



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

Masterstudiengang

Management

Modulhandbuch –
Sommersemester 2025

wiso.fau.de/management

**Mehr
wissen**



Wichtige Anmerkungen zum vorliegendem Modulhandbuch

Dieses Modulhandbuch ist nur für Studierende der **Prüfungsordnung Nr. 20192** gültig, d.h. für alle Management-Studierenden mit **Studienbeginn vor dem Wintersemester 2023/24**.

Für Studierende, die ihr Studium im oder nach dem Wintersemester 2023/24 begonnen haben (Prüfungsordnung Nr. 20232), wird ein separates Modulhandbuch veröffentlicht.

- - -

This module handbook is only valid for students with the **examination regulation no. 20192**, meaning all management students who **started their studies before the winter term 2023/24**.

A separate module handbook for all students who started their studies in or after the winter term 2023/24 (examination regulation no. 20232) is published.

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

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

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

Hinweis zu Art und Umfang von Prüfungsleistungen

Die Art der am Fachbereich Wirtschafts- und Sozialwissenschaften gültigen Prüfungsleistungen ist definiert in §17 Prüfungsarten der Master-Rahmenprüfungsordnung (MPO). Darüber hinaus sind Prüfungsumfänge in den §§18 bis 24 MPO geregelt. Die Prüfungsordnungen sind unter folgendem Link einzusehen:

<https://www.fau.de/fau/rechtsgrundlagen/pruefungsordnungen/>

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

Prüfungsart (Englische Übersetzung)	Umfang Master
1. Klausur (Written examination)	60/90/120 Minuten
1. Hausarbeit/Seminararbeit (Written assignment)	Ca. 15 Seiten
2. Mündliche Prüfung (Oral examination)	Ca. 20 Minuten
3. Referat/Präsentation (Presentation)	Ca. 20/25 Minuten
4. Performance Assessment	Ca. 10 Minuten und/oder 10 Seiten
5. Fallstudie (Case study)	Ca. 25 Minuten und/oder 10 Seiten

Studienverlaufsplan für Studierende mit Studienbeginn von Wintersemester 2019/2020 bis einschließlich Wintersemester 2022/2023

Studienplan Master in Management (MiM)		Semester			
		1	2	3	4
	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS
Pflichtbereich I	25	20	5		
Business Strategy	5	5			
Produktions- und Supply Chain Management	5	5			
Personalmanagement	5	5			
Finanzielle Grundlagen des Managements	5	5			
Technology and innovation management	5		5		
Pflichtbereich II	20	5	5	10	
Angewandte Managementmethoden	5	5			
Fallstudien und Projekte im Management	5		5		
Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken	5			5	
Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung	5			5	
Vertiefungsbereich*	45	5	20	20	
Modulgruppe Strategic management & International business	0-45	0-5	0-20	0-20	
Modulgruppe Value creation & Digital transformation	0-45	0-5	0-20	0-20	
Modulgruppe Entrepreneurship & Innovation	0-45	0-5	0-20	0-20	
Modulgruppe Financial management	0-45	0-5	0-20	0-20	
Modulgruppe Health care management	0-45	0-5	0-20	0-20	
Modulgruppe Marketing management	0-45	0-5	0-20	0-20	
Modulgruppe Supply chain management	0-45	0-5	0-20	0-20	
Modulgruppe Sustainable & responsible management	0-45	0-5	0-20	0-20	
Modulgruppe Management research	0-45	0-5	0-20	0-20	
Masterarbeit	30				30
ECTS	120	30	30	30	30

* Freie Wahl von neun Modulen (45 ECTS). Einzelne Module der Modulgruppen sind im Modulhandbuch des Studiengangs aufgeführt und können sich semesterweise ändern. Die Module können aus mehreren Modulgruppen beliebig kombiniert werden. Bei einer Belegung von mindestens vier Modulen (20 ECTS) aus einer Modulgruppe wird die vorgenommene Spezialisierung als Schwerpunkt im Abschlusszeugnis ausgewiesen. Stand: 01.09.2023. Ohne Gewähr, Änderungen vorbehalten. Die aktuelle Übersicht ist Teil der Prüfungsordnung, die hier zu finden ist: <https://www.fau.de/fau/rechtsgrundlagen/pruefungsordnungen/>

Einordnung der Module in Schwerpunkte im Vertiefungsbereich

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

Bitte beachten Sie, dass Module nur in den jeweiligen Bereichen belegt werden können, in denen sie laut Modulhandbuch verortet sind. Das bedeutet, dass z.B. Module aus dem Pflichtbereich nicht im Vertiefungsbereich angerechnet werden können!

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

Schwerpunkt Strategic Management and International business

- 55401 Internationales Projektseminar
- 57410 Product innovation management in emerging markets
- 52130 Sustainability management and corporate functions
- 52761 Strategische Vorausschau in Theorie und Praxis
- 53430 Controlling of business systems
- 53460 Change management
- 53471 Managing intercultural relations
- 53651 Global operations strategy
- 53700 Corporate Investment Controlling (wird aufgrund des Endes der Dienstzeit von Prof. Fischer nicht mehr angeboten)
- 53710 Foundations of international management I
- 53720 Foundations of international management II
- 53730 Corporate strategy
- 54251 Konzernrechnungslegung
- 56216 Judgment in decision making and evidence-based management
- 56780 Business ethics and corporate social responsibility
- 57455 Regeneration and sustainable development
- 57468 Agile Arbeitsweisen im Kontext Lateinamerikas
- 54326 Strategy & AI
- 57110 Platform strategies

Schwerpunkt Value creation and Digital transformation

- 57174 Technology-based service innovation
- 52592 Quantitative methods in energy market modelling
- 57085 Advanced service management
- 57440 User experience (UX) research seminar
- 57508 Digital transformation project
- 52500 Das Industrieseminar
- 53640 Industrielles Management
- 54751 Management von Industrie 4.0
- 56210 Digital change management
- 56422 Organizing for digital transformation
- 57043 Business intelligence

- 57171 Digital transformation project
- 57179 Digitalisierung der Wertschöpfungskette in der Industrie
- 57387 AI and Data in Business and Management
- 57455 Regeneration and sustainable development
- 57469 Designing Information Systems for Behavior Change: Practical Applications
- 54326 Strategy & AI
- 65985 Advanced Business Analytics Seminar
- 57478 Digitale Industrie - Industrielle Plattformen und KI, Industrial Metaverse und Industrie 5.0
- 57129 Kommunikation in der digitalen Arbeitswelt
- 57110 Platform strategies
- 57487 Digital and Sustainable Industrial Ecosystems

Schwerpunkt Entrepreneurship and Innovation

- 53296 Economics of innovation
- 53610 Finanzierungsmanagement von Start-up Unternehmen
- 53674 Strategic problem solving in the digital age
- 55231 Design thinking und Produktdesign
- 55521 Praxisseminar mit Prof. Dr. Heinrich v. Pierer
- 56235 WISO Meets Consulting
- 57053 Innovation and leadership
- 57172 Patenting for innovation
- 57174 Technology-based service innovation
- 57177 Understanding and Mastering Case Studies in Technology and Entrepreneurship
- 57241 Service innovation
- 57370 Rechtliche Grundlagen der Start-up-Unternehmen
- 57410 Product innovation management in emerging markets
- 57420 Profiting from ideas and inventions - an introduction to intellectual property rights
- 57490 Das Innovationsseminar
- 55371 Strategic intellectual property management
- 57487 Digital and Sustainable Industrial Ecosystems

Schwerpunkt Financial management

- 52260 Quantitative Risk Assessment with Excel
- 52581 Praxisseminar: Entwicklung und Vermarktung innovativer Versicherungsprodukte
- 53330 Workshop capital markets research
- 53430 Controlling of business systems
- 53610 Finanzierungsmanagement von Start-up Unternehmen
- 53700 Corporate Investment Controlling (wird aufgrund des Endes der Dienstzeit von Prof. Fischer nicht mehr angeboten)
- 53770 Finanz- und Bankmanagement
- 53910 Workshop: Finance
- 54110 Finanzmarktkommunikation und Marktforschungsmanagement
- 54251 Konzernrechnungslegung

- 55530 Hauptseminar Finance
- 55600 Hauptseminar Risk and Insurance
- 56270 Financial engineering and structured finance
- 56470 Versicherungs- und Risikotheorie
- 56530 Asset liability management (Versicherungen)
- 56540 Lebensversicherung
- 57178 Planspiel: Unternehmen wert- und risikoorientiert steuern
- 57360 Recht der börsennotierten Aktiengesellschaft
- 57459 Workshop sustainability reporting research
- 57454 Weiterführende Themen in der Nachhaltigkeitsberichterstattung

Schwerpunkt Health care management

- 55501 Planspiel: Krankenhausmanagement
- 52153 The supply of medical services
- 52163 Angewandte empirische Gesundheitsökonomie
- 52632 Management in Gesundheitseinrichtungen
- 52770 Kostenträger II
- 52780 Pharmamanagement II
- 52811 Ambulantes Management II
- 52820 Praxisseminar
- 52850 Gesundheitsökonomische Evaluationen II
- 53521 Kostenträger I
- 53531 Pharmamanagement I
- 53541 Krankenhausmanagement I
- 53551 Ambulantes Management I
- 53561 Medizin
- 56231 Versorgungsmanagement I
- 56790 Gesundheitsökonomie I
- 57351 Seminar Pflegemanagement

Schwerpunkt Marketing management

- 52581 Praxisseminar: Entwicklung und Vermarktung innovativer Versicherungsprodukte
- 54162 Advanced marketing management IV
- 53165 Consumer relationship marketing
- 53162 Personal selling
- 54110 Finanzmarktkommunikation und Marktforschungsmanagement
- 54120 Interdisziplinäres Seminar
- 54141 Advanced marketing management II: Advanced topics in marketing
- 54171 Advanced marketing management V
- 56080 Praxisseminar
- 57471 Digital Marketing
- 58072 Advanced marketing management I: Service Marketing
- 58081 Advanced marketing management VII
- 57461 Advanced marketing analytics
- 57126 Digital behavioral data

- 54101 Strategic communication

Schwerpunkt Supply chain management

- 57173 Management von Logistik- und SCM-Projekten
- 52761 Strategische Vorausschau in Theorie und Praxis
- 53763 Supply chain management research seminar
- 54360 Internationale Transportlogistik- und Distributionssysteme
- 55291 Global retail logistics
- 55300 Global logistics and supply chain management
- 55310 Logistik-Consulting
- 56220 Strategic supply management
- 54361 International logistics and distribution systems

Schwerpunkt Sustainable & responsible management

- 56512 Bedürfnisse von Arbeitnehmer*innen - das Beispiel Diversity
- 57453 Branchen- und themenspezifisches Nachhaltigkeitsmanagement
- 53286 Economics of climate change (ECC)
- 52170 Einführung in das Genossenschaftswesen
- 53285 Empirical environmental economics
- 57127 Nachhaltigkeitskommunikation
- 57455 Regeneration and sustainable development
- 55511 Seminar zum Genossenschaftswesen
- 52130 Sustainability management and corporate functions
- 56780 Business ethics and corporate social responsibility
- 54324 Climate Policy
- 54323 Energy policy instruments for deep decarbonisation
- 57475 Creativity Approaches for Sustainability
- 57459 Workshop sustainability reporting research
- 57454 Weiterführende Themen in der Nachhaltigkeitsberichterstattung
- 57485 Project course: Building sustainable industry in Europe
- 57481 Energy transition analysis: Bridging techno-economic, business, and policy perspectives
- 57486 Energy policy instruments

Schwerpunkt Management research

- 53511 Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung I
- 55440 Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung II (wird aufgrund des Endes der Dienstzeit von Prof. Fischer nicht mehr angeboten)
- 55450 Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung III
- 55460 Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung IV
- 55470 Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung V
- 55480 Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung VI
- 55490 Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung VII
- 58062 Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung IX
- 58063 Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung X

