische Verfahren vorgestellt. Die Unternehmensbewertung baut vor allem auf finanzierungstheoretischen Grundkenntnissen auf. In die Veranstaltungen sind umfassende Übungsinhalte und Fallstudien integriert. Insgesamt soll den Studierenden vermittelt werden, wie die einzelnen betriebswirtschaftlichen Teildisziplinen in ihrer Interdependenz auf den Unternehmenswert wirken bzw. wie sie bei der Bewertung eines Unternehmens zu berücksichtigen sind.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, die verschiedenen Erfolgsquellen eines Unternehmens auf Basis der Unternehmensrechnung zu identifizieren und voneinander zu unterscheiden. Dadurch können sie beurteilen, welche Erfolge nachhaltig und dem operativen Geschäft eines Unternehmens zuzuordnen und daher bei einer Unternehmensbewertung vorrangig zu berücksichtigen sind. Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls befähigt, im Rahmen der Unternehmensbewertung verschiedene entscheidungstheoretische Methoden und finanzierungstheoretische Modelle anzuwenden. Sie sind in der Lage, zentrale Einflussfaktoren auf den Unternehmenswert zu identifizieren und deren Einfluss zu quantifizieren. Dabei können die Studierenden auch die Zusammenhänge zwischen einzelnen Geschäftsvorfällen und dem Gesamterfolg des Unternehmens analysieren.					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Es ist entweder eine zweistündige Klausur als Modulabschlussprüfung oder es sind zwei einstündige Klausuren als modulbegleitende Teilprüfungen zu absolvieren, bei denen sich die Modulnote aus dem arithmetischen Mittel der einzelnen Prüfungsnoten ergibt.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Hans-Jürgen Kirsch			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: ACMo8: Spezielles Steuerrecht				
Modultitel englisch: Advanced Taxation				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 3. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Steuerberatung/ DATEV	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Erbschaft- und Schenkungsteuer	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h	
2	Lehrinhalte: Die Veranstaltung Steuerberatung/ DATEV besteht aus einer Vorlesungskomponente zur Steuerberatung und einer interdisziplinären Praxisübung zu den Themen Rechnungswesen, Jahresabschluss, Steuern, Analyse und EDV-Einsatz am Beispiel einer mittelgroßen GmbH mit Unterstützung der DATEV e. G. Nürnberg. Eine wichtige Substanzsteuer ist die Erbschaft- und Schenkungssteuer. Diese ist durch eine komplexe Verwobenheit von sach- und personenbezogenen Elementen gekennzeichnet. Daher sind erbschaftsteuerliche Grundkenntnisse für die Steuerberaterpraxis unentbehrlich.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, neben den ertragsteuerlichen Folgen für Unternehmen weitere wichtige steuerliche Aspekte zu analysieren. Dafür wenden die Studierenden die steuerlichen Vorschriften souverän an. Die Studierenden beherrschen das grundlegende methodische Rüstzeug, komplexe Sachverhalte zu den Verkehrs- und Substanzsteuern zu bewerten.					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: In jeder der genannten Lehrveranstaltungen ist als prüfungsrelevante Leistung eine ein- bzw. zweistündige Klausur zu absolvieren. Die Modulnote ergibt sich als arithmetisches Mittel der einzelnen Prüfungsnoten.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Christoph Watrin			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: ACM09: Ausgewählte Kapitel des Accounting I					(teilweise englischsprachig)
Modultitel englisch: Advanced Accounting on specific topics I					
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre					
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 3. FS	LP: 6	Workload: 180 h	

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	AK aus Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung II	V (WP)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Rechnungslegung, Controlling und Governance im Konzern (in engl.)	V (WP)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	3	Handels- und Gesellschaftsrecht I	V (WP)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	4	Beteiligungscontrolling*	S (WP)	6	60 h (4 SWS)	120 h
	5	Fallstudienseminar Controlling	S (WP)	6	15 h (1 SWS)	165 h
6	INTOP	S (WP)	6	60 h (4 SWS)	120 h	
2	Lehrinhalte: In diesem Modul werden aktuelle Fragestellungen aus dem Bereich Accounting vorgestellt. Die Veranstaltungen haben abhängig von den aktuellen Entwicklungen wechselnde Inhalte und werden in der Regel von Lehrbeauftragten durchgeführt. In die einzelnen Veranstaltungen sind Übungsinhalte und Fallstudien integriert. Dabei liegt ein besonderes Augenmerk darauf, dass sich die Veranstaltungen in die aktuellen Forschungsgebiete des Accounting einpassen. Abhängig vom konkreten Lehrangebot können Zahl und Inhalt der Veranstaltungen in einzelnen Semestern variieren. Es werden in jedem Wintersemester Veranstaltungen im Umfang von mindestens 6 LP angeboten. Die Studierenden können im Rahmen des Moduls ACM09 auch diejenigen Lehrveranstaltungen/Module des Moduls ACM12 auswählen, die nicht bereits belegt wurden.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden lernen aktuelle Fragestellungen kennen und spezialisieren sich dabei auch abhängig von ihrem konkreten Interessensgebiet. Sie erlernen über die theoretischen Grundlagen hinaus Techniken und Methoden, die sie für den Berufseinstieg in diesem speziellen Gebiet besonders qualifizieren. Durch die enge Verknüpfung von Forschung und Lehre erkennen die Studierenden den unmittelbaren Bezug der betriebswirtschaftlichen Forschung zu den aktuellen Anforderungen der Praxis.					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Aus dem jeweiligen Lehrangebot sind Veranstaltungen im Umfang von 6 LP zu wählen.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Es ist in jeder Veranstaltung mindestens eine prüfungsrelevante Leistung zu absolvieren. Dabei handelt es sich i. d. R. um eine Klausur. Sollten in einer Veranstaltung mehrere prüfungsrelevante Leistungen zu absolvieren sein, werden jeweils vor Beginn der Veranstaltung Art, Umfang und konkrete Gewichtung durch Aushang bekannt gegeben. Werden in dem Modul mehrere Lehrveranstaltungen absolviert, so errechnet sich die Modulnote als arithmetisches Mittel aller Lehrveranstaltungsnoten mit dem Gewicht der Leistungspunkte.					

9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -	
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120	
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Hans-Jürgen Kirsch	Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften

Modultitel deutsch: ACM10: Abschlussprüfung				
Modultitel englisch: Auditing				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes SoSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 2. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Abschlussprüfung	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Übung zu Abschlussprüfung	Ü (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Lehrinhalte: Im Modul „Abschlussprüfung“ werden Kenntnisse über die Anforderungen an Prüfungshandlungen in Unternehmen und dabei speziell im Rahmen der handelsrechtlichen Abschlussprüfung vermittelt. Zudem werden konkrete Prüfungshandlungen vorgestellt und diskutiert. Bei der Vorstellung des Prüfungsprozesses wird besonderer Wert auf die Methoden zur Erlangung von Prüfungsnachweisen gelegt. In die Veranstaltungen wird Wissen der Studierenden zur Aufbau- und Ablauforganisation eines Unternehmens integriert, um mögliche Problemfelder für die Abschlussprüfung zu ermitteln. Zudem wird gewürdigt, mithilfe welcher Maßnahmen die Prüfungsqualität gesichert und kontrolliert werden kann. Die Vorstellung der Anforderungen an den Abschlussprüfer wird durch theoretische Konzepte zur Wirkungsweise der Akteure auf dem Kapitalmarkt fundiert (Prinzipal-Agent-Theorie) sowie durch zahlreiche Praxisbeispiele angereichert.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, einen Prüfungsprozess angemessen zu strukturieren und zu analysieren. Sie beherrschen einen sicheren Umgang mit den zentralen Prüfungsobjekten, Prüfungshandlungen sowie Auswahlverfahren, um auch ohne Vollprüfung des Unternehmens zu einem hinreichend sicheren Prüfungsurteil zu gelangen. Ferner sind die Studierenden für mögliche Problemfelder in Unternehmensablauf und Unternehmensorganisation sensibilisiert. Darüber hinaus erkennen die Studierenden die Notwendigkeit einer Abschlussprüfung zur Sicherstellung der Kapitalmarkteffizienz. Des Weiteren sind sie in der Lage, die Aussagekraft von Jahresabschlüssen insbesondere für Prognosen von Investoren zu beurteilen.					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die Modulabschlussprüfung erfolgt in Form einer zweistündigen Klausur.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Hans-Jürgen Kirsch			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: ACM11: Handels- und Steuerbilanzen				
Modultitel englisch: Financial and Tax Accounting				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes SoSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 2. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Handelsbilanzen	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Steuerbilanzen	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Lehrinhalte: Ein wesentliches Kernstück des deutschen Bilanzrechts ist, dass Bilanzierung und Bewertung in der Steuerbilanz auf der Handelsbilanz aufbauen. Die grundsätzliche Übernahme der handelsrechtlichen Werte in die steuerliche Gewinnermittlung wird als Maßgeblichkeitsprinzip bezeichnet. Der Inhalt des Maßgeblichkeitsprinzips wird erläutert, nachdem die steuerlichen Gewinnermittlungsvorschriften dargestellt wurden. Aufbauend auf diese konzeptionellen Grundlagen wird die Bilanzierung und Bewertung der aktiven und passiven Wirtschaftsgüter in der Handels- und Steuerbilanz vermittelt. Ebenso werden Korrekturen des Bilanzergebnisses und Bilanzänderungen besprochen. Abschließend werden Instrumente und Strategien der Handels- und Steuerbilanzpolitik diskutiert.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden beherrschen das grundlegende Rüstzeug, um die Gemeinsamkeiten und Unterschiede der handels- und steuerrechtlichen Bilanzierung zu erkennen. Sie sind vertraut mit wichtigen Bilanzierungsaspekten und verfügen über grundlegende Kenntnisse der nationalen Bilanzierungsvorschriften. Die Veranstaltungsinhalte integrieren schwerpunktübergreifend die beiden wesentlichen Komponenten der Bilanzierung.					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Es ist entweder eine zweistündige Klausur als Modulabschlussprüfung oder es sind zwei einstündige Klausuren als modulbegleitende Teilprüfungen zu absolvieren, bei denen sich die Modulnote aus dem arithmetischen Mittel der einzelnen Prüfungsnoten ergibt.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragte: Prof. Dr. Hans-Jürgen Kirsch Prof. Dr. Christoph Watrin			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: ACM12: Ausgewählte Kapitel des Accounting II				
Modultitel englisch: Advanced Accounting on specific topics II				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes SoSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 2. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	AK aus Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung I	V (WP)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Gesellschaftsrecht II	V (WP)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	3	Fallstudien zur Unternehmensanalyse	V (WP)	3	15 h (1 SWS)	75 h
	4	Versicherungsökonomie	V (WP)	6	60 h (4 SWS)	120 h
	5	INTOP	S (WP)	6	60 h (4 SWS)	120 h
6	Fallstudien zur internationalen Unternehmensrechnung	V (WP)	3	30 h (2 SWS)	60 h	
2	Lehrinhalte: In diesem Modul werden aktuelle Fragestellungen aus dem Bereich Accounting vorgestellt. Die Veranstaltungen haben abhängig von den aktuellen Entwicklungen wechselnde Inhalte und werden in der Regel von Lehrbeauftragten durchgeführt. In die einzelnen Veranstaltungen sind Übungsinhalte und Fallstudien integriert. Dabei liegt ein besonderes Augenmerk darauf, dass sich die Veranstaltungen in die aktuellen Forschungsgebiete des Accounting einpassen. Abhängig vom konkreten Lehrangebot können Zahl und Inhalt der Veranstaltungen in einzelnen Semestern variieren. Es werden in jedem Sommersemester Veranstaltungen im Umfang von mindestens 6 LP angeboten. Die Studierenden können im Rahmen des Moduls ACM12 auch diejenigen Lehrveranstaltungen/Module des Moduls ACM09 auswählen, die nicht bereits belegt wurden.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden lernen aktuelle Fragestellungen kennen und spezialisieren sich dabei auch abhängig von ihrem konkreten Interessensgebiet. Sie erlernen über die theoretischen Grundlagen hinaus Techniken und Methoden, die sie für den Berufseinstieg in diesem speziellen Gebiet besonders qualifizieren. Durch die enge Verknüpfung von Forschung und Lehre erkennen die Studierenden den unmittelbaren Bezug der betriebswirtschaftlichen Forschung zu den aktuellen Anforderungen der Praxis.					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Aus dem jeweiligen Lehrangebot sind Veranstaltungen im Umfang von 6 LP zu wählen.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					

8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Es ist in jeder Veranstaltung mindestens eine prüfungsrelevante Leistung zu absolvieren. Dabei handelt es sich i. d. R. um eine Klausur. Sollten in einer Veranstaltung mehrere prüfungsrelevante Leistungen zu absolvieren sein, werden jeweils vor Beginn der Veranstaltung Art, Umfang und konkrete Gewichtung durch Aushang bekannt gegeben. Werden in dem Modul mehrere Lehrveranstaltungen absolviert, so errechnet sich die Modulnote als arithmetisches Mittel aller Lehrveranstaltungsnoten mit dem Gewicht der Leistungspunkte.	
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -	
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120	
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Hans-Jürgen Kirsch	Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften

Modultitel deutsch: ACM13: Anwendungen des Controlling				
Modultitel englisch: Applications of Management Accounting				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 3. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Anwendungen des Controlling (AC)	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Übung zu AC	Ü (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Lehrinhalte: Im Rahmen des Moduls „Anwendungen des Controlling“ werden Anwendungen des Controlling in unterschiedlichen Funktionalbereichen wie Beschaffung, Logistik, Marketing oder Finanzierung behandelt. Des Weiteren liegt ein Schwerpunkt auf den speziellen Ausgestaltungsformen des Controlling in betrachteten Branchen wie Banken/Versicherungen, Immobilien und Anlagenbau oder der öffentlichen Verwaltung. Ferner werden Einsatzmöglichkeiten des Controlling in einem besonderen Umfeld bspw. anhand des Projekt-Controlling thematisiert. Im Vordergrund stehen anwendungsbezogene Fälle aus den o. g. Bereichen, die eine hohe Praxisrelevanz aufweisen.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, die in vorherigen Veranstaltungen erworbenen theoretischen Grundlagen des Controlling auf unterschiedliche Funktionalbereiche, Branchen und besondere Entscheidungssituationen zu übertragen und anzuwenden. Häufig in der Praxis auftretende Problemstellungen können erkannt, analysiert und durch die erworbenen Kenntnisse zielorientiert gelöst werden. Dabei wird vor allem die Fähigkeit gefördert, zielsetzungsgerechte Entscheidungen durch die Generierung geeigneter Informationen zu fördern. Branchenbezogene Besonderheiten werden von den Studierenden erkannt und können mithilfe des erworbenen Wissens berücksichtigt werden.					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die modulbegleitenden Teilprüfungen bestehen aus einer zweistündigen Klausur (80% der Modulnote) sowie aus einer Gruppenpräsentation im Rahmen der Übung (20% der Modulnote).					
9	Teilnahmevoraussetzungen: Es soll das Modul „Konzepte und Instrumente des Controlling“ absolviert worden sein.					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Wolfgang Berens			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: ACM14: IFRS und Controlling				
Modultitel englisch: IFRS and Management Control				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 3. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	IFRS und Controlling	V (P)	4	45 h (3 SWS)	75 h
	2	Übung zu IFRS und Controlling	Ü (P)	2	15 h (1 SWS)	45 h
2	Lehrinhalte: Die IFRS gewinnen für die interne Unternehmenssteuerung zunehmend an Bedeutung. Umgekehrt werden Informationen des Controlling vermehrt zur Bilanzierung herangezogen und im Rahmen der Unternehmenspublizität offen gelegt. Das Modul „IFRS und Controlling“ greift diese Schnittstellen zwischen externem und internem Rechnungswesen auf und behandelt die Wechselbeziehungen zwischen beiden Bereichen. Dabei werden z.B. Themen wie der Management Approach, Goodwill-Controlling, Bilanzierung von Fertigungsaufträgen und Projektcontrolling, die Harmonisierung des Rechnungswesens, Value Reporting und die Segmentberichterstattung behandelt. Die in der Vorlesung vermittelten Kenntnisse werden in der begleitenden Übung anhand von Aufgaben und Fallstudien vertieft.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, die Bedeutung des Controlling als Informationsdienstleister für die Finanzberichterstattung fundiert zu beurteilen. Sie beherrschen die Methoden des Controlling, die zur Bilanzierung nach IFRS erforderlich sind. Zudem sind die Studierenden mit dem Einfluss der IFRS-Rechnungslegung auf das Controlling vertraut. Sie können die Möglichkeiten und Grenzen der Harmonisierung des Rechnungswesens bei Rechnungslegung nach IFRS kritisch einschätzen. Insgesamt gelingt es den Studierenden, ihre Fachkenntnisse im externen und internen Rechnungswesen zu erweitern und ein vertieftes Verständnis für die zwischen ihnen bestehenden Zusammenhänge zu erwerben.					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die Modulabschlussprüfung erfolgt in Form einer zweistündigen Klausur.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Peter Kajüter			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: ACM15: Wahlmodul Accounting				
Modultitel englisch: Electives on Accounting I				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes Semester	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 3. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1					
	2					
3						
2	Lehrinhalte: Durch das Wahlmodul soll den Studierenden die Möglichkeit gegeben werden, ihr individuelles Studienprogramm zu arrondieren bzw. angrenzende Fachthemen in ihr Studium zu integrieren. Zur Auswahl stehen nicht bereits belegte Lehrveranstaltungen/Module der Ergänzung Accounting. Die Studierenden können diejenigen Lehrveranstaltungen/Module der Module ACM09 und ACM12 auswählen, die nicht bereits belegt wurden. Darüber hinaus können Studierende auf eigene Initiative Module aus dem betriebswirtschaftlichen Masterstudiengang zur Anrechnung vorschlagen. Über die Zweckmäßigkeit und Zulässigkeit der Einbindung vorgeschlagener Module entscheidet der Modulbeauftragte.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Im Wahlmodul erwerben die Studierenden Kenntnisse und Fähigkeiten in angrenzenden Fachgebieten und erkennen Interdependenzen zwischen den Bereichen. Die konkret vermittelten Kompetenzen richten sich nach der inhaltlichen Ausgestaltung der jeweiligen Veranstaltung, wobei stets auf einen internationalen Bezug und ggf. eine mathematisch-statistische Ausrichtung geachtet wird.					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es sind Veranstaltungen/Module im Umfang von 6 LP zu wählen.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Es ist in jeder Veranstaltung mindestens eine prüfungsrelevante Leistung zu absolvieren. Dabei handelt es sich i. d. R. um eine Klausur. Sollten in einer Veranstaltung mehrere prüfungsrelevante Leistungen zu absolvieren sein, werden jeweils vor Beginn der Veranstaltung Art, Umfang und konkrete Gewichtung durch Aushang bekannt gegeben. Werden in dem Modul mehrere Lehrveranstaltungen absolviert, so errechnet sich die Modulnote als arithmetisches Mittel aller Lehrveranstaltungsnoten mit dem Gewicht der Leistungspunkte.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Hans-Jürgen Kirsch			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modulangebot

FCM

Finance Center Münster

FCMo1	Introduction to Finance
FCMo2	Behavioral Finance
FCMo3	Derivatives I
FCMo4	Finanzintermediation I
FCMo5	Advanced Corporate Finance
FCMo6	Derivate II
FCMo7	Finanzintermediation II
FCMo8	Forschungsseminar Finance
FCMo9	Praxisworkshop
FCMo10	Empirisches Labor
FCMo11	Ausgewählte Kapitel des Finance I
FCMo12	Ausgewählte Kapitel des Finance II
FCMo13	Freies Wahlmodul
FCMo14	Seminar Advanced Finance

Major Finance			
6 LP FCM 1) Introduction to Finance	6 LP FCM 2) Behavioral Finance	6 LP FCM 3) Derivatives I	
6 LP FCM 4) Finanzintermediation I	2 x 6 LP (2 aus 3) FCM 5) Advanced Corporate Finance	FCM 6) Derivate II FCM 7) Finanzintermediation II	
12 LP FCM 8) Forschungsseminar Finance	6 LP FCM 9) Praxisworkshop	Auswahl von 12 LP : FCM 10) Empirisches Labor FCM 11) Ausgewählte Kapitel I FCM 12) Ausgewählte Kapitel II FCM 13) Freies Wahlmodul sowie FCM 5) – FCM 7)	
Masterarbeit 30 LP			

Major Finance			Minor Ergänzung Finance
6 LP FCM 1) Introduction to Finance	6 LP FCM 2) Behavioral Finance	6 LP FCM 3) Derivatives I	12 LP FCM 10) Empirisches Labor
6 LP FCM 4) Finanzintermediation I	2 x 6 LP (2 aus 3) FCM 5) Advanced Corporate Finance	FCM 6) Derivate II FCM 7) Finanzintermediation II	12 LP FCM 14) Seminar Advanced Finance
12 LP FCM 8) Forschungsseminar Finance		6 LP FCM 9) Praxisworkshop	Auswahl von 12 LP : FCM 11) Ausgewählte Kapitel I FCM 12) Ausgewählte Kapitel II FCM 13) Freies Wahlmodul sowie FCM 5) – FCM 7)
Masterarbeit 30 LP			

	Minor Finance
	<p>semesterübergreifend 4 x 6 LP (4 aus 7), <u>davon mindestens 2 Wahlpflicht (*)</u></p> <p>FCM 1) Introduction to Finance* FCM 2) Behavioral Finance* FCM 3) Derivatives I* FCM 4) Finanzintermediation I* FCM 5) Advanced Corporate Finance FCM 6) Derivate II FCM 7) Finanzintermediation II</p>

Modultitel deutsch: FCMo1: Introduction to Finance (englischsprachig)				
Modultitel englisch: Introduction to Finance				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 1. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Introduction to Finance	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Vertiefungsseminar Introduction to Finance	Ü (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h	
2	Lehrinhalte: Im Rahmen der Vorlesung „Introduction to Finance“ werden den Studierenden die zentralen Konzepte des Finance vermittelt. Sie erhalten einen Überblick über die im weiteren Studium vertieft behandelten Bereiche. Themen sind unter anderem die (nutzen)theoretische Fundierung von Entscheidungen, Fragen des Portfoliomanagements, die Bewertung von Wertpapieren sowie Anleihen und Zinsen. Ferner werden Fragen des Risikomanagements sowie der Einsatz von Derivaten diskutiert. Die Vorlesung wird ergänzt durch ein Vertiefungsseminar, das aus Übungsveranstaltungen und Fallstudien, Vorträgen von Gastwissenschaftlern und Praktikern sowie der vertiefenden Beschäftigung mit zentralen Literaturbeiträgen bestehen kann. Die Modulveranstaltungen finden in englischer Sprache statt.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden beherrschen die grundlegenden Konzepte des Finance. Sie können aktuelle Fragestellungen in den entsprechenden Kontext einordnen und strukturiert analysieren. Sie haben einen Überblick über die verschiedenen Bereiche des Finance, die in den weiteren Veranstaltungen im Detail diskutiert werden. Hierdurch verfügen sie über die Voraussetzung, um im weiteren Verlauf des Studiums die Verbindungen zwischen den einzelnen Teildisziplinen herzustellen. Ferner beherrschen sie das grundlegende methodische Rüstzeug.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul (im Major Finance) <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul (im Minor Basis Finance)					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Es ist entweder eine zweistündige Klausur als Modulabschlussprüfung oder es sind in Ergänzung zu einer Klausur eine oder mehrere Fallstudien als modulbegleitende Teilprüfungen zu absolvieren. Sollten mehrere prüfungsrelevante Leistungen zu absolvieren sein, werden zu Beginn der Veranstaltung Umfang und konkrete Gewichtung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragte: Prof. Dr. Nicole Branger			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: FCMo2: Behavioral Finance					(englischsprachig)
Modultitel englisch: Behavioral Finance					
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre					
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 1. FS	LP: 6	Workload: 180 h	

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Behavioral Finance	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Vertiefungsseminar Behavioral Finance	Ü (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h	
2	Lehrinhalte: In der Vorlesung werden grundlegende Erkenntnisse des modernen Forschungsansatzes „Behavioral Finance“ vermittelt, der durch die Einbeziehung verhaltenswissenschaftlicher Erkenntnisse das Geschehen an den Finanzmärkten besser erklären und vorhersagen kann. Zunächst werden systematische Fehler im individuellen Entscheidungsverhalten erläutert und häufig verwendete Heuristiken vorgestellt. Anschließend werden die Konsequenzen dieses Fehlverhaltens im Rahmen von Anlageentscheidungen diskutiert und durch vielfältige empirische und experimentelle Forschungserkenntnisse belegt. Schließlich werden die Implikationen für (Finanz-)Marktgrößen (insb. Wertpapierpreise und -umsätze) betrachtet und es wird auch die Relevanz der verhaltenswissenschaftlichen Einsichten im Lichte klassischer Markteffizienz- und Arbitrageüberlegungen kontrovers diskutiert. Die Vorlesung wird ergänzt durch eine Vertiefungsseminar, das aus Übungsveranstaltungen und Fallstudien, Vorträgen von Gastwissenschaftlern und Praktikern sowie der vertiefenden Beschäftigung mit zentralen Literaturbeiträgen bestehen kann. Die Modulveranstaltungen finden in englischer Sprache statt.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden gelangen zu einer modernen Sichtweise der Finanzmärkte, in der nicht nur perfekt rationale Entscheider (Homo oeconomicus) agieren, sondern auch reale Entscheider mit all ihren systematischen Fehlern und Schwächen eine wichtige Rolle spielen. Die Studierenden sind in der Lage, diese Sichtweise ökonomischer Zusammenhänge (Behavioral Economics) auf viele andere Anwendungsfelder zu übertragen. Dies erlaubt den Studierenden ein grundlegendes Verständnis von ökonomischen Zusammenhängen, der Wirkung von Anreizen und dem Design von Verträgen und Produkten. Durch die Diskussion vieler aktueller Studien als auch durch die Einbindung kleiner Experimente in Vorlesung und Übung haben die Studierenden zudem in starkem Maße forschungsmethodische Kenntnisse (Vor- und Nachteile verschiedener Ansätze wie experimentelle Laborforschung, Feldexperimente, Empirische Feldstudien) erworben.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul (im Major Finance) <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul (im Minor Basis Finance)					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die Modulabschlussprüfung erfolgt in Form einer zweistündigen Klausur.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Thomas Langer			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: FCMo3: Derivatives I					(englischsprachig)
Modultitel englisch: Derivatives I					
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre					
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 1. FS	LP: 6	Workload: 180 h	

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Derivatives I	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Vertiefungsseminar Derivatives I	Ü (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h	
2	Lehrinhalte: Im Rahmen der Vorlesung „Derivatives I“ werden den Studierenden die Grundlagen der Bewertung und Absicherung von Derivaten vermittelt. Im Mittelpunkt stehen dabei Aktienderivate, wobei neben Plain-Vanilla Produkten auch sogenannte exotische Derivate und Zertifikate diskutiert werden. Der inhaltliche Schwerpunkt liegt auf dem diskreten Binomialmodell und dem zeitstetigen Modell von Black-Scholes. Neben der Bewertung wird explizit auch die Absicherung von Derivaten behandelt. Zudem werden der am Markt beobachtete Smile und Erklärungsmöglichkeiten für diesen Smile diskutiert. Die Vorlesung wird ergänzt durch ein Vertiefungsseminar, das aus Übungsveranstaltungen und Fallstudien, Vorträgen von Gastwissenschaftlern und Praktikern sowie der vertiefenden Beschäftigung mit zentralen Literaturbeiträgen bestehen kann. Die Modulveranstaltungen finden in englischer Sprache statt.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden beherrschen das grundlegende methodische Rüstzeug, um Aktienderivate in den beiden Standardmodellen zu bewerten und können dieses Rüstzeug auch auf für sie neue Derivate anwenden. Sie kennen die wesentlichen Konzepte der Derivatebewertung und verfügen damit über die Voraussetzungen, sich auch mit komplizierteren Modellen auseinanderzusetzen. Ferner sind sie mit den in diesem Bereich angewendeten mathematischen Konzepten, insbesondere den Grundlagen des Stochastic Calculus, vertraut und haben bereits erste Erfahrungen in der Implementierung der Modelle.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul (im Major Finance) <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul (im Minor Basis Finance)					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die Modulabschlussprüfung erfolgt in Form einer zweistündigen Klausur.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: Es soll das Modul „Introduction to Finance“ absolviert worden sein.					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragte: Prof. Dr. Nicole Branger			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: FCMo4: Finanzintermediation I				
Modultitel englisch: Financial Intermediation I				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes SoSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 2. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	BWL der Banken I: Bankgeschäfte	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Vertiefungsseminar BWL der Banken I	Ü (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Lehrinhalte: Die Vorlesung startet mit einer knappen Darstellung des deutschen Bankensystems, ergänzt um ausgewählte Teile des internationalen Finanzsystems. Modellbasierte Überlegungen zur Existenz der Institution Bank leiten über zur Analyse wichtiger Geschäfte des Commercial Banking und des Investment Banking, u. a. Kreditgeschäft, Depositengeschäft, Emissionsgeschäft, Kredithandel und Verbriefung. Die Vorlesung wird ergänzt durch ein Vertiefungsseminar, das aus Übungsveranstaltungen und Fallstudien, Vorträgen von Gastwissenschaftlern und Praktikern sowie der vertiefenden Beschäftigung mit zentralen Literaturbeiträgen bestehen kann.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden haben ein solides informations- und institutionenökonomisches Wissen. Damit sind sie in der Lage, modellanalytisch zu erläutern, welche Rolle Banken auf (unvollkommenen) Kapitalmärkten spielen. Die Studierenden kennen die wesentlichen Bankgeschäfte und können die Wirkung wichtiger Vertragsmerkmale modellgestützt erläutern. Ihre besondere Problemlösungskompetenz zeigt sich darin, dass sie Phänomene, die in der Praxis zu beobachten sind, theoretisch begründen können.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul (im Major Finance) <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul (im Minor Basis Finance)					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die Modulabschlussprüfung erfolgt in Form einer zweistündigen Klausur.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Andreas Pfingsten			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: FCM05: Advanced Corporate Finance					(englischsprachig)
Modultitel englisch: Advanced Corporate Finance					
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre					
Turnus: Jedes SoSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 2. FS	LP: 6	Workload: 180 h	