- 58064 Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung XI
- 53043 Ökonometrie
- 53055 Panel and evaluation methods
- 57310 Publishing in management journals
- 57430 Research projects in strategic management
- 53107 Microeconometrics and machine learning
- 57489 Forschungsseminar Digital Industries
- 55481 Masterseminar zum Gesundheitsmanagement und der Gesundheitsökonomie

Module description

for the degree programme

Master of Science Management

(Version of examination regulation: 20192)

for the summer term 2025

Table of contents

Master's thesis (1998).....	5
Compulsory modules 1	
Human resources management (53030).....	7
Business strategy (53410).....	9
Production and supply chain management (53422).....	10
Technology and innovation management (53450).....	11
Managerial finance and accounting (56160).....	13
Applied management techniques	
Applied management techniques V (54295).....	16
Applied management techniques IV (54291).....	17
Applied management techniques I (54320).....	19
Applied management techniques III (54820).....	20
Case studies and projects in management	
Case studies and projects in management I (53492).....	22
Case studies and projects in management IV (52146).....	23
Case studies and projects in management III (55340).....	25
Case studies and projects in management V (55363).....	26
Case studies and projects in management VII (55382).....	28
Case studies and projects in management IX (55403).....	30
Case studies and projects in management X (55404).....	32
Case studies and projects in management XII (52254).....	34
Case Studies and Projects in Management VIII (55393).....	35
Teamwork, presentation and negotiation skills	
Teamwork, presentation and negotiation skills I (54740).....	38
Teamwork, presentation and negotiation skills II (55420).....	39
Teamwork, presentation and negotiation skills VII (56523).....	40
Teamwork, presentation and negotiation skills VIII (56524).....	41
Methods of management research	
Advanced methods of management research II (55440).....	44
Advanced methods of management research III (55450).....	46
Advanced management research methods IV (55462).....	47
Advanced methods of management research V (55470).....	48
Advanced methods of management research VI (55480).....	50
Advanced methods of management research VII (55490).....	51
Advanced methods of management research IX (58062).....	53
Advanced methods of management research X (58063).....	54
Advanced methods of management research XI (58064).....	55
Focus modules	
Quantitative methods in energy market modelling (52592).....	57
International project seminar (55401).....	59
Digital transformation project (57508).....	61
Economics of innovation (53296).....	62
Sustainability communication (57127).....	64
Sustainability management and corporate functions (52130).....	66
The supply of medical services (52153).....	67
Introduction to cooperative systems (52170).....	68
Quantitative risk assessment with Excel (52260).....	69
Seminar: Industrial management (52500).....	71
Seminar: Development and marketing of innovative insurance products (52581).....	72
Management in healthcare institutions (52632).....	73

Strategic forecasting in theory and practice (52761).....	75
Health insurance II: Private health insurance (52770).....	77
Pharmamanagement II (52780).....	78
Practical seminar (52820).....	79
Health economic evaluations II (52850).....	81
Econometrics (53043).....	82
Panel and evaluation methods (53055).....	83
Microeconometrics and Machine Learning (53107).....	85
Microeconomics (53191).....	87
Empirical environmental economics (53285).....	88
Workshop capital markets research (53330).....	89
Controlling of business systems (53430).....	91
Change management (53460).....	93
Managing intercultural relations (53471).....	94
Health insurance I: Statutory health insurance (53521).....	96
Pharmamanagement I (53531).....	97
Hospital management I (53541).....	98
Outpatient management I (53551).....	99
Medicine (53561).....	101
Industrial management (53640).....	102
Global operations strategy (53651).....	103
Strategic problem solving in the digital age (53674).....	105
Foundations of international management I (53710).....	107
Foundations of international management II (53720).....	108
Corporate strategy (53730).....	109
Supply chain management research seminar (53763).....	111
Financial and bank management (53770).....	112
Workshop: Finance (53910).....	113
Interdisciplinary seminar (54120).....	115
Advanced marketing management II: Advanced topics in marketing (54141).....	116
Advanced marketing management IV (54162).....	117
Advanced marketing management V (54171).....	119
Accounting for consolidated financial statements (54251).....	121
International logistics and distribution systems (54360).....	123
Design thinking and product design (55231).....	125
Global retail logistics (55291).....	127
Global logistics and supply chain management (55300).....	129
Logistics consulting (55310).....	130
Seminar on cooperatives (55511).....	131
Practical seminar with Prof. Dr. Heinrich v. Pierer (55521).....	133
Advanced seminar: Finance (55530).....	134
Advanced seminar: Risk and insurance (55600).....	136
Practical seminar (56080).....	138
Digital change management (56210).....	139
Judgment in decision making and evidence-based management (56216).....	140
Strategic supply management (56220).....	142
Health services management I (56231).....	143
Financial engineering and structured finance (56270).....	145
Organizing for digital transformation (56422).....	147
Risk and insurance theory (56470).....	149
Asset liability management (insurance) (56530).....	151
Life insurance (56540).....	153

Sustainability management, business ethics and corporate social responsibility (56780).....	155
Health economics I (56790).....	157
Innovation and leadership (57053).....	158
Labor Markets in the Knowledge Economy (57131).....	160
Patenting for innovation (57172).....	162
Management of logistics and SCM projects (57173).....	163
Business simulation: risk- and value-oriented management of firms (57178).....	165
Service innovation (57241).....	168
Publishing in management journals (57310).....	170
Law for listed joint stock corporations (57360).....	171
Legal fundamentals for start-ups (57370).....	172
AI and Data in Business and Management (57387).....	174
Research projects in strategic management (57430).....	175
Regeneration and sustainable development (57455).....	176
Designing Information Systems for Behavior Change: Practical Applications (57469).....	178
Digital marketing (57471).....	180
Innovation management seminar (57490).....	182
Advanced marketing management I: Services marketing (58072).....	183
Advanced marketing management VII (58081).....	185
Consumer relationship marketing (53165).....	186
Strategy & AI (54326).....	187
Advanced business analytics seminar (65985).....	189
Climate Policy (54324).....	191
Industry and issue specific sustainability management (57453).....	194
Digital Industries - Industrial Platforms and AI, Industrial Metaverse and Industry 5.0 (57478).....	196
Workshop sustainability reporting research (57459).....	198
Advanced Topics in Sustainability Reporting (57454).....	200
Outpatient management II (52811).....	201
Applied empirical health economics (52163).....	203
Project course: Building sustainable industry in Europe (57485).....	205
Energy transition analysis: Bridging techno-economic, business, and policy perspectives (57481).....	207
Energy policy instruments (57486).....	209
Digital and sustainable industrial ecosystems (57487).....	212
Research seminar: Digital industries (57489).....	214
International logistics and distribution systems (54361).....	215
Digital behavioral data (57126).....	217
Strategic communication (54101).....	220
Communication in the digital work environment (57129).....	222
Advanced Marketing Analytics (57461).....	224
Master's seminar (55481).....	226
Platform strategies (57110).....	228

1	Module name 1998	Masterarbeit (M.Sc. Management 20192) Master's thesis	30 ECTS
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Markus Beckmann Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann Prof. Dr. Dirk Holtbrügge Prof. Dr. Sebastian Junge Prof. Dr. Oliver Schöffski Prof. Dr. Verena Tiefenbeck Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	Contents	Die Masterarbeit stellt eine freie wissenschaftliche Arbeit dar, die sich konzeptionell oder empirisch mit Themen im Kontext des Managements beschäftigt.
6	Learning objectives and skills	In der Masterarbeit zeigen die Studierenden, dass sie in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Thema bzw. eine Fragestellung aus dem Bereich Management selbstständig mit wissenschaftlichen Methoden zu analysieren sowie die Erkenntnisse prägnant zu entwickeln und kompetent zu bewerten bzw. zu interpretieren.
7	Prerequisites	Nach Maßgabe des jeweiligen Lehrstuhls
8	Integration in curriculum	semester: 4
9	Module compatibility	Pflichtmodul Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Written (6 Monate)
11	Grading procedure	Written (100%)
12	Module frequency	Every semester
13	Resit examinations	The exams of this moduls can only be resit once.
14	Workload in clock hours	Contact hours: 0 h Independent study: 900 h
15	Module duration	1 semester
16	Teaching and examination language	german or english
17	Bibliography	Aktuelle Forschungsliteratur

Compulsory modules 1

1	Module name 53030	Personalmanagement Human resources management	5 ECTS
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

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

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

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

1	Module name 53422	Produktions- und Supply Chain Management Production and supply chain management	5 ECTS
2	Courses / lectures	Tutorium: Stud. Tutorium: Produktions- und Supply Chain Management (1 SWS)	-
3	Lecturers		

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

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	
5	Contents	Technologien und Innovationen sind die Basis des Erfolgs und Wachstums eines jeden Unternehmens. Dieser Kurs behandelt Theorien, Konzepte und Werkzeuge des Technologie- und Innovationsmanagements. Spezielle Themen sind z.B. ökonomische Entscheidungstatbestände im Technologiemanagement bzw. im disruptiven technologischen Wandel, Erfolgsfaktoren von Innovationen, die Gestaltung von Innovationsprozessen, Timing-Strategien, die Öffnung des Innovationsmanagements nach außen sowie die Innovation ganzer Geschäftsmodelle. Die Themen werden außerdem mit praktischen und aktuellen Schwerpunktthemen verknüpft um so einen Anwendungsbezug darzustellen.	
6	Learning objectives and skills	In diesem Modul lernen die Studierenden ein umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen sowie den aktuellen Erkenntnisstand im Bereich des Technologie- und Innovationsmanagements kennen. Nach Abschluss des Moduls können sie die bedeutende Rolle von Technologien und Innovationen als Wettbewerbsvorteil für Industrie- und Dienstleistungsunternehmen einschätzen und bewerten. Dieses Wissen wird durch zahlreiche praktische Beispiele vertieft. Des Weiteren sind die Studierenden dann in der Lage, das Wissen über die Methoden und Konzepte des Technologie- und Innovationsmanagements erfolgreich auf neuartige, konkrete praktische Probleme zu transferieren und diese dort zur Problemstrukturierung und -lösung einzusetzen. Sie können somit Sachverhalte in diesem Bereich einschätzen und hinterfragen. Die erworbenen analytischen und konzeptionellen Fertigkeiten befähigen die Studierende komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen eigenständig zu bearbeiten und die richtigen Methoden und Strukturierungsansätze zur Bewältigung von Aufgaben im Technologie- und Innovationsmanagement zu finden und erfolgreich anzuwenden.	
7	Prerequisites	Keine	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Pflichtbereich 1 Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written examination (90 minutes)	
11	Grading procedure	Written examination (100%)	
12	Module frequency	Only in summer semester	

13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german english
16	Bibliography	Ahmed, P.; Shepherd, C.: Innovation Management Context, Strategies, systems and processes, Pearson, Essex, 2010. Voigt, K.-I.: Industrielles Management, 1. Aufl., Berlin u. a., 2008.

1	Module name 56160	Finanzielle Grundlagen des Managements Managerial finance and accounting	5 ECTS
2	Courses / lectures	Vorlesung mit Übung: Finanzielle Grundlagen des Managements (2 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Sebastian Junge	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Sebastian Junge	
5	Contents	<p>Die Veranstaltung konzentriert sich auf ausgewählte Konzepte und Instrumente zur Lösung managementrelevanter finanzieller Grundfragen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die finanzielle Außendarstellung eines Unternehmens (zentrale Rechenwerke, Jahresabschlussanalyse) ergänzt durch ein interaktives E-Learning • Die Kapital- und Vermögensverwaltung eines Unternehmens (Kosten und Performance Management) • Das Datenmanagement eines Unternehmens (Deskriptive und Diagnostische Datenanalyse, Quantitative Methoden) • Die Bewertung einzelner Investitionen (Methoden der Investitionsberechnung, Analyse der Gewinnsituation, Deckungsbeitragsrechnung) • Die Bewertung von Unternehmen (Grundlagen des Wertbegriffs, Bewertung ganzer Unternehmen, Vergleich verschiedener Unternehmensbewertungsverfahren, Wertmanagement) 	
6	Learning objectives and skills	<p>In diesem Modul entwickeln die Teilnehmer/innen ein Verständnis für die managementrelevanten finanziellen Grundfragen. Die Studierenden entwickeln Konzepte, um die Bedeutung einzelner Fragen zu bewerten und generieren Ansätze, um diese Fragen zu lösen. Zentral ist dabei die Verknüpfung grundlegender Konzepte aus den finanziellen Bereichen (bspw. dem externen Rechnungswesen, der internen Kosten- und Ergebnisrechnung, der Finanzierung oder der Unternehmensbewertung) mit den spezifischen Fragestellungen des (strategischen) Managements. Die Besonderheit der Veranstaltung liegt in einer Kombination aus Vorlesungen, einem E-Learning, Hausaufgaben und praktischen Übungen. Dadurch entwickeln die Studierenden die analytischen und quantitativen Fähigkeiten, um die für das Management relevanten finanziellen Grundfragen erfolgreich zu lösen. Weiterhin entwickeln die Studierenden die Fähigkeit bei Informationsrestriktionen die notwendigen Informationen selbst zu entwickeln und Verfahren entsprechend zu adaptieren.</p>	
7	Prerequisites	<p>Das Modul ist nur für Studierende des Master Management mit Studienstart vor Wintersemester 2023/24 vorgesehen. Ab dem Wintersemester 2023/24 findet keine Vorlesung und Übung mehr statt.</p>	
8	Integration in curriculum	semester: 1	
9	Module compatibility	Pflichtbereich 1 Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written examination (60 minutes)	

11	Grading procedure	Written examination (100%)
12	Module frequency	Only in winter semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	<p>Brealey, R., Myers, S., Allen, F.: Principles of Corporate Finance, 13. Aufl., 2020.</p> <p>Coenenberg, A., Haller, A., Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 25. Aufl., 2018.</p> <p>Coenenberg, A., Fischer, M., Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. Aufl., 2016.</p> <p>Henselmann, K.: Jahresabschluss nach IFRS und HGB, 2. Aufl., 2010.</p> <p>Higgins, R.: Analysis for Financial Management, 12. Aufl., 2019.</p> <p>Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben.</p>

Applied management techniques

1	Module name 54295	Angewandte Managementmethoden V Applied management techniques V	5 ECTS
2	Courses / lectures	Vorlesung: Industrielles Management (2 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Viktorija Leutheuser Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	

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

1	Module name 54291	Angewandte Managementmethoden IV Applied management techniques IV	5 ECTS
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Hendrik Scholz	
5	Contents	<ul style="list-style-type: none"> • Bewertung von Unternehmen (vorrangig DCF-Verfahren) • risikoorientierte Kennzahlen zur Aktienanalyse • risikoorientierte Steuerungskonzepte • Risikopolitik von Unternehmen und Banken • Instrumente zur Sicherung der Währungsrisiken von Unternehmen 	
6	Learning objectives and skills	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • bestimmen über DCF-Verfahren den Wert von Unternehmen bei Berücksichtigung unterschiedlicher Finanzierungspolitiken. • können die Performance von Aktienportfolios sowie Unternehmenssegmenten auf Basis fortgeschrittener Performance- und Risikokennzahlen beurteilen, miteinander vergleichen und kritisch hinterfragen. • beurteilen auf Basis von Kennzahlen wie RORAC und RAROC die Kapitalallokation von Unternehmen. • sind in der Lage, diverse Instrumente zum Hedgen von Währungsrisiken wie Futures, Optionen und Swaps zu bewerten und diese im Rahmen des Risikomanagement von Unternehmen selbstständig anzuwenden. 	
7	Prerequisites	Keine	
8	Integration in curriculum	semester: 1	
9	Module compatibility	Angewandte Managementmethoden Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written examination (60 minutes)	
11	Grading procedure	Written examination (100%)	
12	Module frequency	Only in winter semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	
16	Bibliography	<p>Berk, Jonathan / DeMarzo, Peter: Corporate Finance, Boston u. a.</p> <p>Drukarczyk, Jochen / Schüler, Andreas: Unternehmensbewertung, München.</p>	

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

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

1	Module name 54320	Angewandte Managementmethoden I Applied management techniques I	5 ECTS
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Thomas Fischer	
5	Contents	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Jahresabschlussanalyse • Segmentberichterstattung • Finanzwirtschaftliche Analyse • Erfolgswirtschaftliche Analyse • Strategische Analyse • Analyse des Lageberichts • Value Reporting 	
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden können wesentliche Instrumente und Kennzahlen für die finanzwirtschaftliche, erfolgswirtschaftliche und strategische Analyse von Publizitätsinformationen einschätzen. Sie können den Zusammenhang von Bewertung und Ergebnisprognose einschätzen.	
7	Prerequisites	Empfehlung: Grundlagen der Bilanzierung, Grundlagen Investition und Finanzierung	
8	Integration in curriculum	semester: 1	
9	Module compatibility	Angewandte Managementmethoden Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written examination (60 minutes) Aufgrund des Endes der Dienstzeit von Herrn Prof. Dr. Thomas M. Fischer zum 30.09.2025 ist es möglich, dass die Veranstaltung im Wintersemester 2025/26 nicht mehr angeboten wird.	
11	Grading procedure	Written examination (100%)	
12	Module frequency	Only in winter semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	
16	Bibliography	Coenenberg, A. G./Haller, A./Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 25. Aufl., Stuttgart 2018.	

1	Module name 54820	Angewandte Managementmethoden III Applied management techniques III	5 ECTS
2	Courses / lectures	Seminar: Gesundheitsökonomische Evaluationen I (3 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Oliver Schöffski	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Oliver Schöffski	
5	Contents	Bei allen öffentlichen Großprojekten sind Kosten-Nutzen-Analysen zwingend vorgeschrieben. Die Methodik wurde im Gesundheitswesen weiterentwickelt, wo auch intangible Effekte (z.B. Lebensqualität) berücksichtigt werden müssen. In der Veranstaltung werden die unterschiedlichen Studienformen, die Grundprinzipien, das Design von gesundheitsökonomischen Studien und insbesondere das QALY- und das Effizienzgrenzenkonzept behandelt.	
6	Learning objectives and skills	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • ermessen den Unterschied zwischen Effektivität und Effizienz im Gesundheitswesen • diskutieren verschiedene Möglichkeiten der Berechnung von Kosten und Nutzen medizinischer Maßnahmen und setzen Kosten und Nutzen verschiedener medizinischer Maßnahmen zueinander in Beziehung • beurteilen aktuelle Diskussionen zu dieser Thematik • vergleichen die verschiedenen Grundformen und -prinzipien gesundheitsökonomischer Evaluationen sowie die damit verbundenen Konzepte • schätzen das QALY-Konzept im Hinblick auf seine Relevanz ein • skizzieren das Design einer gesundheitsökonomischen Studie 	
7	Prerequisites	Keine	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Angewandte Managementmethoden Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written examination with multiple choice (60 minutes)	
11	Grading procedure	Written examination with multiple choice (100%)	
12	Module frequency	Only in summer semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	
16	Bibliography	Schöffski / Graf von der Schulenburg (Hrsg.): Gesundheitsökonomische Evaluationen, 3. oder 4. Aufl., Berlin u. a., 2007, 2008 oder 2012.	

Case studies and projects in management

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Markus Beckmann Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	
5	Contents	During the seminar, which is supported by Prof. Oliver Zipse (CEO of the BMW Group) and Dr. Thomas Becker (VP Sustainability, Mobility of the BMW Group), the students work on current issues of sustainability in technology-oriented industrial companies in groups. The results of the student groups are presented, defended and discussed in a project report and a presentation at a final event.	
6	Learning objectives and skills	The student groups develop analyses on complex sustainability management issues, especially in relation to technology-oriented industrial companies, in a largely self-directed manner. For this purpose, the students conduct empirical data collection and literature research. They decide largely independently on the methods of analysis to answer the respective question. The module aims to develop the students ability to structure and present detailed and specialised knowledge based on the current state of understanding of the respective research question. Each student group shares the results developed jointly in the seminar and defends them before Prof. Zipse, Dr. Becker, Prof. Dr. Voigt, and Prof. Dr. Beckmann.	
7	Prerequisites	None	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Seminar achievement Presentation (20 minutes presentation + 10 minutes discussion) 70% and Project report (partially in group work) 30% (3.000 words)	
11	Grading procedure	Seminar achievement (100%)	
12	Module frequency	Every semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	english	
16	Bibliography	Course specific literature (will be announced during the course).	

1	Module name 52146	Fallstudien und Projekte im Management IV Case studies and projects in management IV	5 ECTS
2	Courses / lectures	Seminar: Perspektiven des Nachhaltigkeitsmanagements - ein Debattierseminar (2 SWS) Es besteht Anwesenheitspflicht.	5 ECTS
3	Lecturers	Marlene Lasthaus Julia Pompe	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Markus Beckmann	
5	Contents	<p>Das Debattier-Seminar „Perspektiven des Nachhaltigkeitsmanagements“ soll die Kompetenzen der Studierenden zur kritischen Reflektion mittels Nachhaltigkeitsdebatten und der Nutzung von KI bei der Meinungsbildung stärken.</p> <p>Im Seminar werden wir zunächst anhand von systemtheoretischen Betrachtungen veranschaulichen, dass vermeintlich „einfache“ Lösungen oft komplizierter sind und aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet und systemisch bewertet werden müssen. Danach werden vier Themenkomplexe abgeleitet, die für eine nachhaltige Entwicklung relevant sind, die aber auch ambivalent diskutiert werden (z.B. Kreislaufwirtschaft, Growth vs. Degrowth). Zu diesen Themen werden wissenschaftlich fundierte Grundlagen, auch über Gastvorträge, vermittelt.</p> <p>Um unterschiedliche Perspektiven auf die Themen zu entwickeln, werden mit Hilfe des Persona-Konzepts Rollen geschaffen, die gegensätzliche Positionen zu den polarisierenden Themen haben können. Die Studierenden werden zufällig einer Rolle und einer Gruppe, die eine vorgegebene Fragestellung zu einem der vier Themenkomplexe behandelt, zugeteilt. Auf Grundlage der Rolle und der Fragestellung bereiten die Studierenden dazu passende Argumente vor. Diese Argumente sollen explizit mithilfe von ChatGPT und SciteAI, aber auch in Social Media recherchiert werden. Anschließend diskutieren die Studierenden jeweils in ihrer Rolle gemeinsam mit den Personen aus ihrer Themengruppe über die vorgegebene Fragestellung. Dazu werden im Vorfeld Methoden des Debattierens und der Rhetorik vermittelt.</p> <p>Neben der Debattenleistung sollen Studierende ihr Diskussionsthema in einer Hausarbeit in den systemtheoretischen und interdisziplinären Kontext einordnen und ihre eigene Debattierrolle reflektieren.</p>	
6	Learning objectives and skills	<p>Am Ende des Seminars sind die Studierenden in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nachhaltigkeitsthemen aus unterschiedlichen Perspektiven zu analysieren und zu reflektieren; • methodisch fundierte und strukturierte Debatten/Diskussionen zu führen; • ihre wissenschaftlichen Forschungskompetenzen anzuwenden; 	

		<ul style="list-style-type: none"> • KI-Tools kritisch und konstruktiv anzuwenden; • Soft Skills wie strukturierte Teamarbeit und professionelle Präsentationen anzuwenden.
7	Prerequisites	<ul style="list-style-type: none"> • Bereits besuchte Kurse zum Nachhaltigkeitsmanagement sind von Vorteil; • Bereitschaft zur aktiven Teilnahme an diskursiven Formaten; • Interesse an aktuellen und auch kontroversen Nachhaltigkeitsthemen; • Bereitschaft zum Perspektivwechsel und damit verbundene Einnahme verschiedener Rollen; • Motivation zur selbständigen Arbeit in einem Team.
8	Integration in curriculum	semester: 3;1
9	Module compatibility	Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Written Presentation Analyse eines aktuellen, kontroversen Nachhaltigkeitsthemas; Vorbereitung einer dazugehörigen, legitimen Position; Darlegung dieser in einem Debattierformat. Zusammenfassende Reflexion der Debatte im Nachgang.
11	Grading procedure	Written (30%) Presentation (70%) Entspricht der Teilnahme an einer Debatte (70%) und einem Reflexionsessay (30%).
12	Module frequency	Every semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	Alle notwendigen Materialien werden über StudOn zur Verfügung gestellt.