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Advanced Corporate Finance	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Vertiefungsseminar Advanced Corporate Finance	Ü (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Lehrinhalte: In der Vorlesung werden wichtige Aspekte unternehmerischer Finanzentscheidungen beleuchtet. Aufbauend auf die grundlegenden Überlegungen zu optimalen Finanzierungsentscheidungen in vollkommenen Märkten, die im Modul 1 (Introduction to Finance) vermittelt wurden, werden nun verschiedene Formen der Marktunvollkommenheit betrachtet und hierdurch tiefere Einsichten generiert. So rücken vor allem Probleme asymmetrischer Information sowie Agency-Probleme und die daraus resultierenden Anreiz- und Signalisierungsmechanismen in den Blickpunkt. Die resultierenden Wirkungsmechanismen werden anhand einiger besonders relevanter Anwendungsfelder verdeutlicht (Kapitalstruktur, Ausschüttungspolitik von Unternehmen, Entscheidung zum Going Public, Managementanreize, Übernahmen und Unternehmenszusammenschlüsse, ...). Die Vorlesung wird ergänzt durch ein Vertiefungsseminar, das aus Übungsveranstaltungen und Fallstudien, Vorträgen von Gastwissenschaftlern und Praktikern sowie der vertiefenden Beschäftigung mit zentralen Literaturbeiträgen bestehen kann. Die Modulveranstaltungen finden in englischer Sprache statt.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden verstehen, welchen Einfluss verschiedene Formen der Marktunvollkommenheit auf unternehmerische Finanzierungsentscheidungen besitzen. Sie besitzen die Kompetenz, die grundlegenden Wirkungsmechanismen auch auf Anwendungsbereiche zu übertragen, die über die Vorlesungsbeispiele hinausgehen. Durch die Diskussion vieler aktueller Studien haben die Studierenden zudem weiterführende forschungsmethodische Kompetenz (empirische Tests konkurrierender Hypothesen und Erklärungsansätze, Interpretation empirischer Ergebnisse, ...) erworben.					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die Modulabschlussprüfung erfolgt in Form einer zweistündigen Klausur.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: Es soll das Modul „Introduction to Finance“ absolviert worden sein.					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Thomas Langer			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: FCMo6: Derivate II				
Modultitel englisch: Advanced Derivatives				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes SoSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 2. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Derivate II	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Vertiefungsseminar Derivate II	Ü (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Lehrinhalte: Im Rahmen der Vorlesung „Derivative II“ werden weiterführende Fragen der Derivatebewertung behandelt. Im Mittelpunkt stehen Zinsderivate und Zinsmodelle. Es werden die wichtigsten zeitdiskreten und zeitstetigen Modelle vorgestellt, die aktuell in der Literatur und der Praxis diskutiert werden. Dabei wird insbesondere auf die Implementierung der Modelle sowie auf die konzeptionellen Unterschiede zwischen den Modellen eingegangen. Daneben werden die wichtigsten Zinsderivate wie beispielsweise Caps, Floors oder Swaps analysiert. Ferner werden Fragen des Zins- und Kreditrisikomanagements diskutiert. Die Vorlesung wird ergänzt durch ein Vertiefungsseminar, das aus Übungsveranstaltungen und Fallstudien, Vorträgen von Gastwissenschaftlern und Praktikern sowie der vertiefenden Beschäftigung mit zentralen Literaturbeiträgen bestehen kann.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden beherrschen das grundlegende methodische Rüstzeug, um Zinsderivate zu bewerten. Sie kennen die wesentlichen Modelle und können insbesondere diese Modelle gegeneinander abgrenzen und entscheiden, welche Modelle in welchen Situationen und für welche Fragestellungen angewendet werden können. Sie wissen, wie das Zinsrisiko eines Portfolios gesteuert werden kann, und verfügen über erste Erfahrungen in der Implementierung der Modelle. Ferner verfügen sie über im Vergleich zur Vorlesung „Derivatives I“ vertiefte Kenntnisse der in diesem Bereich angewendeten mathematischen Konzepte, insbesondere der Grundlagen des Stochastic Calculus.					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die Modulabschlussprüfung erfolgt in Form einer zweistündigen Klausur.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: Es soll das Modul „Derivatives I“ absolviert worden sein.					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragte: Prof. Dr. Nicole Branger			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: FCMo7: Finanzintermediation II				
Modultitel englisch: Financial Intermediation II				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes SoSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 2. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	BWL der Banken II: Bankmanagement und -regulierung	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Vertiefungsseminar BWL der Banken II	Ü (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Lehrinhalte: Zunächst werden die theoretischen und praktischen Grundlagen des Bankmanagements und der Bankenregulierung behandelt, inklusive diverser mathematisch-statistischer Konzepte zur Risikomessung. Anschließend werden die wesentlichen Risiken des Bankgeschäftes analysiert: Liquiditätsrisiken, Ausfallrisiken, Preisrisiken und operationelle Risiken. Dabei erfolgt jeweils der Wechsel zwischen der Management- und der Regulierungsperspektive. Die Vorlesung wird ergänzt durch ein Vertiefungsseminar, das aus Übungsveranstaltungen und Fallstudien, Vorträgen von Gastwissenschaftlern und Praktikern sowie der vertiefenden Beschäftigung mit zentralen Literaturbeiträgen bestehen kann.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden kennen theoretische Konzepte und praktische Ausgestaltungen des Bankmanagements. Sie beherrschen die Berechnung und Interpretation unterschiedlicher Risikomaße. Banktypische Risiken erkennen sie und wissen Möglichkeiten, diese Risiken oder deren Auswirkungen zunächst zu quantifizieren und dann zu mindern oder weiterzugeben. Die Studierenden können methodisch begründen, warum die Regulierung von Banken im Allgemeinen und einzelne Vorschriften im Besonderen nötig sind bzw. wo die Grenzen sinnvoller Regulierung liegen. Dabei gehen sie souverän mit dem Zusammenspiel zwischen nationaler und internationaler Regulierung um.					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die Modulabschlussprüfung erfolgt in Form einer zweistündigen Klausur.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: Es soll das Modul „Finanzintermediation I“ absolviert worden sein.					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Andreas Pfungsten			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: FCMo8: Forschungsseminar Finance				
Modultitel englisch: Financial Research Seminar				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 3. FS	LP: 12	Workload: 360 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Seminar Behavioral & Corporate Finance	S (WP)	12	30 h (2 SWS)	330 h
	2	Seminar Derivate und Financial Engineering	S (WP)	12	30 h (2 SWS)	330 h
	3	Seminar BWL der Banken	S (WP)	12	30 h (2 SWS)	330 h
2	Lehrinhalte: Gegenstand der Seminare sind aktuelle Fragestellungen, die Bezug zu den Forschungsthemen der Dozenten und Betreuer haben und von den Studierenden in wissenschaftlichen Ausarbeitungen unter Heranziehung der einschlägigen nationalen und internationalen Literatur aufgearbeitet werden. Gezielt gefördert werden eigenständige theoretisch-methodische und empirische Ansätze. Die Ergebnisse der Ausarbeitungen werden von den beteiligten Studierenden in Einzel- oder Gruppenreferaten im Plenum vorgestellt und diskutiert.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden können selbstständig eine wissenschaftliche Abhandlung erstellen. Dabei zeigen sie ihre souverän beherrschte IT-unterstützte Quellenrecherche ebenso wie die Anwendung eines fortgeschrittenen methodischen Instrumentariums. Je nach Thema werden besonders die modellanalytischen mathematischen Fähigkeiten oder die statistisch-ökonomischen Fertigkeiten demonstriert. Durch die Präsentation als Gruppenreferat haben die Studierenden Schlüsselqualifikationen wie Kommunikations-, Rhetorik- und Teamfähigkeit erworben.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul <input type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Von den angebotenen Seminaren ist eines zu absolvieren.					
7	Leistungsüberprüfung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die prüfungsrelevanten Leistungen bestehen aus der Anfertigung einer Seminararbeit, mündlicher Mitarbeit und einem Referat über das behandelte Thema. Umfang und konkrete Gewichtung zur Gesamtnote werden jeweils vor Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: Für das Seminar „Behavioral & Corporate Finance“ soll das Modul „Advanced Corporate Finance“, für das Seminar „Derivate und Financial Engineering“ das Modul „Derivate II“ und für das Seminar „BWL der Banken“ das Modul „Finanzintermediation II“ absolviert worden sein.					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 12/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Andreas Pfungsten			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: FCMo9: Praxisworkshop				
Modultitel englisch: Case Studies in Finance				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 3. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Seminar Praxisworkshop	S (P)	6	30 h (2 SWS)	150 h
2	Lehrinhalte: Im „Praxisworkshop“ sollen die Studierenden das in den Vorlesungen erworbene Wissen in Fallstudien anwenden. Hierbei können die Studierenden zwischen mehreren Fallstudien wählen, die in der Regel in Kooperation mit Partnern aus der Praxis durchgeführt werden und die in einer Präsenzveranstaltung zu bearbeiten sind. Die Liste der Themen wird dabei von Jahr zu Jahr neu festgelegt. Im Vorfeld der Fallstudie arbeiten die Studierenden sich eigenständig in das zu bearbeitende Thema ein und führen eine eigene Literaturrecherche durch.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, eine aus der Praxis stammende Fragestellung innerhalb eines vorgegebenen zeitlichen Rahmens zu analysieren. Sie können ein Problem strukturieren, die wesentlichen Punkte herausarbeiten und dann diese Punkte gezielt analysieren. Dabei wenden sie, je nach Fragestellung, sowohl quantitative als auch formal-analytische Methoden an. Ferner sind sie in der Lage, ein Problem im Team zu lösen. Sie können ihre Argumente sowohl innerhalb des Teams als auch gegenüber den „Auftraggebern“ vertreten und erklären. Beide Punkte stellen wichtige Schlüsselqualifikationen dar.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul <input type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Teil der prüfungsrelevanten Leistung ist eine einstündige Klausur. Ferner muss die Fallstudie bearbeitet und die Lösung durch das Team präsentiert und im Plenum diskutiert werden. Umfang und konkrete Gewichtung zur Gesamtnote werden jeweils vor Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: Es sollen einige der Module FCMo1 – FCMo7 absolviert worden sein. Diese werden ggf. bei der Ankündigung der Veranstaltung näher spezifiziert.					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragte: Prof. Dr. Nicole Branger			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: FCM10: Empirisches Labor				
Modultitel englisch: Empirical Lab				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 3. FS	LP: 12	Workload: 360 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Seminar Empirisches Labor	S (P)	12	60 h (4 SWS)	300 h
2	Lehrinhalte: Zentrale Komponente dieser Veranstaltung ist das Erlernen des praktischen Umgangs mit gängigen Datenbanken und Statistikprogrammen, das die Studierenden zur Durchführung eigener Analysen befähigt. Zugleich sollen wichtige methodische Grundlagen vermittelt und durch Learning-by-doing anhand von Fallstudien eingeübt werden. Zusätzlich soll die Ausbildung durch die Präsentation und Diskussion des methodischen Hintergrunds (Empirische Kapitalmarktforschung, Simulationen, Experimentelle Forschung) von aktuellen Forschungsprojekten am Finance Center ergänzt werden.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden beherrschen das grundlegende methodische Rüstzeug, um selbständig empirische, experimentelle oder simulationsbasierte Studien anfertigen zu können. Dabei werden Grundlagen vermittelt, die Studierende in die Lage versetzen, sich weitergehende Kenntnisse einfach anzueignen. Mit Blick auf das zukünftige berufliche Umfeld unserer Absolventen haben die Studierenden den sicheren Umgang mit Marktdatenbanken erlernt. Diese Schlüsselqualifikation ist insbesondere im Investmentbanking, aber auch in fast allen anderen praktischen Einsatzgebieten, eine wichtige Fähigkeit, die die Ausbildung abrundet.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul (Kombination: Major Finance & Minor Ergänzung Finance) <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul (Kombination von Major Finance mit anderem Minor)					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die prüfungsrelevanten Leistungen umfassen eine Klausur und mindestens eine Fallstudie. Umfang und konkrete Gewichtung zur Gesamtnote werden jeweils vor Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 12/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Thomas Langer			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: FCM11: Ausgewählte Kapitel des Finance I				
Modultitel englisch: Advanced Finance on specific topics I				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 3. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Ausgewählte Kapitel Finance I	V (P)	6	60 h (4 SWS)	120 h
2	Lehrinhalte: In diesem Modul werden aktuelle Fragestellungen aus dem Bereich Finance vorgestellt. Die Veranstaltungen haben abhängig von den aktuellen Entwicklungen wechselnde Inhalte und werden von verschiedenen Dozenten durchgeführt. In die einzelnen Veranstaltungen sind Übungsinhalte und Fallstudien integriert. Dabei liegt ein besonderes Augenmerk darauf, dass sich die Veranstaltungen in die aktuellen Forschungsgebiete des Finance einpassen. In der Regel werden die Veranstaltungen mit 3 LP bzw. 6 LP gewichtet sein, so dass ein oder zwei Veranstaltungen gewählt werden müssen. Abhängig vom konkreten Lehrangebot können Zahl und Inhalt der Veranstaltungen in einzelnen Semestern variieren.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden haben wechselnde aktuelle Fragestellungen kennengelernt und sich dabei auch abhängig von ihrem konkreten Interessensgebiet spezialisiert. Dabei haben sie über die theoretischen Grundlagen hinaus Techniken und Methoden erlernt, die sie für den Berufseinstieg in diesem speziellen Gebiet besonders qualifizieren. Durch die enge Verknüpfung von Forschung und Lehre in diesem Modul erkennen die Studierenden den unmittelbaren Bezug der betriebswirtschaftlichen Forschung zu den aktuellen Anforderungen der Praxis.					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Aus dem jeweiligen Lehrangebot sind Veranstaltungen im Umfang von 6 LP zu wählen.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Es ist in jeder Veranstaltung mindestens eine prüfungsrelevante Leistung zu absolvieren. Dabei handelt es sich i. d. R. um eine Klausur. Sollten in einer Veranstaltung mehrere prüfungsrelevante Leistungen zu absolvieren sein, werden jeweils vor Beginn der Veranstaltung Art, Umfang und konkrete Gewichtung durch Aushang bekannt gegeben. Werden in dem Modul mehrere Lehrveranstaltungen absolviert, so errechnet sich die Modulnote als arithmetisches Mittel aller Lehrveranstaltungsnoten mit dem Gewicht der Leistungspunkte.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: Werden ggf. vor Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gemacht.					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Thomas Langer			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: FCM12: Ausgewählte Kapitel des Finance II				
Modultitel englisch: Advanced Finance on specific topics II				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 3. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Ausgewählte Kapitel Finance II	V (P)	6	60 h (4 SWS)	120 h
2	Lehrinhalte: In diesem Modul werden aktuelle Fragestellungen aus dem Bereich Finance vorgestellt. Die Veranstaltungen haben abhängig von den aktuellen Entwicklungen wechselnde Inhalte und werden von verschiedenen Dozenten durchgeführt. In die einzelnen Veranstaltungen sind Übungsinhalte und Fallstudien integriert. Dabei liegt ein besonderes Augenmerk darauf, dass sich die Veranstaltungen in die aktuellen Forschungsgebiete des Finance einpassen. In der Regel werden die Veranstaltungen mit 3 LP bzw. 6 LP gewichtet sein, so dass ein oder zwei Veranstaltungen gewählt werden müssen. Abhängig vom konkreten Lehrangebot können Zahl und Inhalt der Veranstaltungen in einzelnen Semestern variieren.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden haben wechselnde aktuelle Fragestellungen kennengelernt und sich dabei auch abhängig von ihrem konkreten Interessensgebiet spezialisiert. Dabei haben sie über die theoretischen Grundlagen hinaus Techniken und Methoden erlernt, die sie für den Berufseinstieg in diesem speziellen Gebiet besonders qualifizieren. Durch die enge Verknüpfung von Forschung und Lehre in diesem Modul erkennen die Studierenden den unmittelbaren Bezug der betriebswirtschaftlichen Forschung zu den aktuellen Anforderungen der Praxis.					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Aus dem jeweiligen Lehrangebot sind Veranstaltungen im Umfang von 6 LP zu wählen.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Es ist in jeder Veranstaltung mindestens eine prüfungsrelevante Leistung zu absolvieren. Dabei handelt es sich i. d. R. um eine Klausur. Sollten in einer Veranstaltung mehrere prüfungsrelevante Leistungen zu absolvieren sein, werden jeweils vor Beginn der Veranstaltung Art, Umfang und konkrete Gewichtung durch Aushang bekannt gegeben. Werden in dem Modul mehrere Lehrveranstaltungen absolviert, so errechnet sich die Modulnote als arithmetisches Mittel aller Lehrveranstaltungsnoten mit dem Gewicht der Leistungspunkte.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: Werden ggf. vor Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gemacht.					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Thomas Langer			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: FCM13: Freies Wahlmodul				
Modultitel englisch: Elective				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 3. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1					
	2					
	3					
	4					
2	Lehrinhalte: Durch das Zusatzmodul soll den Studierenden die Möglichkeit gegeben werden, angrenzende Fachthemen außerhalb des Bereiches Finance in ihr Studium zu integrieren. Die Studierenden wählen zwischen den Modulen ACMo1 („Konzepte und Instrumente des Controlling“), ACMo2 („Internationale Rechnungslegung“), ACMo3 („Internationale Unternehmensbesteuerung“) und ACMo7 („Unternehmensanalyse“). Darüber hinaus können Studierende auf eigene Initiative Module aus dem volkswirtschaftlichen Masterstudiengang zur Anrechnung vorschlagen. Über die Zweckmäßigkeit und Zulässigkeit der Einbindung vorgeschlagener Module entscheidet der Modulbeauftragte.					
	3 Vermittelte Kompetenzen: Im Zusatzmodul erwerben die Studierenden Kenntnisse und Fähigkeiten in angrenzenden Fachgebieten und erkennen somit Interdependenzen zwischen den Bereichen. Die konkret vermittelten Kompetenzen richten sich nach der inhaltlichen Ausgestaltung der jeweiligen Veranstaltung.					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es ist ein Modul im Umfang von 6 LP zu wählen.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der Prüfungsrelevanten Leistungen: Die prüfungsrelevanten Leistungen ergeben sich aus den jeweiligen Modulbeschreibungen.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Thomas Langer			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: FCM14: Seminar Advanced Finance				
Modultitel englisch: Seminar Advanced Finance				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes SoSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 2. FS	LP: 12	Workload: 360 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Seminar Topics in Finance	S (P)	12	30 h (2 SWS)	330 h
2	Lehrinhalte: Gegenstand des Seminars sind spezielle Fragestellungen, die auf den grundlegenden Veranstaltungen des Schwerpunkts Finance beruhen und sich möglichst auf Forschungsthemen der Dozenten und Betreuer beziehen. Die Studierenden erstellen ihre erste wissenschaftliche Ausarbeitung unter Heranziehung der einschlägigen nationalen und internationalen Literatur. Die Ergebnisse der Ausarbeitungen zu einem Thema werden von den beteiligten Studierenden in Einzel- oder Gruppenreferaten im Plenum vorgestellt und diskutiert. Fallweise werden Seminare mit unterschiedlichen fachlichen Schwerpunkten angeboten.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden können selbstständig eine wissenschaftliche Abhandlung erstellen. Dabei recherchieren sie Literatur und ggf. Daten und wenden ihr methodisches Instrumentarium an. Je nach Thema sind sie besonders in der Lage, die modellanalytischen mathematischen Fähigkeiten oder die statistisch-ökonomischen Fertigkeiten anzuwenden. Durch die Präsentation als Gruppenreferat haben die Studierenden Schlüsselqualifikationen wie Kommunikations-, Rhetorik- und Teamfähigkeit erlangt.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul <input type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die prüfungsrelevanten Leistungen bestehen aus der Anfertigung einer Seminararbeit, mündlicher Mitarbeit und einem Gruppenreferat über das behandelte Thema. Umfang und konkrete Gewichtung zur Gesamtnote werden jeweils vor Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: Es soll das Modul „Empirisches Labor“ absolviert worden sein.					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 12/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Thomas Langer		Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften			