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

4	Module coordinator	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	
5	Contents	<p>Das Seminar besteht aus Seminarstunden und praktischer Projektarbeit, wobei die Studierenden in Gruppen von bis zu fünf Personen gemeinsam ein vom Unternehmen vorgegebenes praxisorientiertes Thema bearbeiten.</p> <p>Die Themen und die Unternehmen werden zu Beginn des Semesters vorgestellt und nach Priorisierungslisten zugeteilt. Die Studierenden werden bei der methodischen Vorgehensweise und bei möglichen Problemen durch einen Betreuer des Lehrstuhls unterstützt. Die Ergebnisse der Projektarbeit werden im Unternehmen im Rahmen einer Zwischen- und einer Endpräsentation vorgestellt.</p>	
6	Learning objectives and skills	<p>Die Studierenden erlernen grundlegende Methoden und Vorgehensweisen des Projektmanagements und erarbeiten selbstständig einen strategischen Lösungsansatz für ein reales Problem von Partnerunternehmen. Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, selbstständig eine komplexe Problemstellung aus der Unternehmenspraxis zu strukturieren und Lösungsansätze abzuleiten. Zusätzlich erwerben die Studierenden in den Veranstaltungen an der Universität Kompetenzen im Bereich der Visualisierungs- und Präsentationstechniken.</p>	
7	Prerequisites	None	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Discussion contribution Presentation	
11	Grading procedure	Discussion contribution (50%) Presentation (50%)	
12	Module frequency	Only in summer semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	
16	Bibliography	Keine	

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Oliver Schöffski	
5	Contents	Im Seminar werden die Studierenden mit dem Thema wissenschaftliche Methoden im Gesundheitsmanagement umfassend vertraut gemacht. Hierzu werden eingangs theoretische und methodische Grundlagen behandelt. Im zweiten Teil des Seminars wenden die Studierenden ihre neu erworbenen Kompetenzen in Kleingruppen eigenständig auf ein Problem an, evaluieren hierbei eine Gesundheitstechnologie (z.B. Gentherapie, Digital Health oder CAR-T-Cells) und erstellen hierüber eine Hausarbeit. Die Ergebnisse werden am Ende des Semesters im Plenum präsentiert. Das Seminar dient zur Vorbereitung auf eine Masterarbeit am Lehrstuhl für Gesundheitsmanagement.	
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • Können die Anwendungsbereiche verschiedener Methoden der gesundheitsökonomischen Evaluation unterscheiden. • Können verschiedene Methoden der Gesundheitsökonomischen Evaluation selbstständig und richtig anwenden. • Können wissenschaftliche Probleme mithilfe von Literaturrecherche und Modellierung lösen. • Können verschiedene Datenvisualisierungen anwenden. • Können ihre Ergebnisse schriftlich und mündlich präsentieren. 	
7	Prerequisites	Kenntnisse der Sprache R im Umfang des Basiskurses R/RStudio in StudOn Zielgruppe: an quantitativ orientierter BWL und Beratung interessierte Studierende mit Schwerpunkt Gesundheitsmanagement. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Die Anmeldung erfolgt per Mail an Lena.Jaegers@fau.de , der Anmeldezeitraum wird rechtzeitig bekannt gegeben.	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written assignment Presentation	
11	Grading procedure	Written assignment (70%) Presentation (30%)	
12	Module frequency	Only in summer semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	Module duration	1 semester	

15	Teaching and examination language	german english
16	Bibliography	Kursspezifische Literatur (wird im Kurs bekanntgegeben).

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	
5	Contents	Im Rahmen des Seminars, welches vom CEO der Siemens AG, Dr. Roland Busch, begleitet wird, bearbeiten die Studierenden strategische Fragestellungen technologiebasierter Industrieunternehmen in Gruppen. Die Ergebnisse der Studierendengruppen werden in einer Seminararbeit sowie einer Präsentation im Rahmen einer Abschlussveranstaltung vorgetragen, verteidigt und diskutiert.	
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden erarbeiten in Gruppen weitgehend selbstgesteuert Analysen zu komplexen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen im Kontext des strategischen Managements, insbesondere in Bezug auf technologieorientierte Industrieunternehmen. Hierzu führen die Studierenden ggf. empirische Datenerhebungen und Literaturrecherchen durch und entscheiden weitgehend eigenständig über die zu verwendenden Analysemethoden. Das Ziel ist die Erarbeitung, Strukturierung und Darstellung von detailliertem und spezialisiertem Wissen auf dem aktuellen Erkenntnisstand zu der jeweils ausgeschriebenen Fragestellung. Die erarbeiteten Ergebnisse werden anschließend gemeinsam von der Gruppe in dem Seminar vertreten und vor Herrn Dr. Roland Busch und Herrn Prof. Dr. Voigt verteidigt. Es besteht Anwesenheitspflicht.	
7	Prerequisites	Keine	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written assignment Presentation Präsentation (ca. 20 Minuten) und Hausarbeit (5000 Wörter in Gruppenarbeit)	
11	Grading procedure	Written assignment (50%) Presentation (50%)	
12	Module frequency	Every semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	Module duration	1 semester	

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

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Sebastian Junge	
5	Contents	<p>Das Seminar Start-up Consulting soll Studierende dazu befähigen, Fragestellungen junger Wachstumsunternehmen (Start-ups) durch theoretisches Wissen und Methodenkompetenz zu lösen. In Gruppen lösen die Studierenden die Problemstellung eines realen Start-ups. Aufgrund der gegenwärtigen Dynamik in Gesellschaft und Technologie sowie den damit verbundenen Megatrends, wie beispielsweise Digitalisierung, stehen Start-ups vor zentralen Herausforderungen. Diese jungen, innovativen Unternehmen operieren in hochdynamischen Branchen und stellen sich und ihre Fragestellungen zu Beginn des Moduls vor.</p> <p>Während der Veranstaltung arbeiten die Studierenden eng mit den Start-ups zusammen und werden zusätzlich von Mentoren aus der Praxis sowie dem Team des Lehrstuhls betreut.</p> <p>Die Ergebnisse werden im Rahmen einer Abschlusspräsentation vorgestellt.</p>	
6	Learning objectives and skills	<p>Die Studierenden erlernen, ein aktuelles Fachproblem zu einem eingegrenzten Themenbereich zu bearbeiten, einen Lösungsvorschlag zu entwickeln und diesen in einer wissenschaftlichen Diskussion zu verteidigen. Hierdurch werden fachliche und persönliche Kompetenzen entwickelt. Die Studierenden geben und erhalten im Rahmen interaktiver Präsentationen der Arbeitsergebnisse ein wertschätzendes Feedback über die erbrachte Leistung.</p>	
7	Prerequisites	<p>Keine.</p> <p>Die Teilnehmerzahl ist auf maximal 25 Studierende begrenzt.</p> <p>Der Bewerbungszeitraum wird über die Homepage des Lehrstuhls oder StudOn bekannt gegeben.</p> <p>https://www.unternehmensfuehrung.rw.fau.de/studium-lehre/aktuelle-lehre/start-up-consulting/</p>	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	<p>Presentation</p> <p>Die Dauer der Präsentation beträgt ca. 25 Minuten.</p>	
11	Grading procedure	Presentation (100%)	
12	Module frequency	Only in summer semester	
13	Workload in clock hours	<p>Contact hours: 30 h</p> <p>Independent study: 120 h</p>	
14	Module duration	1 semester	

15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	Relevante Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

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

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

		Handlungsmustern zu erkennen und für die Lösungsfindung zielführend zu nutzen.
7	Prerequisites	Die Seminargröße ist auf maximal 24 Studierende begrenzt. Der Bewerbungszeitraum wird über die Homepage oder StudOn bekannt gegeben.
8	Integration in curriculum	semester: 2
9	Module compatibility	Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Presentation (20 minutes)
11	Grading procedure	Presentation (100%)
12	Module frequency	Only in summer semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german english
16	Bibliography	Grundlagenliteratur:Hungenberg, H.: Problemlösung und Kommunikation im Management: Vorgehensweise und Techniken, 3. Aufl., München, 2010. Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen, 8. Aufl., Wiesbaden 2014. Minto, B.: The Pyramid Principle, London, 4. Aufl., Harlow 2009. Cialdini, R.: The Psychology of Persuasion, 2007. Heath, C. and Heath, D.: Made to Stick, 2007. Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Roland Ismer	
5	Contents	In dem Seminar, welches vom Vorsitzenden des Vorstandes der DATEV eG, Herrn Prof. Robert Mayr, begleitet wird, erarbeiten die Studierenden zu wechselnden Rahmenfragestellungen in Gruppen Seminararbeiten. Die Ergebnisse dieser werden dann im Rahmen von zwei Blockterminen vorgetragen, verteidigt und diskutiert.	
6	Learning objectives and skills	<p>Die Studierenden erarbeiten in Gruppen weitgehend selbstgesteuert und autonom Analysen zu komplexen betriebswirtschaftlichen und steuerrechtlichen Fragestellungen im Kontext des innovativen Einsatzes technologiebasierter Lösungen (Tax Technology). Hierzu führen die Studierenden Dokumentanalysen und Literaturrecherchen durch und entscheiden weitgehend eigenständig über die zu verwendenden Analysemethoden.</p> <p>Das Ziel ist die Erarbeitung, Strukturierung und Darstellung von detailliertem und spezialisiertem Wissen auf dem aktuellen Erkenntnisstand zu der jeweils ausgeschriebenen Fragestellung. Die erarbeiteten Ergebnisse werden anschließend gemeinsam von der Gruppe in dem Seminar vertreten und vor Herrn Prof. Robert Mayer und Herrn Prof. Dr Ismer verteidigt.</p> <p>Durch die Bearbeitung der Fallstudien in Kleingruppen wird das Übernehmen herausgehobener Verantwortung sowie die fachliche Weiterentwicklung der Studierenden gefördert.</p>	
7	Prerequisites	None	
8	Integration in curriculum	semester: 3	
9	Module compatibility	Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Seminar achievement Seminararbeit (Seminar paper) 70% + Präsentation/Präsentationspapier (Presentation/Presentation paper) 30%	
11	Grading procedure	Seminar achievement (100%)	
12	Module frequency	Only in summer semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 60 h Independent study: 90 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	
16	Bibliography	Kursspezifische Literatur (wird im Kurs bekannt gegeben).	

1	Module name 55393	Fallstudien und Projekte im Management VIII Case Studies and Projects in Management VIII	5 ECTS
2	Courses / lectures	Seminar: Analysis and Valuation of Start Ups (2 SWS) Anwesenheitspflicht	5 ECTS
3	Lecturers	Lena Pager Prof. Dr. Thomas Fischer Janina Becker Andreas Kress	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Thomas Fischer	
5	Contents	<p>Im Zuge der Digitalisierung treten zunehmend junge, innovative Unternehmen in Märkte ein, welche sich durch ein neuartiges Geschäftsmodell und schnelles Wachstum auszeichnen („Start Ups“). Die auf Basis von Finanzkennzahlen durchzuführende Analyse der Stärken und Schwächen sowie die Bewertung dieser Unternehmen führt zu Herausforderungen bei Investmentbanken, Transaktionsberatungen und M&A Abteilungen von Unternehmen.</p> <p>Im Seminar wird erarbeitet, welche finanziellen Charakteristika diese Unternehmen aufweisen, wie ihre Marktpotenziale bewertet werden können und welche Besonderheiten sich im M&A-Prozess ergeben. Der Fokus liegt auf der Bewertung von Start Ups. Durch Anwendungsbeispiele wird vermittelt, mit welchen Herausforderungen die Praxis bei der Bewertung von Start Ups konfrontiert ist und wie diese bei der Anwendung traditioneller Methoden (z.B. DCF, Multiplikatoren) berücksichtigt werden können. Darüber hinaus werden ergänzende Bewertungsmöglichkeiten vorgestellt.</p>	
6	Learning objectives and skills	<p>Ziel ist es, ein umfassendes Verständnis für die Besonderheiten von Start Ups, insbesondere in Bezug auf die Ermittlung des Unternehmenswertes zu vermitteln. Die Studierenden sollen nach der Veranstaltung in der Lage sein, die spezifischen Herausforderungen bei der Bewertung von Start Ups zu erkennen und diese selbstständig durch die Anwendung passender Bewertungsmethoden zu bewältigen. Es besteht Anwesenheitspflicht.</p>	
7	Prerequisites	Besuch der Veranstaltungen Controlling of Business Systems und/oder Corporate Investment Controlling	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Fallstudien und Projekte im Management Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	<p>Written examination Discussion contribution Presentation Gruppenpräsentation: 30 Minuten, Klausur: 45 Minuten <i>Es handelt sich bei Analysis and Valuation of Start-Ups um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWIWI (in der</i></p>	

		<p><i>jeweils geltenden Fassung) alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWIWI eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.</i></p> <p>Aufgrund des Endes der Dienstzeit von Herrn Prof. Dr. Thomas M. Fischer zum 30.09.2025 ist es möglich, dass die Veranstaltung im Sommersemester 2026 nicht mehr angeboten wird.</p>
11	Grading procedure	<p>Written examination (55%) Discussion contribution (15%) Presentation (30%)</p>
12	Module frequency	Only in summer semester
13	Workload in clock hours	<p>Contact hours: 30 h Independent study: 120 h</p>
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben

Teamwork, presentation and negotiation skills

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Sebastian Junge	
5	Contents	The module deals with skills that are important for leading employees (leadership). Since leadership has an influence on people, the focus is on issues of communication (leadership communication). After establishing a fundamental overview, the course goes into detail on various areas of communication in leadership relationships (e.g., goal setting, feedback, assessment discussions). In addition, key content areas such as coaching as a leadership style as well as leadership and emotional intelligence will be addressed.	
6	Learning objectives and skills	Students develop an understanding of the challenges and key skills of leadership (leading employees). This is deepened in a practical way through exercises in small groups, partner reflections and practical applications.	
7	Prerequisites	None. The number of participants is limited to a maximum of 25 students. The application period will be announced via the homepage or StudOn. https://www.unternehmensfuehrung.rw.fau.de/studium-lehre/aktuelle-lehre/leadership-and-leadership-communication/	
8	Integration in curriculum	semester: 3	
9	Module compatibility	Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written The examination form is a seminar paper (100%).	
11	Grading procedure	Written (100%)	
12	Module frequency	Only in winter semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	english	
16	Bibliography	Kotter, J. P.: What Leaders Really Do, Harvard Business Review, Dec. 2001. Goleman, D.: Leadership That Gets Results, Harvard Business Review, March-April 2000.	

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

4	Module coordinator	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	
5	Contents	<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung von Soft Skills für Führungsaufgaben • Teamkommunikation und -moderation • Präsentationstechniken • Verhandlungstechnik und -strategie 	
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden beherrschen ausgewählte Techniken der Teamkommunikation, Präsentation und Verhandlung.	
7	Prerequisites	Keine. Die Anzahl der Teilnehmenden ist beschränkt auf maximal 16 Studierende. Informationen zur Bewerbung werden auf der Homepage des Lehrstuhls veröffentlicht.	
8	Integration in curriculum	semester: 3	
9	Module compatibility	Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Discussion contribution Presentation	
11	Grading procedure	Discussion contribution (50%) Presentation (50%)	
12	Module frequency	Every semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	
16	Bibliography	Keine	

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	Contents	Current issues in the field of International Management
6	Learning objectives and skills	The students learn about current challenges in international management and develop strategies and tools for their solution. Topics include market entry strategies, international human resource management, and corporate social responsibility. The students develop creative skills and methodological competences, and apply current theoretical knowledge to practical management problems.
7	Prerequisites	Advanced knowledge of international and intercultural management English language proficiency (C1) The number of participants is limited. Informationen zur Bewerbung werden auf der Homepage des Lehrstuhls bekanntgegeben.
8	Integration in curriculum	semester: 1
9	Module compatibility	Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Written
11	Grading procedure	Written (100%)
12	Module frequency	Only in winter semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	english
16	Bibliography	Tba in the course

1	Module name 56524	Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken VIII Teamwork, presentation and negotiation skills VIII	5 ECTS
2	Courses / lectures	Seminar: Strategische Herausforderungen im Profifußball – Projektseminar mit dem 1. FC Nürnberg e.V. (2 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Sebastian Junge Dr. Verena Hoßnofsky	

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

		Handlungsmustern zu erkennen und für die Lösungsfindung zielführend zu nutzen.
7	Prerequisites	Die Seminargröße ist auf maximal 24 Studierende begrenzt. Der Bewerbungszeitraum wird über die Homepage oder StudOn bekannt gegeben.
8	Integration in curriculum	semester: 2
9	Module compatibility	Teamfähigkeit, Präsentations- und Verhandlungstechniken Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Presentation (20 minutes)
11	Grading procedure	Presentation (100%)
12	Module frequency	Only in summer semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german english
16	Bibliography	Grundlagenliteratur:Hungenberg, H.: Problemlösung und Kommunikation im Management: Vorgehensweise und Techniken, 3. Aufl., München, 2010. Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen, 8. Aufl., Wiesbaden 2014. Minto, B.: The Pyramid Principle, London, 4. Aufl., Harlow 2009. Cialdini, R.: The Psychology of Persuasion, 2007. Heath, C. and Heath, D.: Made to Stick, 2007. Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Methods of management research

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

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

		Independent study: 120 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	Literaturhinweise werden bei der Themenvergabe bekannt gegeben.

1	Module name 55450	Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung III Advanced methods of management research III	5 ECTS
2	Courses / lectures	Seminar: Hauptseminar / Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung (2 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Christopher Münch Wolf-Alexander Frenkler	

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

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

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

1	Module name 55470	Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung V Advanced methods of management research V	5 ECTS
2	Courses / lectures	Hauptseminar: Advanced Theories and Methods in Stragey (Seminar zur Managementforschung) (4 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Sebastian Junge Dr. Verena Hoßnofsky	

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

Woolridge, J.M. (2020), *Introductory Econometrics: A Modern Approach*, 4. A., Cengage. Further literature will be announced in the course.

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

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

1	Module name 55490	Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung VII Advanced methods of management research VII	5 ECTS
2	Courses / lectures	Seminar: Forschungsseminar (2 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Julian Müller Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	
5	Contents	Gegenstand der Veranstaltung stellen die Themenfelder Technologiemanagement und Business Model Innovation dar. Ziel der Veranstaltung ist es, einen Überblick über ein gewähltes Forschungsgebiet aus den genannten Forschungsfeldern zu gewinnen. Von Interesse sind dabei auch die verwendete Methodik und die erzielten Ergebnisse.	
6	Learning objectives and skills	Studierende entwickeln und führen im Rahmen des Seminars weitestgehend selbstständig ein wissenschaftliches Forschungsprojekt durch. Hierfür bewerten, hinterfragen und vergleichen die Studierenden wissenschaftliche Artikel und Veröffentlichungen, die in englischer und deutscher Sprache verfasst wurden und die von den Studierenden selbst erschlossen wurden. Auf Basis dieser Recherche bilden Studierende begründete Hypothesen oder Forschungsfragen, die anhand einer eigenständigen qualitativen oder quantitativen Befragung überprüft, beurteilt, diskutiert und interpretiert werden. Studierende schätzen im Seminar ihre eigenen Stärken und Schwächen im Hinblick auf ihr wissenschaftliches Arbeiten ein und gestalten einen weiterführenden Lernprozess, der es ihnen erlaubt, neue forschungsorientierte Aufgaben in den behandelten Forschungsdisziplinen oder anderen Forschungsdisziplinen zu bearbeiten. Gleichzeitig geben Studierende Kommilitonen wertschätzendes Feedback auf erbrachte Zwischenleistungen. Die Studierenden lernen und arbeiten mit anderen Studierenden gemeinsam an einzelnen Aufgaben des Seminars und übernehmen dabei im Team eine herausgehobene Verantwortung.	
7	Prerequisites	Keine	
8	Integration in curriculum	semester: 3	
9	Module compatibility	Methoden der Managementforschung Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Presentation Written assignment Umfang der Hausarbeit: 5.000 Wörter Präsentationsleistung: 20 Minuten Präsentation + 10 Minuten Diskussion	
11	Grading procedure	Presentation (50%) Written assignment (50%)	
12	Module frequency	Every semester	

13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german english
16	Bibliography	Jeweils aktuelle kursspezifische Literatur (wird im Kurs bekannt gegeben).

1	Module name 58062	Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung IX Advanced methods of management research IX	5 ECTS
2	Courses / lectures	Seminar: Marketing Seminar (4 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	

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

1	Module name 58063	Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung X Advanced methods of management research X	5 ECTS
2	Courses / lectures	Seminar: Marketingseminar (4 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Andreas Fürst	

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

1	Module name 58064	Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung XI Advanced methods of management research XI	5 ECTS
2	Courses / lectures	Seminar: Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung XI (4 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer	

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

Focus modules

1	Module name 52592	Quantitative methods in energy market modelling	5 ECTS
2	Courses / lectures	Vorlesung mit Übung: MA Quantitative Methods in Energy Market Modelling (3 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Karl Gregor Zöttl	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Karl Gregor Zöttl	
5	Contents	<p>It is the purpose of the course to understand and quantitatively analyse the economic interaction of the players and institutions in liberalized energy markets.</p> <p>Liberalized electricity markets can be segmented in a regulated part (the networks) and the non-regulated parts (generation and retail) where private companies interact in a market environment. The interaction of the different agents is analysed with computational equilibrium frameworks based the concepts applied in industrial organization. Next to the fundamental understanding of the relevant market interaction, the models allow for a quantitative analysis of proposals for the design of energy markets. The participants thus develop the tools for an autonomous assessment of currently discussed policies in liberalized electricity markets (e.g. changed support schemes for renewables, changed network tariff systems, impact of capacity markets).</p> <p>The course aims at students in the field of economics /business as well as students in the fields of engineering and mathematics. An integral part of the course id formed by homework assignments conducted in groups. The ability to cooperate also beyond the classical limits of each discipline is an important qualification for the students careers, which should be stimulated in the context of this course.</p>	
6	Learning objectives and skills	<p>The students:</p> <ul style="list-style-type: none"> • develop a clear picture of the relevant market participants in liberalized electricity markets and understand their incentives and objectives • learn fundamental concepts and models which allow to analyze the interaction at those markets • get to know important publically available data sources which allow for a quantitative analysis of the market situations considered • know the current challenges when designing those markets and can quantitatively analyze the solutions proposed in the current policy debate. 	
7	Prerequisites	<p>The students should be familiar with the mathematical methods acquired during their Bachelor degree. Institutional knowledge of electricity markets is not required.</p>	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written examination Written assignment/Seminar paper	

		(Work on assignment sheets in groups of up to 3 students, approx. 15 pages) Written examination (90 minutes)
11	Grading procedure	Written examination (80%) Written assignment/Seminar paper (20%)
12	Module frequency	Only in summer semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	english
16	Bibliography	Daniel Kirschen and Goran Strbac: Power System Economics, Wiley 2004. Steven Stoft: Power System Economics, Wiley 2002. Wolfgang Ströbele, Wolfgang Pfaffenberger, Michael Heuterkes: Energiewirtschaft, Oldenbourg 2010.