Modulangebot

CfM

Centrum für Management

CfMo1	Routineorganisation (ORG 1)
CfMo2	Management I (MAN 1)
CfMo3	Management II (MAN 2)
CfMo4	Management IV (MAN 4)
CfMo5	Personalökonomik (PERS 1)
CfMo6	Personalmanagement (PERS 2)
CfMo7	Management III (MAN 3)
CfMo8	Nicht-Routineorganisation (ORG 2)
CfMo9	F&E-Prozessmanagement (F&E-PM)
CfM10	Ausgewählte Kapitel des Managements (AK)
CfM11	Seminar Organisation und Personal (SEM 1)
CfM12	Seminar Strategisches Management (SEM 2)
CfM13	Organisation (ORG)
CfM14	Strategisches Management (STM)
CfM15	Personal (PERS)
CfM16	Management (MAN)

Major Management			
6 LP CfM 1) Routineorganisation (ORG 1)	6 LP CfM 2) Management I (MAN 1)	6 LP CfM 3) Management II (MAN 2)	
6 LP CfM 4) Management IV (MAN 4)	6 LP CfM 5) Personalökonomik (PERS 1)	6 LP CfM 6) Personal- management (PERS 2)	
6 LP (1 aus 4) CfM 7) MAN 3 CfM 8) ORG 2 CfM 9) F&E-PM CfM 10) AK	12 LP CfM 11) Seminar Organisation und Personal (SEM 1)	12 LP CfM 12) Seminar Strategisches Management (SEM 2)	
Masterarbeit 30 LP			

		Minor Management	
	6 LP CfM 13) Organisation (ORG)	6 LP CfM 14) Strategisches Management (STM)	
	6 LP CfM 15) Personal (PERS)	6 LP CfM 16) Management (MAN)	