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

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

		<ul style="list-style-type: none"> • sich rational und verantwortungsbewusst mit Interessens- und Kommunikationskonflikten im Rahmen der Gruppenarbeit auseinanderzusetzen, aber auch mit kulturellen Unterschieden in Denk- und Handlungsmustern umzugehen • in klarer und eindeutiger Weise die gewonnenen Erkenntnisse auch in einer Fremdsprache zu vermitteln und überzeugend zu präsentieren • sowie komplexe fachbezogene Probleme und Lösungen gegenüber Fachleuten argumentativ zu vertreten
7	Prerequisites	Keine Für Studierende ist eine Anrechnung im Vertiefungsbereich ausgeschlossen, falls das Modul bereits für den Pflichtbereich II angerechnet wurde.
8	Integration in curriculum	semester: 2
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Project/practical report Presentation Umfang des Projekt-/ Praktikumsberichts: 5.000 Wörter Präsentationsleistung: 20 Minuten Präsentation + 10 Minuten Diskussion
11	Grading procedure	Project/practical report (50%) Presentation (50%)
12	Module frequency	Only in winter semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	english
16	Bibliography	Die zu verwendende Literatur ist themen- und projektabhängig und wird rechtzeitig bekannt gegeben.

1	Module name 57508	Digital transformation project	5 ECTS
2	Courses / lectures	Seminar: Digital Transformation Project (Master) (4 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Layla Hajjam-Demir apl. Prof. Dr. Angela Roth Prof. Dr. Kathrin Möslein Joni Riihimäki	

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

1	Module name 53296	Economics of innovation	5 ECTS
2	Courses / lectures	Vorlesung mit Übung: Economics of Innovation (Lecture and Tutorial) (4 SWS) Students are required to be present on the day when presentations will be held.	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Markus Nagler	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Markus Nagler
5	Contents	The lecture provides an introduction to economic issues of innovation and new ideas. The course first sets out general problems in the economics of innovation such as the public goods nature of ideas and the importance of innovation for economic prosperity. In the second part, the course discusses labor and personnel issues in innovation policy, for example the design of incentives for innovation. In the third part, the course analyses issues in intellectual property rights and public economics topics such as public funding of research or the role of universities.
6	Learning objectives and skills	Students know the key issues in the economics of innovation and the impacts of potential public policies to promote innovation. They are able to assess current research in the economics of innovation and are able to relate its results to fundamental policy questions in the area. Students are acquainted with important empirical approaches in the area.
7	Prerequisites	Basic microeconomics, basic econometrics
8	Integration in curriculum	semester: 2
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Written or oral Students will have to present one paper (potentially in groups) that picks up a topic from the lecture. In addition, students have to produce a referee report on a paper related to the topics of the lecture. I will provide a list of possible papers for both assignments in the first weeks of lectures.
11	Grading procedure	Written or oral (100%) Both assignments will be marked independently, with the final grade reflecting a weighted average of both single grades. Discussionpaper (50%) and Presentation (50%).
12	Module frequency	Only in summer semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 60 h Independent study: 90 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	english

16	Bibliography	<ul style="list-style-type: none">• Bryan, Kevin and Heidi Williams (2021): Markets for innovation: Market failures and public policies, Handbook of Industrial Organization 5(1):281-388, Chapter 13• Bloom, Nicholas, John Van Reenen and Heidi Williams (2019): A Toolkit of Policies to Promote Innovation, Journal of Economic Perspectives 33(3): 163-184• Scotchmer, Suzanne. Innovation and incentives. MIT press, 2004.• Stephan, Paula. How economics shapes science. Harvard University Press, 2012.
----	---------------------	--

1	Module name 57127	Nachhaltigkeitskommunikation Sustainability communication	5 ECTS
2	Courses / lectures	Seminar: Nachhaltigkeitskommunikation (2 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers		

4	Module coordinator	Prof. Dr. Adrian Meier	
5	Contents	<p>Nachhaltigkeit bezieht sich auf die zukunftssichere und generationengerechte Verwendung ökologischer, sozialer und ökonomischer Ressourcen. Zum einen meint Nachhaltigkeitskommunikation das Handeln professioneller Kommunikatoren, etwa wenn Unternehmen ihr (mehr oder weniger) nachhaltiges Handeln nach Außen kommunizieren (z. B. CSR-Kommunikation, Greenwashing). Zum anderen umfasst es die Kommunikation gesellschaftlicher Akteure und Interessengruppen (z. B. Protestbewegungen, NGOs), die nachhaltiges Handeln einfordern. Schließlich sind der gesamtgesellschaftliche Diskurs um Nachhaltigkeit (bspw. zum Klimawandel) sowie die Wirkungen von Nachhaltigkeitskommunikation auf Individuen, kollektive Akteure und die Gesellschaft als Ganzes gemeint.</p> <p>In diesem Seminar nehmen wir nacheinander alle vier Perspektiven ein (Unternehmenskommunikation, Aktivismus, gesamtgesellschaftliche Kommunikation und Kommunikationswirkungen). Das Seminar verbindet dabei eine forschungsbasierte, diskursive Auseinandersetzung mit kleineren praktischen Kommunikationsprojekten.</p>	
6	Learning objectives and skills	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> erwerben umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen im Feld der Nachhaltigkeitskommunikation, z.B. Kommunikationsstrategien über Nachhaltigkeit, Nachhaltigkeit im gesellschaftlich-politischen Diskurs und Folgen dieser Kommunikationsprozesse. erwerben durch die Auseinandersetzung mit dem Thema und die regelmäßige Diskussion mit Mitstudierenden und Fachvertretern Problemlösungs-, Kommunikations- und Medienkompetenzen. entwickeln die Fähigkeit, Prozesse und Herausforderungen der Nachhaltigkeitskommunikation zu analysieren, kritisch einzuordnen und Lösungen diskursiv zu erarbeiten. 	
7	Prerequisites	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.	
8	Integration in curriculum	semester: 2;3	
9	Module compatibility	<p>Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192</p> <ul style="list-style-type: none"> MSc Sozialökonomik mit Schwerpunkt „Nachhaltigkeit“ sowie „Markt- und Medienforschung“ MSc Sozialökonomik Vertiefungsbereich 	

		<ul style="list-style-type: none"> Wahlbereiche in MSc-Studiengängen Marketing, Management, IBS und MIGG
10	Method of examination	Case study Fallstudie(n)
11	Grading procedure	Case study (100%) Fallstudie(n) (100%)
12	Module frequency	Only in summer semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	<p>Heinrich, P. (Hrsg.). (2018). CSR und Kommunikation: Unternehmerische Verantwortung überzeugend vermitteln. Springer Berlin Heidelberg.</p> <p>Hoppe, I., & Wolling, J. (2017). Nachhaltigkeitskommunikation. In H. Bonfadelli, B. Fähnrich, C. Lüthje, J. Milde, M. Rhomberg, & M. S. Schäfer (Hrsg.), <i>Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation</i> (S. 339–354). Springer Fachmedien Wiesbaden</p> <p>Neverla, I., & Schäfer, M. S. (Hrsg.). (2012). <i>Das Medien-Klima</i>. VS Verlag für Sozialwissenschaften</p> <p>Neverla, I., Taddicken, M., Lörcher, I., & Hoppe, I. (Hrsg.). (2019). <i>Klimawandel im Kopf: Studien zur Wirkung, Aneignung und Online-Kommunikation</i>. Springer Fachmedien Wiesbaden. Kümpel, A. S.,</p> <p>Peter, C., Schnauber-Stockmann, A., & Mangold, F. (Hrsg.). (2022). <i>Nachhaltigkeit als Gegenstand und Zielgröße der Rezeptions- und Wirkungsforschung: Aktuelle Studien und Befunde</i>. Nomos.</p>

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Markus Beckmann	
5	Contents	<p>This lecture provides an advanced perspective on Corporate Sustainability Management. The lecture starts with a short recap of sustainability management basics (What is sustainability? Why is sustainability increasingly important for business? What are key concepts of sustainability management?)</p> <p>Following this brief recap of the concepts of sustainability and sustainability management, we take a closer look at selected corporate functions such as strategy, marketing, or supply chain management. For each function, we look at the key drivers for corporate sustainability, relevant management tools, best-practice cases, and will discuss risks and opportunities involved in corporate management.</p> <p>Throughout the lecture, we will follow the concept of integrated sustainability management, thus integrating the three pillars of sustainability: economy, natural environment, and society, into the core of a business.</p>	
6	Learning objectives and skills	<p>Students will acquire:</p> <ul style="list-style-type: none"> • advanced knowledge in sustainability management, especially in the selected functional areas • discursive and reflective competencies in regards to societally relevant questions • practical insights for implementing sustainability in real-life applications • insights on potential challenges during the implementation of sustainability management 	
7	Prerequisites	None	
8	Integration in curriculum	semester: 3;1	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Electronic examination (60 minutes)	
11	Grading procedure	Electronic examination (100%)	
12	Module frequency	Only in winter semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	english	
16	Bibliography	Readings will be provided via StudOn.	

1	Module name 52153	The supply of medical services	5 ECTS
2	Courses / lectures	Vorlesung: VL: Supply of Medical Services (2 SWS) Übung: Ü: Supply of Medical Services (1 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lecturers		

4	Module coordinator	Prof. Dr. Simon Reif	
5	Contents	In this course the market for medical services and in particular the supply of services from physicians and hospitals is analyzed. The focus is on behavioral incentives and how they are shaped by the characteristics of health as a special good as well as by institutional settings. Topics to be covered are supplier induced demand, quality-quantity-relationship in hospitals and optimal reimbursement schemes. The course will also cover individual health behavior. Throughout the course microeconomic models will be used.	
6	Learning objectives and skills	Students <ul style="list-style-type: none"> • understand the behavior of physicians from a microeconomic perspective • can evaluate governmental regulations in health care markets • can discuss reforms in the health care sector 	
7	Prerequisites	Solid knowledge of microeconomics and some basic knowledge of econometrics is recommended.	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written examination (90 minutes)	
11	Grading procedure	Written examination (100%)	
12	Module frequency	Only in summer semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	english	
16	Bibliography	Zweifel, P., Breyer, F., Kifmann, M. (2009): Health Economics, Springer, 2. Aufl.	

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Markus Beckmann	
5	Contents	Gegenstand der Veranstaltung ist die wissenschaftliche Betrachtung der Rechts- und Unternehmensform Genossenschaft aus betriebs- und volkswirtschaftlicher Sicht.	
6	Learning objectives and skills	<p>Die Studierenden erlangen ein generelles Verständnis für das Modell Genossenschaft und dessen historischen Background. Zusätzlich erhalten die Studierenden einen Einblick in die verschiedenen Geschäftsfelder in denen Genossenschaften vertreten sind und analysieren deren Vorzüge in diesen Bereichen.</p> <p>Insbesondere sind die Studierenden in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Entwicklung der Genossenschaften nachzuvollziehen, • die Rolle von Genossenschaften in der Bundesrepublik Deutschland zu reflektieren, • die Vor- und Nachteile der Rechts- und Unternehmensform eG gegenüber anderen Personen und Kapitalgesellschaften einzuschätzen, und • die Gründungsvoraussetzungen einzuordnen. <p>Zur Verdeutlichung der dargestellten Sachverhalte be- bzw. erarbeiten die Studierenden Lösungsansätze zu ausgewählten Frage- und Problemstellungen aus der Praxis.</p>	
7	Prerequisites	Keine	
8	Integration in curriculum	semester: 3	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Presentation Written examination (90 minutes)	
11	Grading procedure	Presentation (50%) Written examination (50%)	
12	Module frequency	Only in winter semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	
16	Bibliography	Kurspezifische Literatur (wird im Kurs bekanntgegeben).	

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Nadine Gatzert	
5	Contents	<p>Das Seminar vermittelt fundierte und vertiefende Kenntnisse für den Einsatz des Tabellenkalkulationsprogramms Excel als Standardsoftware durch Anwendung auf die computergestützte Risikoeinschätzung und Bewertung von Unternehmen sowie verschiedenen komplexen Finanzinstrumenten.</p> <p>Hierzu werden ausgewählte Fragestellungen und Themenblöcke aus dem Bereich Insurance & Finance behandelt.</p> <p>Inhalte der Fallstudien umfassen zunächst Grundlagen zu Excel und der Monte-Carlo-Simulation. Vertiefend wird dann u.a. auf Risikomaße, die Modellierung des Aktienmarktes, die Erstellung von Risiko-Rendite-Profilen von Fonds, Derivaten, Financial Engineering, Optionsbewertung (Binomialbaum, Black-Scholes-Formel, Greeks, Volatility Smile) sowie die Maximum-Likelihood-Methode eingegangen.</p>	
6	Learning objectives and skills	Studierende erwerben fundierte Kenntnisse in Excel, lernen Methoden und typische Herangehensweisen in Insurance und Finance kennen, können diese anwenden und kritisch hinterfragen.	
7	Prerequisites	Grundlegende Kenntnisse in Finanzierung sind hilfreich. Die Anmeldung erfolgt über StudOn (Termine werden auf der Lehrstuhlhomepage bekanntgegeben).	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	<p>Electronic examination (60 minutes)</p> <p><i>Im Sommersemester besteht vorlesungsbegleitend die Möglichkeit einer freiwilligen Notenverbesserung, wobei eine Verbesserung um bis zu 0,3 Notenstufen erfolgen kann. Dazu können Studierende auf StudOn vier je ca. 10-minütige Online-Kurztests (Quizze) zur Aufbereitung des Vorlesungsstoffs bearbeiten. Die Notenverbesserung erfolgt, wenn die Quizze erfolgreich bearbeitet wurden sowie die Klausur mit der Note 4,0 oder besser bestanden wurde. Etwaige Quizzergebnisse aus dem Sommersemester werden für eine Prüfung im Wintersemester übernommen.</i></p> <p>Ohne Ableistung der Prüfungsleistung kann das mit 2 SWS bewertete Seminar als Schlüsselqualifikation im Rahmen des SQ-Moduls belegt werden. In diesem Fall besteht Anwesenheitspflicht.</p>	
11	Grading procedure	Electronic examination (100%)	
12	Module frequency	Only in summer semester	

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

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	
5	Contents	In dem Seminar, welches von Herrn Prof. Dr. Asenkerschbaumer, Vorsitzender des Aufsichtsrats der Robert Bosch GmbH und geschäftsführender Gesellschafter der Robert Bosch Industrietreuhand KG, begleitet wird, erarbeiten die Studierenden zu wechselnden Rahmenfragestellungen in Gruppen Seminararbeiten. Die Ergebnisse dieser werden dann vorgetragen, verteidigt und diskutiert.	
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden erarbeiten in Gruppen weitgehend selbstgesteuert und autonom Analysen zu komplexen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen im Kontext von Industrieunternehmen. Hierzu führen die Studierenden Dokumentanalysen, Literaturrecherchen und Experteninterviews durch und entscheiden weitgehend eigenständig über die zu verwendenden Analysemethoden. Das Ziel ist die Erarbeitung, Strukturierung und Darstellung von detailliertem und spezialisiertem Wissen auf dem aktuellen Erkenntnisstand zu der jeweils ausgeschriebenen Fragestellung. Die erarbeiteten Ergebnisse werden anschließend gemeinsam von der Gruppe in dem Seminar vertreten und vor Herrn Prof. Dr. Asenkerschbaumer und Herrn Prof. Dr. Voigt verteidigt.	
7	Prerequisites	Keine	
8	Integration in curriculum	semester: 3	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written assignment Presentation Umfang der Hausarbeit: 7.000 Wörter Präsentationsleistung: 20 Minuten Präsentation + 10 Minuten Diskussion	
11	Grading procedure	Written assignment (70%) Presentation (30%)	
12	Module frequency	Every semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	
16	Bibliography	Kursspezifische Literatur wird im Kurs bekannt gegeben.	

1	Module name 52581	Praxisseminar: Entwicklung und Vermarktung innovativer Versicherungsprodukte Seminar: Development and marketing of innovative insurance products	5 ECTS
2	Courses / lectures	Praxisseminar: Praxisseminar: Entwicklung und Vermarktung innovativer Versicherungsprodukte (Development and marketing of innovative insurance products) (4 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Nadine Gatzert	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Nadine Gatzert Prof. Dr. Martina Steul-Fischer
5	Contents	Das interdisziplinäre Praxisseminar wird von dem Lehrstuhl für Versicherungswirtschaft und Risikomanagement und dem Lehrstuhl für BWL, insb. Versicherungsmarketing sowie einem Praxispartner veranstaltet und vermittelt den Studierenden praxisnahe Kenntnisse zu (Produkt-) Entwicklungen und der Vermarktung von innovativen Versicherungsprodukten in Versicherungsunternehmen.
6	Learning objectives and skills	Studierende können <ul style="list-style-type: none"> • eigenständig innovative Versicherungsprodukte konzipieren • Risiken identifizieren und die Risikosituation bewerten • innovative Vermarktungskonzepte entwickeln • anhand einer Abschlusspräsentation wesentliche Inhalte vorstellen
7	Prerequisites	Grundlegende Kenntnisse der Versicherungswirtschaft sind hilfreich, aber nicht erforderlich. Die Anmeldung erfolgt per E-Mail an wiso-vwrm@fau.de unter Zusendung des Notenspiegels und des Lebenslaufs (beschränkte Teilnehmerzahl. Auswahl auf Basis der Studienleistungen und des Lebenslaufs).
8	Integration in curriculum	semester: 2;1;3
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Presentation 20-30 Minuten, inklusive Protokoll zur Präsentation sowie Präsentationspapier, in Gruppenarbeit.
11	Grading procedure	Presentation (100%)
12	Module frequency	Only in winter semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 60 h Independent study: 90 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Sebastian Junge	
5	Contents	<p>Die Studierenden verstehen die junge Disziplin „Planetare Gesundheit“ und die Bedeutung klimatischer Veränderungen im Anthropozän auf die Gesundheit des Menschen. Sie erlernen spielerisch die Bedeutung des Erfordernisses des Erreichens der Sustainable Development Goals (SDG) im Management im Gesundheitswesen. Sie erkennen die Notwendigkeit der Bildung für Nachhaltige Entwicklung (BNE) sowie die Möglichkeiten gemeinwohlorientierter Geschäftsmodellentwicklung anhand des Business Model Canvas (Tag 1, 28.04.2025, 09.45-17.30 Uhr).</p> <p>Sie erfahren im Reallabor, wie Managementhandeln des Vereins „SaveNature e.V.“ zukünftige Generationen, durch die Vermittlung von BNE im primären Themenbereich Kreislaufwirtschaft (Plastik-Recycling etc.), in ihrer Nachhaltigkeitskompetenz schult. Der Verein dient als Auftraggeber für eine gemeinwohlorientierte Geschäftsmodellentwicklung durch studentische Teams (Termin 2: 05.05.2025, 08.15-17.30 Uhr).</p> <p>Die Studierenden erarbeiten die möglichen Geschäftsmodelle für eine nachhaltige Wirtschaftstätigkeit des Vereins auf Basis von Business Model Canvas, um diesen insb. von Fördermitteln und Spenden unabhängig zu machen. Diese Lösungsansätze stellen sie überzeugend zur Diskussion und nehmen strukturiertes Feedback aller Teilnehmenden konstruktiv auf (Tag 3, voraussichtlich 16.06.2025, 14.15-18.30 Uhr). Zwischen Termin 2 und 3 finden virtuelle „Beratungsrunden“ im Umfang von 4x90 min. statt. Diese werden mit den jeweiligen Teams und der Dozentin individuell und bedarfsgerecht terminiert.</p>	
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden erfassen und erörtern in Kleingruppen aktuelle Themen im Management zur Bewältigung der Klimakrise und Erreichung der Nachhaltigkeitsziele der UN (SDGs) im unternehmerischen Kontext. Sie entwickeln auf Grundlage des Business Model Canvas Geschäftsmodelle für eine nachhaltige unternehmerische gemeinwohlorientierte Tätigkeit im Bereich der Bildung für Nachhaltige Entwicklung. Sie präsentieren ihre Lösungen im Plenum und diskutieren sie kritisch mit anderen Studierenden.	
7	Prerequisites	Keine Beschränkung der Teilnehmerzahl Anmeldung per E-Mail an Prof. Dr. habil. Adelheid Susanne Esslinger (susanne.esslinger@hs-coburg.de), bis 17.04.2025	
8	Integration in curriculum	semester: 2	

9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Presentation Written assignment
11	Grading procedure	Presentation (30%) Written assignment (70%)
12	Module frequency	Every semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german english
16	Bibliography	Informationen über den Praxispartner und die Aktivitäten: https://save-nature-ev.de/ https://save-nature-group.de/ https://mobil-recycleIn.de/ https://www.youtube.com/watch?v=Fu8kxvl6BSw https://www.youtube.com/watch?v=v99VbfgG-ms Weitere Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Module name 52761	Strategische Vorausschau in Theorie und Praxis Strategic forecasting in theory and practice	5 ECTS
2	Courses / lectures	Vorlesung: Strategische Vorausschau in Theorie und Praxis (4 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Christoph Küffner Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	

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

		in der Präsentation der Ergebnisse, der regelmäßigen Darstellung und Diskussion der Seminararbeit und den damit verbundenen Feedbackschleifen in der Veranstaltung.
7	Prerequisites	Keine (Kenntnisse zu Strategie/Innovation jedoch hilfreich)
8	Integration in curriculum	semester: 3
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Seminar paper Presentation
11	Grading procedure	Seminar paper (60%) Presentation (40%)
12	Module frequency	Every semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 60 h Independent study: 90 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	von der Gracht, H. (2013) Survive: So bleiben Manager auch in Zukunft erfolgreich. Redline Wirtschaft. Kressenbrock, N. G., Salcher, M. & von der Gracht, H. (2015) Herausforderung Energie: Der Energieführerschein für die Entscheider von Morgen. Redline Wirtschaft.