Modultitel deutsch: CfMo1: Routineorganisation (ORG 1)				
Modultitel englisch: Organizational Design				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 1. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Organisation I	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Cases & Presentation I	S (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Lehrinhalte: Im Rahmen der Vorlesung werden die Grundlagen organisatorischer Gestaltung vermittelt. Im Mittelpunkt stehen die Gestaltungsprinzipien der Spezialisierung und Koordination von Routine-Aufgaben in Unternehmen sowie prozessorientierte Gestaltung von Unternehmensabläufen. Darüber hinaus werden in der Vorlesung qualitative und quantitative Methoden, Techniken und Modelle der Organisationsgestaltung gelehrt. In der Fallstudienübung vertiefen die Studierenden ihre Kenntnisse und wenden sie durch die Lösung realer Fallstudien zur Routineorganisation in Zusammenarbeit mit Unternehmensvertretern an. Der anschließenden Präsentation und Diskussion der Fallstudienresultate geht ein intensives Präsentationstraining voraus.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, die Aufbau- und Ablauforganisation in Unternehmen zu bewerten und Schwachstellen zu erkennen. Sie besitzen das methodische Rüstzeug, um diese Schwachstellen zu beseitigen und effektive und selbstständig effiziente Organisationsstrukturen zu entwickeln. Durch die Fallstudienübungen werden sie befähigt, diese Kenntnisse anzuwenden und die getroffenen Entscheidungen sowie die entwickelten Lösungskonzepte präzise zu präsentieren, kontrovers zu diskutieren sowie zu verteidigen.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul <input type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Ausarbeitung, Präsentation und Verteidigung von Fallstudienlösungen (50% der Modulnote) 90- oder 120-minütige Klausur (50% der Modulnote) Die Festlegung der Klausurdauer wird zu Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Gerhard Schewe			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: CfMo2: Management I (MAN 1)				
Modultitel englisch: Management I				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 1. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Strategisches Management II	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Strategisches Management III	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Lehrinhalte: Ziel der Veranstaltung „Strategisches Management II“ ist es, wesentliche Einblicke in ein effektives Wachstumsmanagement junger Unternehmen zu geben. Ausgehend von empirischen Erkenntnissen und theoretischen Analysen werden insbesondere Instrumente des Wachstumsmanagements (u. a. ein avanciertes Lebenszyklusmodell) vorgestellt. Umfangreiche Fallbeispiele verdeutlichen die Praxisrelevanz der Ausführungen. Die Behandlung des Themas „Unternehmenskrisen“ rundet die Veranstaltung inhaltlich ab. Ziel der Veranstaltung „Strategisches Management III“ ist es, wesentliche Einblicke in eine fundierte Geschäftsplanung junger Unternehmen zu geben. Mittels empirischer Erkenntnisse und theoretischer Analysen wird der gesamte Planungsprozess von der Zielfindung und Visionskonkretisierung bis zur operativen Geschäftsplanung und Umsetzung thematisiert. Umfangreiche Fallbeispiele verdeutlichen die Praxisrelevanz der Ausführungen. Rechtsformbedingte Fragen der Unternehmensgründung runden die Veranstaltung ab.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden verstehen den kompletten Planungszyklus einer Unternehmensgründung. Sie sind zur selbstständigen planerischen Durchführung einer Unternehmensgründung von der Ziel- und Visionskonkretisierung bis zur tatsächlichen Umsetzung des Vorhabens befähigt. Zudem verstehen die Studierenden anhand von spieltheoretischen Modellen, Realtypologien und empirischen Überprüfungen die Dynamik raschen Unternehmenswachstums. Aufgrund der erworbenen Kenntnisse sind die Studierenden zur selbstständigen Analyse sowie zur Planung des Wachstumsmanagements bei jungen Unternehmen befähigt.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul <input type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Es ist entweder eine Klausur als Modulabschlussprüfung oder es sind in Ergänzung zu einer Klausur eine oder mehrere Fallstudien als modulbegleitende Teilprüfungen zu absolvieren. Umfang und ggf. konkrete Gewichtung werden zu Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Thomas Ehrmann			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: CfMo3: Management II (MAN 2)				
Modultitel englisch: Management II				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 1. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Strategische Analyse	V (P)	3,5	30 h (2 SWS)	75 h
	2	Fallstudienübung	Ü (P)	2,5	30 h (2 SWS)	45 h
2	Lehrinhalte: Die Vorlesung zur strategischen Analyse behandelt qualitative und quantitative Analyseverfahren des strategischen Managements. Diese stellen die Grundlage der strategischen Planungs- und Entscheidungsfindung dar. Im Rahmen einer Hausarbeit werden die in der Vorlesung behandelten Instrumente anhand einer strategischen Analyse praktisch angewendet. Die Studierenden tragen die Ergebnisse der Fallstudienbearbeitung im Rahmen einer Präsentation vor. Abschluss eines Moduls bildet eine praxisnahe Kurzpräsentation jedes Studierenden.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden haben Schlüsselqualifikationen der strategischen Planungs- und Entscheidungsfindung erworben. Dabei werden sie in die Lage versetzt, die angemessenen strategischen Analyseinstrumente zielführend anzuwenden und die Ergebnisse angemessen zu interpretieren. Nach Abschluss des Moduls sind sie mit der strategischen Analyse vertraut und sind in der Lage souverän für das spezifisch vorliegende Problem die angemessene Technik auszuwählen.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul <input type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die prüfungsrelevanten Leistungen bestehen aus einer Klausur (gemeinsame Klausur für Vorlesung und Übung), aktiver Mitarbeit sowie Hausarbeit und Präsentation im Rahmen der Übung. Umfang und konkrete Gewichtung zur Gesamtnote werden jeweils vor Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Jens Leker			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: CfMo4: Management IV (MAN 4)				
Modultitel englisch: Management IV				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes SoSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 2. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Strategisches Management IV	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Fallstudienübung	Ü (P)	2	30 h (2 SWS)	30 h
	3	Internettutorium	T (P)	1		30 h
2	Lehrinhalte: Die Veranstaltung „Strategisches Management IV“ beschäftigt sich mit grundlegenden Fragen von strategischer Positionierung und deren Umsetzung. Zentrale ökonomische Prinzipien und eine historische Einordnung sorgen für den Rahmen dieser Veranstaltung, um zu erörtern, welche Faktoren die Strategiewahl eines Unternehmens beeinflussen und determinieren. Die umfassende Diskussion von Diversifikationsmöglichkeiten erläutert die Rolle von Unternehmensgrenzen. Darauf aufbauend werden Einzelunternehmens- und marktbezogene Auswirkungen unternehmerischer Strategieentscheidungen auf Basis von Markteintritts- und Konkurrenzspielen eingehend analysiert und mit allgemeinen Fragestellungen zur Positionierung von Unternehmen ergänzt. Zudem wird die grundlegende strategische Positionierung aus der Bewertungsicht externer Investoren behandelt und es werden Modelle skizziert, wie Unternehmen ihre Strukturen und Systeme zur Strategieumsetzung, insbesondere zur Leistungsmessung und Mitarbeitermotivation, intern organisieren können.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden verstehen anhand von einfachen spieltheoretischen und nutzentheoretischen Modellen sowie mittels empirischer Überprüfungen den Zusammenhang zwischen Unternehmerzielen, Branchenwahl, strategischer Positionierung sowie Bewertungsprinzipien von Investoren und der Modellierung unternehmensinterner Systeme zur Leistungsmessung und Incentivierung der Mitarbeiter. Die erworbenen Kenntnisse befähigen die Studierenden zur selbstständigen Analyse und Bewertung der Marktpotentiale, der Positionierungsmöglichkeiten und der internen Strategieumsetzung von Unternehmen.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul <input type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Es ist entweder eine Klausur als Modulabschlussprüfung oder es sind in Ergänzung zu einer Klausur eine oder mehrere Fallstudien als modulbegleitende Teilprüfungen zu absolvieren. Umfang und ggf. konkrete Gewichtung werden zu Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Thomas Ehrmann			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: CfMo5: Personalökonomik (PERS 1)				
Modultitel englisch: Personnel Economics				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes SoSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 2. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Industrielle Beziehungen und Internationales	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Literaturübung mit Internettutorium	Ü (P)	3	0 bis 30 h (0 bis 2 SWS)	60 bis 90 h
2	Lehrinhalte: In der Vorlesung werden die theoretischen, insbesondere ökonomischen Grundlagen der Beziehungen zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern und des internationalen Personalmanagements zusammen mit wesentlichen empirischen und institutionellen Fakten vermittelt. In der Literaturübung vertiefen die Studierenden ihre Kenntnisse selbständig anhand grundlegender Literatur, während sie sich im Internettutorium zur Thematik gegenseitig austauschen können und Hilfestellung sowie Übungsaufgaben von Mitarbeiterseite erhalten.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden verstehen das System der industriellen Beziehungen in Deutschland und können es mit den Systemen anderer Länder vergleichen. Sie sind in der Lage, grundlegende Verhandlungsmodelle anzuwenden und damit in Unternehmen oder auch Verbänden bessere Verhandlungsergebnisse zu erzielen. Die erworbenen Kenntnisse hinsichtlich internationalen Personalmanagements befähigen die Studierenden zu entsprechenden Personalentscheidungen in inter- sowie transnationalen und globalen Unternehmen und lassen sich auch für ihre eigene internationale Karriereplanung nutzen.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul <input type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Einstündige Klausur zur Vorlesung (50% der Modulnote) Bearbeitung von Gruppen- und ggf. Einzelaufgaben, die in der Präsenzübung vorbereitet werden (50% der Modulnote)					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Alexander Dilger			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: CfMo6: Personalmanagement (PERS 2)				
Modultitel englisch: HR Management				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes SoSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 2. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Personal I	V (P)	1,5	15 h (1 SWS)	30 h
	2	Personal II	V (P)	1,5	15 h (1 SWS)	30 h
	3	Praxisseminar Personalmanagement	S (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Lehrinhalte: Die Vorlesungen beinhalten die zentralen Felder der unternehmerischen Personalarbeit. Neben der Analyse und Bewertung von Personalbeständen und -bedarfen thematisieren sie die Gestaltung der Personalbeschaffung, des Personaleinsatzes sowie der Personalfreisetzung und der Arbeitgebermarkenführung. Es werden theoretische Erkenntnisse und empirische Befunde der Personalführung vermittelt. Im Praxisseminar vertiefen die Studierenden ihre Kenntnisse und wenden sie durch die Lösung realer Fallstudien zum Personalmanagement in Zusammenarbeit mit Unternehmensvertretern an.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden können Methoden und Instrumente zu Analyse und Bewertung der quantitativen und qualitativen Personalstruktur sowie der Wirtschaftlichkeit der Personalarbeit anwenden und sind durch die erworbenen Kenntnisse in der Lage, selbstständig Personalentscheidungen zu treffen und zielgerichtete Maßnahmen zu ergreifen. Sie begreifen die Zusammenhänge zwischen den Feldern des Personalmanagements und besitzen eine hohe Sensibilität für Fragestellungen der Mitarbeiterführung. Durch das Praxisseminar werden sie befähigt, diese Kenntnisse anzuwenden und die getroffenen Entscheidungen sowie die entwickelten Lösungskonzepte präzise zu präsentieren, kontrovers zu diskutieren sowie zu verteidigen.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul <input type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Ausarbeitung, Präsentation und Verteidigung von Fallstudienlösungen (50% der Modulnote) 90- oder 120-minütige Klausur (50% der Modulnote) Die Festlegung der Klausurdauer wird zu Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Gerhard Schewe			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: CfMo7: Management III (MAN 3)				
Modultitel englisch: Management III				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 3. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Strategisches Management I	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Fallstudienübung	Ü (P)	2	30 h (2 SWS)	30 h
	3	Internettutorium	T (P)	1		30 h
2	Lehrinhalte: Die Veranstaltung „Strategisches Management I“ beschäftigt sich mit Unternehmensgründungen und der ersten Unternehmens- und Wachstumsphase. Kern der Veranstaltung ist die positive sowie normative Analyse der optimalen Strategiewahl in Bezug auf das Konkurrenzverhalten, die Bewältigung von Unsicherheit im Kontext von Investitionsentscheidungen und das Innovationsmanagement. Umfangreiche Fallbeispiele und empirische Erkenntnisse verdeutlichen die Relevanz der theoretischen und konzeptionellen Ausführungen.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden verstehen anhand von spieltheoretischen Modellen und empirischen Überprüfungen die Strategiewahl bei Unternehmensgründungen. Sie sind in der Lage, die Bedeutung der Innovation für den Erfolg von Unternehmensgründungen richtig einzuschätzen. Die erworbenen Kenntnisse befähigen die Studierenden zu entsprechenden Entscheidungen bei der Durchführung, Begleitung und wissenschaftlichen Analyse von Unternehmensgründungen (z.B. in Finanzierungsinstitutionen).					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Es ist entweder eine Klausur als Modulabschlussprüfung oder es sind in Ergänzung zu einer Klausur eine oder mehrere Fallstudien als modulbegleitende Teilprüfungen zu absolvieren. Umfang und ggf. konkrete Gewichtung werden zu Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Thomas Ehrmann			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: CfMo8: Nicht-Routineorganisation (ORG 2)				
Modultitel englisch: Change Management				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 3. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Organisation II	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Cases & Presentation II	S (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Lehrinhalte: Die Vorlesung thematisiert die Initiierung, Planung und Durchführung innovativer Strategien, Verhaltensweisen sowie Strukturen im Unternehmen und greift auf das Projektmanagement als grundlegende Organisationsform zurück. Im Mittelpunkt stehen theoretische Erkenntnisse und empirische Befunde zentraler Nicht-Routine-Aufgaben im Unternehmen. In der Fallstudienübung vertiefen die Studierenden ihre Kenntnisse und wenden sie durch die Lösung realer Fallstudien zur Implementierung innovativer Strukturen in Unternehmen in Zusammenarbeit mit Unternehmensvertretern an. Der anschließenden Präsentation und Diskussion der Fallstudienresultate geht ein intensives Präsentationstraining voraus.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden haben die Fähigkeit, systematisch die Notwendigkeit sowie die Chancen und Risiken von Innovationen in Unternehmen zu bewerten. Sie sind in der Lage, die Durchführung von Nicht-Routine-Aufgaben systematisch zu strukturieren, mögliche Barrieren zu überwinden und zielgerichtete Maßnahmen zu ergreifen. Durch die Fallstudienübungen werden sie befähigt, diese Kenntnisse anzuwenden und die getroffenen Entscheidungen sowie die entwickelten Lösungskonzepte präzise zu präsentieren, kontrovers zu diskutieren sowie zu verteidigen.					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Ausarbeitung, Präsentation und Verteidigung von Fallstudienlösungen (50% der Modulnote) 90- oder 120-minütige Klausur (50% der Modulnote) Die Festlegung der Klausurdauer wird zu Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Gerhard Schewe			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: CfMog: F&E-Prozessmanagement (F&E-PM)				
Modultitel englisch: Applied studies Management of R&D Processes				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 3. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	F&E-Prozessmanagement	V (P)	6	30 h (2 SWS)	150 h
2	Lehrinhalte: Das Studium des Moduls „F&E-Prozessmanagement“ eröffnet den Studierenden das breite Forschungsgebiet des Innovationsmanagements. Lehrinhalte sind die Organisation und das Management von Forschungs- und Entwicklungsprozessen im Unternehmen. Neben der Vermittlung wesentlicher Methoden und Instrumente des Technologiemonitorings und der Technologieführerkennung sowie des F&E-Portfoliomanagements, wird auch deren Einsetzbarkeit zur Identifikation zukünftiger Innovations- und Geschäftsfeldmöglichkeiten diskutiert. Aufbauend auf diesen Grundlagen lernen die Studierenden, langfristige Innovationsstrategien zu entwickeln und operativ umzusetzen. Hier werden Themen behandelt, wie Kooperationsmanagement mit Unternehmen und Universitäten, Widerstände gegen Neuerungen und deren Überwindung oder Methoden zur Organisation und zum Ablauf von F&E-Prozessen. Die Inhalte dieses Moduls werden anhand von Fallstudien in Kleingruppen erarbeitet und anschließend vor der gesamten Gruppe präsentiert. Die Studierenden werden somit aktiv in die Thematik des Innovations- & Technologiemanagements eingebunden. Die intensive Kleingruppenarbeit bedingt den hohen Anteil des Selbststudiums dieses Moduls.					
3	Vermittelte Kompetenzen Die Studierenden können durch die Vermittlung der strategischen und operativen Grundlagen, das Innovationsmanagement ganzheitlich betrachten. So sind die Studierenden nach Abschluss des Moduls in der Lage, Innovations- und Geschäftsfeldmöglichkeiten zu identifizieren, langfristige Innovationsstrategien zu entwickeln und grundlegende Methoden und Instrumente des Innovationsmanagements zielgerecht anzuwenden.					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die prüfungsrelevanten Leistungen bestehen aus der Präsentation der Ergebnisse der Fallstudienbearbeitung sowie einer Klausur. Umfang und konkrete Gewichtung zur Gesamtnote werden jeweils vor Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Jens Leker			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: CfM10: Ausgewählte Kapitel des Managements (AK)				
Modultitel englisch: Topics of the operational and strategic management				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 3. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Ausgewählte Kapitel zum operativen und strategischen Management	V (WP)	6	30 h (2 SWS)	150 h
	2	Beteiligungscontrolling*	S (WP)	6	60 h (4 SWS)	120 h
2	Lehrinhalte: In diesem Modul werden aktuelle Fragestellungen aus dem Bereich Management vorgestellt. Die Veranstaltungen haben abhängig von den aktuellen Entwicklungen wechselnde Inhalte und werden in der Regel von Lehrbeauftragten durchgeführt. Abhängig vom konkreten Lehrangebot können Zahl und Inhalt der Veranstaltungen in einzelnen Semestern variieren. In die einzelnen Veranstaltungen sind Übungsinhalte und Fallstudien integriert. Dabei liegt ein besonderes Augenmerk darauf, dass sich die Veranstaltungen in die aktuellen Forschungsgebiete des Managements einpassen. Die intensive Kleingruppenarbeit bedingt den hohen Anteil des Selbststudiums dieses Moduls.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden sind mit wechselnden aktuellen Fragestellungen konfrontiert worden. Sie haben sich dabei auch abhängig von ihrem konkreten Interessensgebiet spezialisiert. Über die theoretischen Grundlagen hinaus verwenden Sie souverän Techniken und Methoden, die sie für den Berufseinstieg in diesem speziellen Gebiet besonders qualifizieren. Durch die enge Verknüpfung von Forschung und Lehre in diesem Modul sind die Studierenden befähigt, den unmittelbaren Bezug der betriebswirtschaftlichen Forschung zu den aktuellen Anforderungen der Praxis herzustellen.					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Aus dem jeweiligen Lehrangebot sind Veranstaltungen im Umfang von 6 LP zu wählen.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Es ist in jeder Veranstaltung mindestens eine prüfungsrelevante Leistung zu absolvieren. Dabei handelt es sich i. d. R. um eine Klausur. Sollten in einer Veranstaltung mehrere prüfungsrelevante Leistungen zu absolvieren sein, werden jeweils vor Beginn der Veranstaltung Art, Umfang und konkrete Gewichtung durch Aushang bekannt gegeben. Werden in dem Modul mehrere Lehrveranstaltungen absolviert, so errechnet sich die Modulnote als arithmetisches Mittel aller Lehrveranstaltungsnoten mit dem Gewicht der Leistungspunkte.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					

10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120	
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Gerhard Schewe	Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften

* Das Seminar „Beteiligungscontrolling“ besteht aus einer Blockvorlesung im Wintersemester, der Anfertigung einer Seminararbeit in den darauf folgenden Semesterferien und einer Präsentation der Arbeitsergebnisse im anschließenden Sommersemester.

Modultitel deutsch: CfM11: Seminar Organisation und Personal (SEM 1)				
Modultitel englisch: Seminar Organization & HR				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 3. FS	LP: 12	Workload: 360 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Seminar Organisation und Personal	S (P)	12	60 h (4 SWS)	300 h
2	Lehrinhalte: In diesem Modul werden wechselnde aktuelle Fragestellungen aus dem Bereich „Organisation und Personal“ von den Studierenden im Rahmen einer individuellen schriftlichen Ausarbeitung aufgearbeitet. Die Ergebnisse werden von den Studierenden im Plenum vorgestellt und verteidigt. Dabei organisieren sich die Studierenden, um ihre Forschungsergebnisse zu diskutieren und auszutauschen. Die Themen stammen aus dem übergeordneten Forschungsbereich des Bereiches „Organisation und Personal“ und greifen aktuelle betriebswirtschaftliche Problemstellungen und Phänomene auf. Neuere Forschungsergebnisse sollen somit in die Lehre integriert und ausgiebig diskutiert werden. Dabei werden eigene empirische bzw. theoretisch-methodische Analysen der Studierenden sowie die Einbeziehung internationaler Aspekte konsequent gefördert. Beispiele für Themen sind das Management von Mergers & Acquisitions, aktuelle Trends im Personalcontrolling, die Gestaltung von Business Process Outsourcing. Übergeordnetes Ziel des Seminars ist es, theoretische Konzepte mit praxisorientierten Anwendungen zu kombinieren und eine Basis für die selbstständige wissenschaftliche Arbeit zu legen.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, eine selbstständige wissenschaftliche Ausarbeitung zu erstellen und im Rahmen einer kritischen wissenschaftlichen Diskussion zu verteidigen. Dabei wenden Sie je nach Fragestellung qualitativ-analytisches bzw. formal-methodisches Instrumentarium an. Zudem beherrschen sie die in diesem Zusammenhang relevanten Schlüsselkompetenzen, wobei die Kommunikations- und Rhetorikfähigkeiten der Studierenden besonders im Vordergrund stehen.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul <input type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die prüfungsrelevanten Leistungen bestehen aus der Anfertigung einer Seminararbeit sowie mündlicher Mitarbeit und einer Präsentation über das behandelte Thema und/oder ggf. einer Klausur. Umfang und konkrete Gewichtung zur Gesamtnote werden jeweils vor Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 12/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Gerhard Schewe			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: CfM12: Seminar Strategisches Management (SEM 2)				
Modultitel englisch: Seminar Strategic Management				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 3. FS	LP: 12	Workload: 360 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Seminar Strategisches Management	S (P)	12	60 h (4 SWS)	300 h
2						
2	Lehrinhalte: In diesem Modul werden wechselnde aktuelle Fragestellungen aus dem Bereich des strategischen Managements und der Unternehmensgründung von den Studierenden im Rahmen einer individuellen schriftlichen Ausarbeitung aufgearbeitet. Die Ergebnisse werden von den Studierenden im Plenum vorgestellt und verteidigt. Dabei organisieren sich die Studierenden, um ihre Forschungsergebnisse zu diskutieren und auszutauschen. Die Themen stammen aus dem übergeordneten Forschungsbereich des strategischen Managements und greifen aktuelle betriebswirtschaftliche Problemstellungen und Phänomene auf. Neuere Forschungsergebnisse sollen somit in die Lehre integriert und ausgiebig diskutiert werden. Dabei werden eigene empirische bzw. theoretisch-methodische Analysen der Studierenden sowie die Einbeziehung internationaler Aspekte konsequent gefördert. Beispiele für Themen sind strategische Steuerungsprobleme in Netzwerkorganisationen, die Organisationsform des Franchisings, Marktderegulierungen in der Telekommunikationsbranche sowie Absatzstrategien über das Internet. Übergeordnetes Ziel des Seminars ist es, theoretische Konzepte mit praxisorientierten Anwendungen zu kombinieren und eine Basis für die selbstständige wissenschaftliche Arbeit zu legen.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, eine selbstständige wissenschaftliche Ausarbeitung zu erstellen und im Rahmen einer kritischen wissenschaftlichen Diskussion zu verteidigen. Dabei wenden Sie je nach Fragestellung qualitativ-analytisches bzw. formal-methodisches Instrumentarium an. Zudem beherrschen sie die in diesem Zusammenhang relevanten Schlüsselkompetenzen, wobei die Kommunikations- und Rhetorikfähigkeiten der Studierenden besonders im Vordergrund stehen.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul <input type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die prüfungsrelevanten Leistungen bestehen aus der Anfertigung einer Seminararbeit, mündlicher Mitarbeit und einer Präsentation über das behandelte Thema. Umfang und konkrete Gewichtung zur Gesamtnote werden jeweils vor Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 12/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Thomas Ehrmann			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: CfM13: Organisation (ORG)				
Modultitel englisch: Organization				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 1. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Organisation I	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Organisation II	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Lehrinhalte: Im Rahmen der Vorlesungen werden die Grundlagen organisatorischer Gestaltung vermittelt. Im Mittelpunkt stehen die Gestaltungsprinzipien der Spezialisierung und Koordination von Routine-Aufgaben in Unternehmen sowie prozessorientierte Gestaltung von Unternehmensabläufen. Darüber hinaus werden in der Vorlesung qualitative und quantitative Methoden, Techniken und Modelle der Organisationsgestaltung gelehrt. Darüber hinaus werden die Initiierung, Planung und Durchführung innovativer Strategien, Verhaltensweisen sowie Strukturen im Unternehmen thematisiert und auf das Projektmanagement als grundlegende Organisationsform zurückgegriffen. Dargestellt werden theoretische Erkenntnisse und empirische Befunde zentraler Nicht-Routine-Aufgaben im Unternehmen.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, die Aufbau- und Ablauforganisation in Unternehmen zu bewerten und Schwachstellen zu erkennen. Sie besitzen das methodische Rüstzeug, um diese Schwachstellen zu beseitigen und effektive und selbstständig effiziente Organisationsstrukturen zu entwickeln. Die Studierenden haben die Fähigkeit, systematisch die Notwendigkeit sowie die Chancen und Risiken von Innovationen in Unternehmen zu bewerten. Sie sind in der Lage, die Durchführung von Nicht-Routine-Aufgaben systematisch zu strukturieren, mögliche Barrieren zu überwinden und zielgerichtete Maßnahmen zu ergreifen.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul <input type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die Modulabschlussprüfung erfolgt in Form einer entweder 90- oder 120-minütigen Klausur. Die genaue Festlegung wird zu Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Gerhard Schewe			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: CfM14: Strategisches Management (STM)				
Modultitel englisch: Strategic Management				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 1. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Strategisches Management III	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Strategische Analyse	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Lehrinhalte: Ziel der Veranstaltung „Strategisches Management III“ ist es, wesentliche Einblicke in eine fundierte Geschäftsplanung junger Unternehmen zu geben. Mittels empirischer Erkenntnisse und theoretischer Analysen wird der gesamte Planungsprozess von der Zielfindung und Visionskonkretisierung bis zur operativen Geschäftsplanung und Umsetzung thematisiert. Umfangreiche Fallbeispiele – etwa zu Geschäftsmodellen der Internetökonomie – verdeutlichen die Praxisrelevanz der Ausführungen. Rechtsformbedingte Fragen der Unternehmensgründung runden die Veranstaltung ab. Die Vorlesung zur strategischen Analyse behandelt qualitative und quantitative Analyseverfahren des strategischen Managements. Diese stellen die Grundlage der strategischen Planungs- und Entscheidungsfindung dar.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden verstehen den kompletten Planungszyklus einer Unternehmensgründung. Sie sind zur planerischen Durchführung einer Unternehmensgründung von der Ziel- und Visionskonkretisierung bis zur tatsächlichen Umsetzung des Vorhabens befähigt. Die Studierenden haben Schlüsselqualifikationen der strategischen Planungs- und Entscheidungsfindung erworben. Dabei werden sie in die Lage versetzt, die angemessenen strategischen Analyseinstrumente zielführend anzuwenden und die Ergebnisse angemessen zu interpretieren. Nach Abschluss des Moduls sind sie mit der strategischen Analyse vertraut und sind in der Lage, souverän für das spezifisch vorliegende Problem die angemessene Technik auszuwählen.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul <input type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Es ist entweder eine Klausur als Modulabschlussprüfung oder es sind in Ergänzung zu einer Klausur eine oder mehrere Fallstudien als modulbegleitende Teilprüfungen zu absolvieren. Umfang und ggf. konkrete Gewichtung werden zu Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Thomas Ehrmann			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: CfM15: Personal (PERS)				
Modultitel englisch: HR				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes SoSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 2. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Personal I	V (P)	1,5	15 h (1 SWS)	30 h
	2	Personal II	V (P)	1,5	15 h (1 SWS)	30 h
3	Industrielle Beziehungen und Internationales	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h	
2	Lehrinhalte: Die Vorlesungen „Personal I + II“ beinhalten die zentralen Felder der unternehmerischen Personalarbeit. Neben der Analyse und Bewertung von Personalbeständen und -bedarfen thematisieren sie die Gestaltung der Personalbeschaffung, des Personaleinsatzes sowie der Personalfreisetzung und der Arbeitgebermarkenführung. Es werden theoretische Erkenntnisse und empirische Befunde der Personalführung vermittelt. In der Vorlesung „Industrielle Beziehungen und Internationales“ werden die theoretischen, insbesondere ökonomischen Grundlagen der Beziehungen zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern und des internationalen Personalmanagements zusammen mit wesentlichen empirischen und institutionellen Fakten vermittelt.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden können Methoden und Instrumente zu Analyse und Bewertung der Personalstruktur sowie der Wirtschaftlichkeit der Personalarbeit anwenden und sind durch die erworbenen Kenntnisse in der Lage, selbstständig Personalentscheidungen zu treffen und zielgerichtete Maßnahmen zu ergreifen. Sie begreifen die Zusammenhänge zwischen den Feldern des Personalmanagements und besitzen eine hohe Sensibilität für Fragestellungen der Mitarbeiterführung. Die Studierenden verstehen das System der industriellen Beziehungen in Deutschland und können es mit den Systemen anderer Länder vergleichen. Sie sind in der Lage, grundlegende Verhandlungsmodelle anzuwenden und damit in Unternehmen oder auch Verbänden bessere Verhandlungsergebnisse zu erzielen. Die erworbenen Kenntnisse hinsichtlich internationalen Personalmanagements befähigen die Studierenden zu entsprechenden Personalentscheidungen in inter- sowie transnationalen und globalen Unternehmen und lassen sich auch für ihre eigene internationale Karriereplanung nutzen.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul <input type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die Modulabschlussprüfung erfolgt in Form einer entweder 90- oder 120-minütigen Klausur. Die genaue Festlegung wird zu Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Gerhard Schewe		Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften			

Modultitel deutsch: CfM16: Management (MAN)				
Modultitel englisch: Management				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes SoSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 2. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Strategisches Management IV	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Geschäftsprozessmanagement	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Lehrinhalte: Die Veranstaltung „Strategisches Management IV“ beschäftigt sich mit grundlegenden Fragen von strategischer Positionierung und deren Umsetzung. Zentrale ökonomische Prinzipien und eine historische Einordnung sorgen für den Rahmen dieser Veranstaltung, um zu erörtern, welche Faktoren die Strategiewahl eines Unternehmens beeinflussen und determinieren. In der Veranstaltung „Geschäftsprozessmanagement“ werden die für das Verständnis notwendigen Grundlagen der Organisationslehre gelehrt. Aufbauend auf den Grundlagen der Organisationslehre werden dann die Lehrinhalte über die Ablauforganisation vermittelt.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden verstehen anhand von einfachen spieltheoretischen und nutzentheoretischen Modellen sowie mittels empirischer Überprüfungen den Zusammenhang zwischen Unternehmerzielen, Branchenwahl, strategischer Positionierung sowie Bewertungsprinzipien von Investoren und der Modellierung unternehmensinterner Systeme zur Leistungsmessung und Incentivierung der Mitarbeiter. Die erworbenen Kenntnisse befähigen die Studierenden zur selbstständigen Analyse und Bewertung der Marktpotentiale, der Positionierungsmöglichkeiten und der internen Strategieumsetzung von Unternehmen. In der Vorlesung „Geschäftsprozessmanagement“ kennen die Studierenden die verschiedenen Möglichkeiten, die Unternehmensorganisation effizient und effektiv zu gestalten. Die Studierenden können beurteilen, welche Strukturen in einer gegebenen Situation zielführend sind und wie diese in bester Input-Output-Relation gestaltet werden können.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul <input type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Es ist entweder eine Klausur als Modulabschlussprüfung oder es sind in Ergänzung zu einer Klausur eine oder mehrere Fallstudien als modulbegleitende Teilprüfungen zu absolvieren. Umfang und ggf. konkrete Gewichtung werden zu Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Thomas Ehrmann			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modulangebot

MCM

Marketing Centrum Münster

MCMo1	Advanced Market Research
MCMo2	Advanced Industrial Marketing
MCMo3	Consumer Marketing
MCMo4	Media Marketing
MCMo5	Seminar Marketing I
MCMo6	Brand Management and Integrated Communication
MCMo7	Seminar Marketing II
MCMo8	Direct Marketing
MCMo9	Sales Management
MCM10	International Marketing
MCM11	Advanced Media Marketing
MCM12	Ausgewählte Kapitel des Marketing I
MCM13	Ausgewählte Kapitel des Marketing II
MCM14	Marketing Strategy

Major Marketing			
6 LP MCM 1) Advanced Market Research	2 x 6 LP (2 aus 3) MCM 2) Advanced Industrial Marketing MCM 3) Consumer Marketing MCM 4) Media Marketing		
12 LP MCM 5) Seminar Marketing I	6 LP MCM 6) Brand Management and Integrated Communication		
12 LP MCM 7) Seminar Marketing II	3 x 6 LP (3 aus 9) MCM 8) Direct Marketing MCM 9) Sales Management	MCM 10) International Marketing MCM 11) Advanced Media Marketing	MCM 12) Ausgew. Kapitel I MCM 13) Ausgew. Kapitel II sowie MCM 2) – MCM 4)
Masterarbeit 30 LP			

		Minor Marketing
	6 LP MCM 1) Advanced Market Research	1 x 6 LP (1 aus 3) MCM 2) Advanced Industrial Marketing MCM 3) Consumer Marketing MCM 4) Media Marketing
	12 LP MCM 14) Marketing Strategy	

Modultitel deutsch: MCMo1: Advanced Market Research (englischsprachig)				
Modultitel englisch: Advanced Market Research				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 1. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Advanced Market Research	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Computerbasierte Software- übung	Ü (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Lehrinhalte: Im Rahmen der Vorlesung „Advanced Market Research“ werden den Studierenden verschiedene multivariate Analysemethoden vermittelt, die als Fundamente der empirischen Forschung in den Realwissenschaften gelten. Ziel ist es, anhand dieser Methoden die häufig große Menge verfügbarer Daten und Informationen sinnvoll zu verdichten, Zusammenhänge zu identifizieren und Handlungsimplikationen im Hinblick auf das formulierte Marktforschungsproblem abzuleiten. Die praktische Anwendung dieser Methoden wird durch den Einsatz leistungsfähiger Computer-Programme erleichtert. Daher wird ergänzend zur Vorlesung eine computerbasierte Software-übung zur Anwendung der vorgestellten statistischen Verfahren angeboten.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage zu entscheiden, welches Analyseverfahren für ein konkretes Marktforschungsproblem am besten geeignet ist und wie erhobene Daten sinnvoll verdichtet und interpretiert werden können. Zudem sind bei den Studierenden auch Zugangsbarrieren zur Anwendung der Methoden abgebaut worden, die aus Vorbehalten gegenüber mathematischen Darstellungen, einer gewissen Scheu vor dem Einsatz des Computers und mangelnder Kenntnis der Anwendungsmöglichkeiten dieser Methoden resultieren. Durch die Integration einer vorlesungsbegleitenden Softwareübung zur Anwendung statistischer Verfahren ist ein nachhaltiger Lerneffekt erzielt worden. Durch die computerbasierte Analyse empirischer Daten sind die Studierenden auf die Herausforderungen der Marktforschungspraxis vorbereitet. Da das Modul vollständig in englischer Sprache durchgeführt wird, sind schließlich die Englisch-Kenntnisse der Studierenden nachhaltig gefördert worden.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul <input type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die Modulabschlussprüfung erfolgt in Form einer entweder 90- oder 120-minütigen Klausur. Die genaue Festlegung wird zu Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragte: Junior-Prof. Dr. Michael Paul			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: MCMo2: Advanced Industrial Marketing				
Modultitel englisch: Advanced Industrial Marketing				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 1. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Advanced Industrial Marketing	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Übung zu Advanced Industrial Marketing	Ü (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Lehrinhalte: Das Modul „Advanced Industrial Marketing“ greift auf die geschäftstypenorientierte Analyse industrieller Marketingprobleme zurück und erweitert und vertieft diese in allen vier Geschäftstypen (Produkt-/Anlagen-/System- und Zuliefergeschäft). Ein zweiter Schwerpunkt liegt auf der Ergänzung durch eine dynamische Betrachtung der Geschäftstypenwahl (Geschäftstypenwechsel). Dabei werden zentrale Konzepte, Methoden und Entscheidungsmodelle der Analyse und Planung industrieller Vermarktungsprozesse vorgestellt.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, auch komplexe und dynamische industrielle Vermarktungsprobleme zu analysieren und geschäftstypenspezifisch einzuordnen. Auf dieser Grundlage können sie erkennen, welche Besonderheiten die jeweilige geschäftstypenspezifische Situation aufweist. Auf Basis dieser Informationen sind die Studierenden anhand ihres konzeptionellen Wissens in der Lage, strategische und operative geschäftstypenspezifische Marketingempfehlungen zu geben. Sie lernen dabei, spezifische industrielle Marketingprobleme mit Hilfe von analytisch-quantitativen Verfahren und Planungsmodellen zu bearbeiten, um so ihre Entscheidungen zu optimieren. Darüber hinaus wird der Praxisbezug durch die Integration von anwendungsbezogenen Fallstudien und Software-Anwendungen sichergestellt.					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die prüfungsrelevanten Leistungen bestehen aus schriftlichen Ausarbeitungen (Fallstudien/Wissenschaftliche Artikel) und deren Ergebnisdiskussion. Je nach Umfang dieser Leistungen kann zusätzlich eine Klausur prüfungsrelevant sein. Umfang und konkrete Gewichtung zur Gesamtnote werden jeweils vor Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Dr. h. c. Klaus Backhaus		Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften			

Modultitel deutsch: MCM03: Consumer Marketing (englischsprachig)				
Modultitel englisch: Consumer Marketing				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 1. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Consumer Marketing	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Übung zu Consumer Marketing	Ü (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Lehrinhalte: Im Rahmen der Veranstaltung werden detaillierte Einblicke in die Vorgänge und Prozesse gegeben, die dem menschlichen Entscheidungsverhalten, insbesondere dem Nachfragerverhalten, zu Grunde liegen. Hierbei werden die Grundlagen der Determinanten des Konsumentenverhaltens (z. B. Aktivierung, Involvement, Emotion, Bedürfnis, Einstellung, Image und Zufriedenheit) mit der Zielsetzung dargestellt, die dabei gewonnenen Erkenntnisse für den Einsatz im Marketing nutzbar zu machen. Dabei erfolgt eine explizite Verknüpfung mit ausgewählten kommunikationspolitischen Fragestellungen. Die in der Vorlesung erworbenen theoretisch-konzeptionellen Kenntnisse werden in der begleitenden Übung anhand von aktuellen Forschungsbeiträgen, Studien und konkreten Fallstudien vertieft.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden sind vertraut mit den wesentlichen Wirkungsbeziehungen und Modellen des Konsumentenverhaltens. Auf diese Weise haben sie ein tiefergehendes Verständnis des Nachfragerverhaltens erlangt. Darüber hinaus können die Studierenden auf abstrakter Ebene verhaltenswissenschaftliche Theorien und Modelle anwenden und diese selbständig mit Entscheidungsproblemen des Marketings in der Unternehmenspraxis verknüpfen. Da das Modul vollständig in englischer Sprache durchgeführt wird, sind zudem die „Business English“-Kenntnisse der Studierenden nachhaltig gefördert worden.					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Es ist entweder eine Klausur als Modulabschlussprüfung oder es sind in Ergänzung zu einer Klausur eine oder mehrere Einzel- oder Gruppenarbeiten als modulbegleitende Teilprüfungen zu absolvieren. Umfang und ggf. konkrete Gewichtung werden zu Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Junior-Prof. Dr. Oliver Götz		Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften			

Modultitel deutsch: MCMo4: Media Marketing (englischsprachig)				
Modultitel englisch: Media Marketing				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 1. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Media Marketing	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Übung zu Media Marketing	Ü (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Lehrinhalte: Im Rahmen der Veranstaltung werden den Studierenden die konstitutiven Merkmale von Medienprodukten vermittelt. Aufbauend darauf werden die spezifischen Geschäftsmodelle und Marktstrukturen von Medienunternehmen dargestellt. Weitere Inhalte sind strategische Marketing-Optionen bei Medienprodukten. Die erarbeiteten Kenntnisse werden in Fallstudien und in Lektüren von Journalartikeln im Rahmen der Übung vertieft.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studenten sind in der Lage, die grundlegenden Merkmale von Medienprodukten, -märkten und -konsum zu erfassen und theoriegeleitet zu beschreiben. Sie können dieses Wissen eigenständig auf Fallbeispiele der Medienbranche anwenden und eigenständig strategische Optionen für das Medienmarketing und -management erarbeiten. Da das Modul vollständig in englischer Sprache durchgeführt wird, sind zudem die „Business English“-Kenntnisse der Studierenden nachhaltig gefördert worden.					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls.					
7	Leistungsüberprüfung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die prüfungsrelevanten Leistungen bestehen aus Gruppenarbeiten sowie einer Klausur. Umfang und konkrete Gewichtung zur Gesamtnote werden jeweils vor Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Thorsten Hennig-Thurau			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: MCM05: Seminar Marketing I		(fallweise englischsprachig)		
Modultitel englisch: Seminar Marketing I				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes SoSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 2. FS	LP: 12	Workload: 360 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Seminar Marketing	S (P)	12	30 h (2 SWS)	330 h
2	<p>Lehrinhalte: In diesem Modul werden aktuelle Fragestellungen aus dem Bereich Marketing von den Studierenden im Rahmen einer individuellen schriftlichen Ausarbeitung und/oder von praxisnahen Fallstudien aufgearbeitet. Dabei organisieren sich die Studierenden in Gruppen, um ihre Forschungsergebnisse zu diskutieren und auszutauschen. Die Ergebnisse werden im Plenum vorgestellt und verteidigt. Die Themen stammen aus dem Forschungsbereich des jeweilig anbietenden Instituts/Lehrstuhls, so dass aktuelle Forschungsergebnisse in die Lehre integriert und diskutiert werden können. Dabei werden eigene empirische bzw. theoretisch-methodische Analysen der Studierenden sowie die Einbeziehung internationaler Aspekte konsequent gefördert.</p>					
3	<p>Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, eine selbständige wissenschaftliche Ausarbeitung und/oder praxisnahe schriftliche Fallstudienlösungen zu erstellen und im Rahmen einer kritischen Diskussion zu verteidigen. Dabei wenden Sie je nach Fragestellung qualitativ-analytisches bzw. formal-methodisches Instrumentarium an. Zudem beherrschen sie die in diesem Zusammenhang relevanten Schlüsselkompetenzen, insbesondere Kommunikations-, Präsentations- und Rhetorikfähigkeiten. In den Fällen, in denen das Modul auf Englisch angeboten wird, sind zudem die „Business English“-Kenntnisse der Studierenden nachhaltig gefördert worden.</p>					
4	<p>Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul <input type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul</p>					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	<p>Leistungsüberprüfung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen</p>					
8	<p>Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die prüfungsrelevanten Leistungen bestehen aus der schriftlichen Ausarbeitung (Fallstudien/Seminararbeiten) und der Ergebnispräsentation. Je nach Umfang dieser Leistungen kann zusätzlich eine Klausur prüfungsrelevant sein. Umfang und konkrete Gewichtung zur Gesamtnote werden jeweils vor Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.</p>					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 12/120					
11	Modulbeauftragte: Prof. Dr. Thorsten Hennig-Thurau			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: MCMo6: Brand Management and Integrated Communication (englischsprachig)				
Modultitel englisch: Brand Management and Integrated Communication				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes SoSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 2. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Brand Management and Integrated Communication	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Übung zu Brand Management and Integrated Communication	Ü (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Lehrinhalte: Im Rahmen der Veranstaltung erhalten die Teilnehmer einen vertiefenden Einblick in die moderne Markenführung und Kommunikationspolitik. Basis ist die interdisziplinäre Markenforschung, auf deren Grundlage die identitätsbasierte Markenführung vertiefend diskutiert und das Markenmanagement mit der marktorientierten Unternehmensführung vernetzt wird. Darüber hinaus setzen sich die Teilnehmer mit der Markenführung in Unternehmensnetzwerken und Wertschöpfungsnetzen, insbesondere auch im Spannungsfeld von Zulieferern, Industrie und Handel sowie mit dem Markencontrolling auseinander. Weiterer thematischer Schwerpunkt ist das integrierte Kommunikationsmanagement.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Teilnehmer haben ein Verständnis für das Phänomen Marke erlangt und sind in der Lage, strategische und operative Kommunikationsmaßnahmen im Einklang mit der Markenführung zu planen und erfolgreich umzusetzen. Da das Modul vollständig in englischer Sprache durchgeführt wird, sind schließlich die „Business English“-Kenntnisse der Studierenden nachhaltig gefördert worden.					
4	Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul <input type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die Leistungen bestehen aus einer Gruppenarbeit sowie einer Klausur. Umfang und konkrete Gewichtung zur Gesamtnote werden jeweils vor Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragte: Junior-Prof. Dr. Michael Steiner Prof. Dr. Thorsten Hennig-Thurau			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: MCM07: Seminar Marketing II		(fallweise englischsprachig)		
Modultitel englisch: Seminar Marketing II				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 3. FS	LP: 12	Workload: 360 h

71	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Seminar Marketing	S (P)	12	30 h (2 SWS)	330 h
2	<p>Lehrinhalte: In diesem Modul werden aktuelle Fragestellungen aus dem Bereich Marketing von den Studierenden im Rahmen einer individuellen schriftlichen Ausarbeitung und/oder von praxisnahen Fallstudien aufgearbeitet. Dabei organisieren sich die Studierenden in Gruppen, um ihre Forschungsergebnisse zu diskutieren und auszutauschen. Die Ergebnisse werden im Plenum vorgestellt und verteidigt. Die Themen stammen aus dem Forschungsbereich des jeweilig anbietenden Instituts/Lehrstuhls, so dass aktuelle Forschungsergebnisse in die Lehre integriert und diskutiert werden können. Dabei werden eigene empirische bzw. theoretisch-methodische Analysen der Studierenden sowie die Einbeziehung internationaler Aspekte konsequent gefördert.</p>					
3	<p>Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, eine selbständige wissenschaftliche Ausarbeitung und/oder praxisnahe schriftliche Fallstudienlösungen zu erstellen und im Rahmen einer kritischen Diskussion zu verteidigen. Dabei wenden Sie je nach Fragestellung qualitativ-analytisches bzw. formal-methodisches Instrumentarium an. Zudem beherrschen sie die in diesem Zusammenhang relevanten Schlüsselkompetenzen, insbesondere Kommunikations-, Präsentations- und Rhetorikfähigkeiten. In den Fällen, in denen das Modul auf Englisch angeboten wird, sind zudem die „Business English“-Kenntnisse der Studierenden nachhaltig gefördert worden.</p>					
4	<p>Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul <input type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul</p>					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	<p>Leistungsüberprüfung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen</p>					
8	<p>Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die prüfungsrelevanten Leistungen bestehen aus der schriftlichen Ausarbeitung (Fallstudien/Seminararbeiten) und der Ergebnispräsentation. Je nach Umfang dieser Leistungen kann zusätzlich eine Klausur prüfungsrelevant sein. Umfang und konkrete Gewichtung zur Gesamtnote werden jeweils vor Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.</p>					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 12/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Manfred Krafft			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: MCMo8: Direct Marketing					(englischsprachig)
Modultitel englisch: Direct Marketing					
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre					
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 3. FS	LP: 6	Workload: 180 h	

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Direct Marketing	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Übung zu Direct Marketing	Ü (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Lehrinhalte: Im Rahmen des Moduls werden konzeptionelle und methodische Grundlagen des Direktmarketings vorgestellt. Hierbei wird den Studierenden ein umfassender Überblick über die Planung, Implementierung und Integration unterschiedlicher Direktwerbemedien vermittelt. Zusätzlich soll den Studierenden sowohl der Einsatz moderner Marktforschungsmethoden im Direktmarketing als auch die Nutzung von externen Wettbewerbsinformationen näher gebracht werden. Die wertorientierte Planung und Optimierung von Direktmarketing-Aktivitäten und die Erfolgskontrolle stellen weitere Schwerpunkte der Vorlesung dar.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden beherrschen die wesentlichen Entscheidungsbereiche im Rahmen des Direktmarketing und insbesondere des integrativen Einsatzes unterschiedlicher Direktwerbemedien. Sie sind befähigt, die verschiedenen Erfolgstreiber und Management-Stellhebel bei der Durchführung von Direktmarketing-Kampagnen zu identifizieren bzw. einzusetzen. Darüber hinaus sind die Studierenden in der Lage, spezifische Entscheidungsprobleme mit Hilfe analytisch-quantitativer Modelle zu bearbeiten. Da das Modul vollständig in englischer Sprache durchgeführt wird, sind schließlich auch die „Business English“-Kenntnisse der Studierenden nachhaltig gefördert worden.					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Es ist entweder eine Klausur als Modulabschlussprüfung oder es sind in Ergänzung zu einer Klausur eine oder mehrere Einzel- oder Gruppenarbeiten als modulbegleitende Teilprüfungen zu absolvieren. Umfang und ggf. konkrete Gewichtung werden zu Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Manfred Krafft			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: MCMog: Sales Management (englischsprachig)				
Modultitel englisch: Sales Management				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 3. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Sales Management	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
	2	Übung zu Sales Management	Ü (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Lehrinhalte: Im Rahmen der Vorlesung „Sales Management“ werden den Studierenden wesentliche Aspekte der Planung, Implementierung und Kontrolle von Vertriebsaktivitäten vermittelt. Neben strategisch-organisatorischen Aspekten in Zusammenhang mit der Ausgestaltung multipler Vertriebskanäle, der Koordination und Integration von Marketing und Vertrieb, der Bestimmung der Außendienstgröße und der Einteilung von Verkaufsgebieten werden insbesondere Fragestellungen zur Ausgestaltung des Beurteilungs- und Entlohnungssystems von Außendienstmitarbeitern vertiefend behandelt.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden sind vertraut mit den wesentlichen Entscheidungsbereichen im Rahmen des Vertriebsmanagements und insbesondere des persönlichen Verkaufs. Sie sind befähigt, die verschiedenen Erfolgstreiber und Management-Stellhebel der Vertriebsarbeit zu identifizieren bzw. einzusetzen. Darüber hinaus sind die Studierenden in der Lage, spezifische Entscheidungsprobleme (wie z.B. die Verkaufsgebietseinteilung oder die Besuchsplanung von Verkäufern) mit Hilfe analytisch-quantitativer Planungsmodelle zu bearbeiten. Da das Modul vollständig in englischer Sprache durchgeführt wird, sind schließlich auch die „Business English“-Kenntnisse der Studierenden nachhaltig gefördert worden.					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Es ist entweder eine Klausur als Modulabschlussprüfung oder es sind in Ergänzung zu einer Klausur eine oder mehrere Einzel- oder Gruppenarbeiten als modulbegleitende Teilprüfungen zu absolvieren. Umfang und ggf. konkrete Gewichtung werden zu Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Manfred Krafft			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: MCM10: International Marketing (englischsprachig)				
Modultitel englisch: International Marketing				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 3. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	International Marketing	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Übung zu International Marketing	Ü (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h	
2	Lehrinhalte: Im Mittelpunkt des Moduls „International Marketing“ steht die Koordinationsperspektive des Internationalen Marketings. Betrachtet werden keine multinationalen Marketingstrategien, sondern die Probleme, die sich für einen Anbieter aus marktbezogenen Rückkopplungen durch die gleichzeitige Bearbeitung von Ländermärkten ergeben. Rückkopplungen steuern dabei die Aktivitäten, die im Rahmen des Internationalen Marketings sowohl beim erstmaligen Engagement auf Ländermärkten (Going International) als auch im Rahmen der anschließenden Marktbearbeitung (Being International) ergeben. Die Fragestellungen, die sich aus den Rückkopplungen ergeben, werden im Rahmen der Vorlesung theoretisch erarbeitet und in den Übungen anhand von Fallstudien und Übungsaufgaben vertieft.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, die Besonderheiten der internationalen Marktbearbeitung zu verstehen und multinationale von internationalen Problemstellungen zu unterscheiden. Auf dieser Grundlage können sie beurteilen, welche Rückkopplungen aus der gleichzeitigen Bearbeitung von Ländermärkten entstehen können und wie dem dadurch generierten Koordinationsbedarf im Rahmen von Going- und Being-International Entscheidungen begegnet werden kann. Hierdurch gelingt es den Studierenden, Probleme der internationalen Geschäftstätigkeit systematisch zu identifizieren und theoretisch fundierte Lösungsansätze abzuleiten. Zudem sind die Studierenden befähigt, verschiedene Methoden und Modelle zur Lösung von Problemen im Rahmen des Internationalen Marketings anzuwenden. Da das Modul vollständig in englischer Sprache durchgeführt wird, sind schließlich die „Business English“-Kenntnisse der Studierenden nachhaltig gefördert worden.					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	Leistungsüberprüfung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die prüfungsrelevanten Leistungen bestehen aus der schriftlichen Bearbeitung von Fallstudien und der Ergebnispräsentation sowie einer Klausur. Umfang und konkrete Gewichtung zur Gesamtnote werden jeweils vor Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Dr. h. c. Klaus Backhaus			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: MCM11: Advanced Media Marketing (englischsprachig)				
Modultitel englisch: Advanced Media Marketing				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 3. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Entertainment Media Marketing	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h
2	Übung zu Entertainment Media Marketing	V (P)	3	30 h (2 SWS)	60 h	
2	Lehrinhalte: Im Rahmen der Veranstaltung werden Perspektiven des Medien-Marketing vertiefend diskutiert. In der Vorlesung werden die Herausforderungen der Vermarktung von Entertainmentprodukten wie Spielfilme, Bücher oder Games erörtert. Besondere Schwerpunkte werden dabei auf Eigenheiten des hedonischen und sozialen Konsums, Markenstrategien bei Entertainment Media und Kommunikationsprozesse gelegt. Die erarbeiteten Kenntnisse werden in Fallstudien und in Lektüren von Journalartikeln im Rahmen der Übung vertieft.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden erlangen ein tiefgehendes Verständnis von den Funktionsweisen von hedonischen und neuen Medien und ihren Auswirkungen auf das Marketing. Sie erhalten dabei nicht nur einen Einblick in die aktuelle Praxis von Medienunternehmen, sondern lernen auch eine forschungsorientierte Auseinandersetzung mit diesen Phänomenen. Sie sind anschließend in der Lage, auch zukünftige Innovationen in der Medienbranche einzuschätzen und neue Forschungsprobleme zu formulieren. Da das Modul vollständig in englischer Sprache durchgeführt wird, sind schließlich die „Business English“-Kenntnisse der Studierenden nachhaltig gefördert worden.					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls.					
7	Leistungsüberprüfung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die prüfungsrelevanten Leistungen bestehen aus Gruppenarbeiten sowie einer Klausur. Umfang und konkrete Gewichtung zur Gesamtnote werden jeweils vor Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gegeben.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Thorsten Hennig-Thurau			Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften		

Modultitel deutsch: MCM12: Ausgewählte Kapitel des Marketing I (englischsprachig)				
Modultitel englisch: Advanced Marketing on specific topics I				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 3. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Ausgewählte Kapitel des Marketing I	V (P)	6	60 h (4 SWS)	120 h
2	Lehrinhalte: In diesem Modul werden wechselnde aktuelle Fragestellungen aus dem Bereich Marketing von den Studierenden aufgearbeitet. Mögliche Themen könnten z.B. das Marketing von Dienstleistungen, Social Marketing oder branchenspezifische Marketingfragestellungen umfassen. Die Themen stammen aus den Forschungsbereichen des jeweilig anbietenden Instituts/Lehrstuhls, so dass aktuell praxisrelevante Fragestellungen sowie Forschungsergebnisse der Lehrstühle in die Lehre integriert werden können. Die Vorlesungen dieses Moduls werden auf regelmäßiger Basis von ausländischen Gastdozenten übernommen, so dass neben den Forschungsfeldern der beteiligten Münsteraner Institute auch aktuelle, international relevante Forschungsbereiche beleuchtet werden. Abhängig vom konkreten Lehrangebot können Zahl und Inhalt der Veranstaltungen in einzelnen Semestern variieren.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden sind vertraut mit aktuellen praxis- und/oder forschungsrelevanten Marketingthemen und erwerben fundiertes Spezialwissen in ausgewählten branchenspezifischen, instrumentellen oder methodischen Fragestellungen. Darüber hinaus haben die Studierenden durch die Integration von ausländischen Gastdozenten in die Lehre einen Einblick in international relevante Forschungsfelder und Lehrkonzepte erhalten. Da das Modul vollständig in englischer Sprache durchgeführt wird, sind zudem die „Business English“-Kenntnisse der Studierenden nachhaltig gefördert worden.					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Aus dem jeweiligen Lehrangebot sind Veranstaltungen im Umfang von 6 LP zu wählen.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Es ist in jeder Veranstaltung mindestens eine prüfungsrelevante Leistung zu absolvieren. Dabei handelt es sich i. d. R. um eine Klausur. Sollten in einer Veranstaltung mehrere prüfungsrelevante Leistungen zu absolvieren sein, werden jeweils vor Beginn der Veranstaltung Art, Umfang und konkrete Gewichtung durch Aushang bekannt gegeben. Werden in dem Modul mehrere Lehrveranstaltungen absolviert, so errechnet sich die Modulnote als arithmetisches Mittel aller Lehrveranstaltungsnoten mit dem Gewicht der Leistungspunkte.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Thorsten Hennig-Thurau		Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften			

Modultitel deutsch: MCM13: Ausgewählte Kapitel des Marketing II (englischsprachig)				
Modultitel englisch: Advanced Marketing on specific topics II				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes WiSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 3. FS	LP: 6	Workload: 180 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Ausgewählte Kapitel des Marketing II	V (P)	6	60 h (4 SWS)	120 h
2	Lehrinhalte: In diesem Modul werden wechselnde aktuelle Fragestellungen aus dem Bereich Marketing von den Studierenden aufgearbeitet. Mögliche Themen könnten z.B. das Marketing von Dienstleistungen, Social Marketing oder branchenspezifische Marketingfragestellungen umfassen. Die Themen stammen aus den Forschungsbereichen des jeweilig anbietenden Instituts/Lehrstuhls, so dass aktuell praxisrelevante Fragestellungen sowie Forschungsergebnisse der Lehrstühle in die Lehre integriert werden können. Die Vorlesungen dieses Moduls werden auf regelmäßiger Basis von ausländischen Gastdozenten übernommen, so dass neben den Forschungsfeldern der beteiligten Münsteraner Institute auch aktuelle, international relevante Forschungsbereiche beleuchtet werden. Abhängig vom konkreten Lehrangebot können Zahl und Inhalt der Veranstaltungen in einzelnen Semestern variieren.					
3	Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden sind vertraut mit aktuellen praxis- und/oder forschungsrelevanten Marketingthemen und erwerben fundiertes Spezialwissen in ausgewählten branchenspezifischen, instrumentellen oder methodischen Fragestellungen. Darüber hinaus haben die Studierenden durch die Integration von ausländischen Gastdozenten in die Lehre einen Einblick in international relevante Forschungsfelder und Lehrkonzepte erhalten. Da das Modul vollständig in englischer Sprache durchgeführt wird, sind zudem die „Business English“-Kenntnisse der Studierenden nachhaltig gefördert worden.					
4	Status: <input type="checkbox"/> Pflichtmodul <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Aus dem jeweiligen Lehrangebot sind Veranstaltungen im Umfang von 6 LP zu wählen.					
7	Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Es ist in jeder Veranstaltung mindestens eine prüfungsrelevante Leistung zu absolvieren. Dabei handelt es sich i. d. R. um eine Klausur. Sollten in einer Veranstaltung mehrere prüfungsrelevante Leistungen zu absolvieren sein, werden jeweils vor Beginn der Veranstaltung Art, Umfang und konkrete Gewichtung durch Aushang bekannt gegeben. Werden in dem Modul mehrere Lehrveranstaltungen absolviert, so errechnet sich die Modulnote als arithmetisches Mittel aller Lehrveranstaltungsnoten mit dem Gewicht der Leistungspunkte.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 6/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Thorsten Hennig-Thurau		Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften			

Modultitel deutsch: MCM14: Marketing Strategy (englischsprachig)				
Modultitel englisch: Marketing Strategy				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes SoSe	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 2. FS	LP: 12	Workload: 360 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Marketing Strategy	S (P)	12	60 h (4 SWS)	300 h
2	<p>Lehrinhalte: In dem Seminar „Marketing Strategy“ werden Inhalte des strategischen Marketing sowie der marktorientierten Unternehmensstrategien behandelt. Das Seminar beschäftigt sich des Weiteren mit dem effektiven Management von Neuproduktentwicklungen sowie Produktportfolios in einem dynamischen Marktumfeld. Der Inhalt des Kurses wird durch Sessions und Gruppenarbeiten erarbeitet. Die Inhalte der Sessions und der Gruppenarbeiten dienen als qualitative und quantitative Grundlage für das begleitende Simulationsspiel. Das computerbasierte Simulationsspiel – Markstrat – wird hierbei als pädagogisches Instrument genutzt. Markstrat ist ein Unternehmensplanspiel mit spezifischer Marketingausrichtung. Studierende arbeiten dabei in Teams und bilden einzelne Unternehmen, die in einer simulierten Welt in direktem Wettbewerb zueinander stehen. Für jede Planungsperiode müssen jeweils Marketingentscheidungen getroffen werden.</p>					
3	<p>Vermittelte Kompetenzen: Durch das Seminar sollen die Studierenden ein tieferes Verständnis im strategischen Marketing erhalten. Die Integration des computerbasierten Planspiels fördert bei den Studierenden gezielt den aktiven Transfer von theoretischem Wissen zu praxisrelevanten Problemstellungen. Die Studierenden haben die Möglichkeit, Instrumente des strategischen Marketing in einem fiktiven Markt anzuwenden. Dabei wenden Sie je nach Fragestellung qualitativ-analytische bzw. formal-methodische Methoden an. Bedingt durch aktive Diskussionen und eine umfassende Abschlusspräsentation beherrschen die Studierenden grundlegende Kommunikations- und Rhetorikfähigkeiten. Da das Modul vollständig in englischer Sprache durchgeführt wird, sind zudem die „Business English“-Kenntnisse der Studierenden nachhaltig gefördert worden.</p>					
4	<p>Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul <input type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul</p>					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	<p>Leistungsüberprüfung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input checked="" type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen</p>					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die prüfungsrelevanten Leistungen bestehen aus einer Reihe von Teilprüfungen, deren Art, Umfang und Gewichtung zu Beginn der Veranstaltung durch Aushang bekannt gemacht wird.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: - keine -					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 12/120					
11	Modulbeauftragter: Junior-Prof. Dr. Oliver Götz		Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften			

Minor Information Systems

Die Studierenden des Masterstudiengangs BWL können optional den Minor Information Systems belegen. In diesem Minor stehen sämtliche Module des ersten und zweiten Semesters des vom Institut der Wirtschaftsinformatik angebotenen Master of Information Systems entsprechend des dortigen Modul Compendiums zur Wahl. Insgesamt sind Module im Umfang von 24 Leistungspunkten zu absolvieren. Für die konkrete Zusammenstellung der Veranstaltungen wird den Studierenden eine Beratung durch den Studienkoordinator für den Master of Information Systems dringend empfohlen.

Ein möglicher Studienverlaufsplan für den Minor Information Systems könnte wie folgt aussehen.

		Minor Information Systems	
	6 LP IM Tasks and Techniques	6 LP SCM and Logistics	
	6 LP Information Systems Architecture	6 LP Production Planning and Control	

Minor Volkswirtschaftslehre

Die Studierenden des Masterstudiengangs BWL können optional den Minor Volkswirtschaftslehre belegen. In diesem Minor stehen sämtliche Module (mit Ausnahme der Masterarbeit) des von der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät angebotenen Masterstudiengang Volkswirtschaftslehre entsprechend des dazugehörigen Modulhandbuchs zur Auswahl. Insgesamt sind Module im Umfang von 24 Leistungspunkten zu absolvieren.

Es gelten die Regeln des aufnehmenden Bereichs. Die Module erstrecken sich teilweise über zwei Semester. Ein möglicher Studienverlaufsplan für den Minor Volkswirtschaftslehre könnte wie folgt aussehen.

		Minor Volkswirtschaftslehre	
		6 LP Time Series Analysis	6 LP Business Cooperation: Mergers & Acquisitions
		6 LP Empirical Methods	6 LP Advanced International Trade

Masterarbeit

Modultitel deutsch: Masterarbeit				
Modultitel englisch: Master's thesis				
Studiengang: Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre				
Turnus: Jedes Semester	Dauer: 1 Semester	Fachsemester: 4. FS	LP: 30	Workload: 900 h

1	Modulstruktur:					
	Nr.	Lehrveranstaltung	Typ + Status	LP	Präsenz	Selbststudium
	1	Masterkolloquium + Masterarbeit	S (P)	6 + 24	30 (2 SWS)	870 h
2	<p>Lehrinhalte: Die Ausarbeitung der Masterarbeit wird begleitet durch das Masterkolloquium. Mit einem klaren Fokus auf die Erstellung einer Masterarbeit und die damit verbundenen Herausforderungen wird hier auf zentrale Punkte wissenschaftlichen Arbeitens und die damit verbundenen Techniken eingegangen. Die Erstellung der Masterarbeit umfasst die Recherche und Erarbeitung des aktuellen Forschungsstandes, das darauf aufbauende Formulieren von Forschungsfragen und die Entwicklung wissenschaftlich fundierter Aussagen. Die Bearbeitung der Problemstellung mittels der fachlichen Methoden und Techniken wird durch das Herausarbeiten eines wissenschaftlich begründeten Urteils abgeschlossen.</p>					
3	<p>Vermittelte Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, auf Grundlage von vertieftem Fachwissen sowie von Fähigkeiten und Methoden ihres Faches ein Problem aus dem Bereich des gewählten inhaltlichen Schwerpunktes in einem festgelegten Zeitraum zu bearbeiten und zu lösen. Die Studierenden können diese wissenschaftliche Abhandlung selbstständig erstellen.</p>					
4	<p>Status: <input checked="" type="checkbox"/> Pflichtmodul <input type="checkbox"/> Wahlpflichtmodul</p>					
5	Verwendbarkeit in anderen Studiengängen: - keine -					
6	Beschreibung von Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Es bestehen keine Wahlmöglichkeiten.					
7	<p>Leistungsüberprüfung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung <input type="checkbox"/> Modulbegleitende Teilprüfungen</p>					
8	Art der prüfungsrelevanten Leistungen: Die Modulabschlussprüfung besteht aus der schriftlichen Ausarbeitung der Masterarbeit.					
9	Teilnahmevoraussetzungen: Es sollen zum Zeitpunkt der Ausgabe des Masterarbeitsthemas 60 LP erbracht worden sein.					
10	Gewichtung der Modulnote für die Bildung der Gesamtnote: 30/120					
11	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Hans-Jürgen Kirsch		Zuständiger Fachbereich: FB 04 - Wirtschaftswissenschaften			

Artikel 2

Diese Ordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung in den Amtlichen Bekanntmachungen der Westfälischen Wilhelms-Universität (AB Uni) in Kraft.

Ausgefertigt aufgrund der Beschlüsse des Fachbereichsrats der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät (Fachbereich 04) vom 06.07.2011 und vom 25.01.2012.

Münster, den 10.04.2012

Die Rektorin



Prof. Dr. Ursula Nelles

Die vorstehende Ordnung wird gemäß der Ordnung der Westfälischen Wilhelms-Universität über die Verkündung von Ordnungen, die Veröffentlichung von Beschlüssen sowie die Bekanntmachung von Satzungen vom 08. Februar 1991 (AB Uni 91/1), geändert am 23. Dezember 1998 (AB Uni 99/4), hiermit verkündet.

Münster, den 10.04.2012

Die Rektorin



Prof. Dr. Ursula Nelles