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	Contents	Neben der gesetzlichen Krankenversicherung (GKV) ist die private Krankenversicherung (PKV) ein relevanter Spieler im Bereich des Gesundheitswesens. Unterschiede beispielsweise in der Prämienkalkulation aber auch bei der Vergütung der Leistungserbringer assoziieren schnell mit dem Begriff Zwei-Klassen-Medizin. In diesem Modul wird sowohl institutionell die Struktur des PKV-Systems dargestellt als auch wichtige Prinzipien der PKV (z.B. zur Beitragskalkulation und zum vertraglichen Verhältnis zu den Versicherten) analysiert.
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erwerben ein vertieftes Verständnis über das Verhältnis zwischen Versicherungsunternehmen (VU) und Versicherungsnehmer (VN) • werden in die Lage versetzt, Probleme und Lösungen im Bereich der PKV eingehend zu analysieren und mit Fachvertretern und Mitstudierenden zu diskutieren • erlernen die Grundlagen der Prämienkalkulation • antizipieren künftige Entwicklungen im Bereich der PKV
7	Prerequisites	Die Pflichtveranstaltung Kostenträger I sollte vor diesem Modul belegt worden sein. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Die Anmeldung erfolgt über das Anmeldeformular (siehe Lehrstuhlhomepage), der Anmeldezeitraum wird rechtzeitig bekannt gegeben.
8	Integration in curriculum	semester: 2
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Written examination with multiple choice (60 minutes)
11	Grading procedure	Written examination with multiple choice (100%)
12	Module frequency	Only in summer semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	<ul style="list-style-type: none"> • Busse, R., Schreyögg, J., Stargardt, T. (Hrsg.) Management im Gesundheitswesen, 5. Aufl. Berlin Heidelberg, 2022 • Koch, P., Privatversicherungsrecht, Beck-Texte im dtv, 28. Auflage, Münster, 2022

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Oliver Schöffski	
5	Contents	Nachdem in Pharmamanagement I insbesondere die Akteure der Branche betrachtet wurden, erfolgt in diesem Modul die Fokussierung auf die Produkte in diesem Bereich, die Arzneimittel. Es erfolgt eine Klassifizierung von Arzneimitteln anhand verschiedener Kriterien und der Arzneimittelmarkt wird analysiert. Darüber hinaus wird die Preisbildung auf dem Arzneimittelmarkt thematisiert und es erfolgt eine ausführliche Analyse der Steuerungsinstrumente in diesem Bereich.	
6	Learning objectives and skills	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erfahren den Arzneimittelbereich in seiner Komplexität • analysieren die Wirkungen von vorhandenen Steuerungsinstrumenten • antizipieren die Wirkungen von weiteren potenziellen Steuerungsinstrumenten • vertiefen ihre Kenntnisse anhand aktueller Fallbeispiele, für die sie eigenständig Lösungen entwickeln. 	
7	Prerequisites	Die Pflichtveranstaltung Pharmamanagement I sollte vor diesem Modul belegt worden sein.	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written examination with multiple choice (60 minutes)	
11	Grading procedure	Written examination with multiple choice (100%)	
12	Module frequency	Only in summer semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	
16	Bibliography	<ul style="list-style-type: none"> • Schöffski, O. / Fricke, F. U. / Guminski, W. (Hrsg.): Pharmabetriebslehre, 2. Aufl., Berlin u. a., 2008. • Busse, R., Schreyögg, J., Stargadt, T. (Hrsg.) Management im Gesundheitswesen, 4. und 5. Aufl. Berlin Heidelberg, 2017 und 2022 	

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

4	Module coordinator	Jens Konopik Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	Contents	Um ein gesundes Leben und Wohlbefinden in jedem Alter zu fördern, ist das Zusammenspiel einer Vielzahl von Personen, Organisationen und Einrichtungen erforderlich. In dieser Lehrveranstaltung geben Experten aus dem Krankensektor, der Pharmaindustrie, der Medizintechnikindustrie, der (angewandten) Forschung sowie von Kostenträgern durch Gastvorträge Einblicke in aktuelle Themen und praxisnahe Fallstudien. Die Studierenden erhalten Einblicke in verschiedenste Bereiche des Gesundheitswesens, insbesondere in aktuelle Themen des Gesundheitsmanagements, der Gesundheitsökonomie sowie der Versorgungsforschung. Jedes Thema wird anschließend mit den Studierenden bewertet und diskutiert.
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • können grundlegende Konzepte verschiedenster Bereiche des Gesundheitswesens erklären. • können diese Konzepte auf neue Sachverhalte anwenden. • können anhand dieser Konzepte Lösungswege für Probleme im Gesundheitswesen aufzeigen.
7	Prerequisites	Eine Anmeldung; diese erfolgt über StudOn.
8	Integration in curriculum	semester: 3
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Written examination (60 minutes) Im Wintersemester kann eine Notenverbesserung von maximal einer Stufe (0,3 bzw. 0,4) erlangt werden. Nähere Informationen zur möglichen Notenverbesserung werden in der Vorlesung bekanntgegeben. Die Prüfung ist nur bestanden, wenn auch die Klausur selbst bestanden ist. Eine Notenverbesserung wird nur in dem Semester gewertet, in dem sie erreicht wurde.
11	Grading procedure	Written examination (100%)
12	Module frequency	Only in winter semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Oliver Schöffski	
5	Contents	Die Thematik wird in dieser Veranstaltung aufbauend auf der Grundlagenveranstaltung im 1. Semester weiter vertieft. Insbesondere werden hier die Methoden der Lebensqualitätsmessung behandelt und kritisch diskutiert. Weiterhin werden Modellierungen in Form von Entscheidungsbäumen und Markov-Modellen theoretisch und praktisch durchgeführt. Fallbeispiele runden diese Veranstaltung ab.	
6	Learning objectives and skills	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • verstehen die Problematik und die Relevanz der Messung von Lebensqualitätseffekten • können entsprechende Lebensqualitätsmessungen eigenständig durchführen • sind in der Lage verschiedene Modellierungsansätze beurteilen zu können • können einfache Modellierungen selbst konzipieren, durchführen und die Ergebnisse interpretieren. 	
7	Prerequisites	Die Pflichtveranstaltung Gesundheitsökonomische Evaluationen I sollte vor diesem Modul belegt worden sein.	
8	Integration in curriculum	semester: 3	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written examination with multiple choice (60 minutes)	
11	Grading procedure	Written examination with multiple choice (100%)	
12	Module frequency	Only in winter semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	
16	Bibliography	Schöffski / Graf von der Schulenburg (Hrsg.): Gesundheitsökonomische Evaluationen, 3. oder 4. Aufl., Berlin u. a., 2007, 2008 oder 2012.	

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn
5	Contents	Konzept der linearen Regression in Matrixnotation; Inhaltliche und statistische Interpretation linearer Regressionsmodelle; Heteroskedastie und Autokorrelation; Endogenität und Instrumentvariablenschätzung; Maximum Likelihood Schätzung und Modelle für bivariate abhängige Variablen; Praktische Umsetzung der Lerninhalte mit Hilfe der Statistiksoftware STATA
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden erwerben umfassende und fundierte Kenntnisse in linearen und nicht linearen Schätz- und Testverfahren und wenden diese mit Hilfe der Statistiksoftware STATA an. Sie beurteilen die Angemessenheit der Verfahren im praxisbezogenen Kontext und erstellen eigene empirische Analysen.
7	Prerequisites	Grundkenntnisse Statistik und Ökonometrie im Umfang des angebotenen Brückenkurses
8	Integration in curriculum	semester: 1;3
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Written examination (90 minutes)
11	Grading procedure	Written examination (100%) 100 % Klausur (Bei Notenverbesserung ist eine freiwillige, vorlesungsbegleitend erstellte Hausarbeit zu 20 % auf die Endnote anrechenbar, in der auf Basis eines Datensatzes und mit Hilfe von Stata eine empirische Fragestellung bearbeitet wird. Dabei kann sich die Klausurnote um bis zu 0,7 Notenpunkte verbessern. Die Prüfung ist nur bestanden, wenn auch die Klausur bestanden ist. Die Hausarbeit wird nur in dem Semester gewertet, in dem sie erstellt wurde.)
12	Module frequency	Only in winter semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 60 h Independent study: 90 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	Verbeek, Marno, 2012, A Guide to Modern Econometrics, 4. A., Wiley.

1	Module name 53055	Panel and evaluation methods	5 ECTS
2	Courses / lectures	Tutorium: Panel- and Evaluation Methods-Tutorium (0 SWS)	-
3	Lecturers		

4	Module coordinator	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn
5	Contents	Endogeneity in the linear regression model; instrumental variables estimation; static and dynamic panel data models; matching; difference-in-differences estimation; regression discontinuity design; quantile regression; practical application of methods using statistics software STATA
6	Learning objectives and skills	Based on the introductory econometrics module "Ökonometrie" students acquire specialized knowledge in panel und evaluation methods and apply it using the statistics software STATA. Students evaluate to what degree empirical patterns can be interpreted as causal and decide to what extent problems of endogeneity can be solved via panel data or exogeneous variation. Students can produce own empirical analyses.
7	Prerequisites	Basic knowledge in statistics and econometrics
8	Integration in curriculum	semester: 3;1
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Written examination (60 minutes)
11	Grading procedure	Written examination (100%) 100 % written exam (a voluntarily submitted homework can account for 20 % of the final grade if it improves the grade. In the homework an empirical analysis is performed based on Stata. The final grade can be improved by up to 0.7 points. However, the exam must be passed. The homework only counts towards final grades in the semester in which they are produced, i.e. only in the winter semester.)
12	Module frequency	Only in winter semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	english
16	Bibliography	Wooldridge, J.M., 2010, Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data, 2.ed., MIT Press. Greene, William H., 2020, Econometric Analysis, 8. ed., Pearson, New Jersey Cameron, C.A. and P.K. Trivedi, 2005, Microeconometrics. Methods and Applications, Cambridge University Press

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

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

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn	
5	Contents	Maximum Likelihood estimation, binary dependent variables, multinomial and ordered dependent variables, Tobit models, selection models, duration models, count data models, applications of machine learning in economics. Practical application of empirical methods using Stata.	
6	Learning objectives and skills	Based on introductory econometrics modules students acquire specialized knowledge regarding maximum likelihood estimation and microeconomic problems, and methods of machine learning. Students learn how to apply these methods using the statistics software STATA. They discuss and evaluate the appropriateness of specific methods in the framework of practical applications and have the opportunity to voluntarily prepare written empirical homework.	
7	Prerequisites	Basic knowledge in statistics and econometrics	
8	Integration in curriculum	semester: 2;4	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written examination (60 minutes)	
11	Grading procedure	Written examination (100%) The grade is based 100 % on a written exam. However, a voluntarily submitted homework can account for 20 % of the final grade if it improves the grade. The homework can be prepared in groups of up to two students. In the homework an empirical analysis is performed based on Stata. The final grade can be improved by up to 0.7 points. However, the exam must be passed. The homework only counts towards final grades in the semester in which they are produced, i.e. only in the summer semester.	
12	Module frequency	Only in summer semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	english	
16	Bibliography	Cameron, C. und P. K. Trivedi, 2005, Microeconometrics. Methods and Applications, Cambridge Univ. Press. Greene, William H., 2020, Econometric Analysis, 8.ed., Pearson	

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

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

1	Module name 53191	Microeconomics	5 ECTS
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Johannes Rincke
5	Contents	Theory of the Consumer, Theory of the Firm, Partial Equilibrium, General Equilibrium, Anomalies
6	Learning objectives and skills	Students are made familiar with the fundamental concepts of microeconomics on an advanced level, including advanced formal mathematical methods. The lecture covers topics in the theory of the consumer, the theory of the firm, partial equilibrium, general equilibrium, and anomalies in behavior in relation to the standard model. In the Exercises course, students learn how to apply these concepts to selected economic problems in various settings. The module is of fundamental importance for Master students who want to advance to studying applied problems in all field of applied micro, including labor economics, public economics, and industrial organization.
7	Prerequisites	Basic training in formal microeconomic techniques
8	Integration in curriculum	semester: 1
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Written assignment (20 minutes) Written examination (90 minutes)
11	Grading procedure	Written assignment (20%) Written examination (80%)
12	Module frequency	Only in winter semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 60 h Independent study: 90 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	english
16	Bibliography	Jehle, Geoffrey A. und Reny, Philip J. (2001), Advanced Microeconomic Theory, 2nd ed., Addison-Wesley

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Mario Liebensteiner	
5	Contents	This module provides an introduction to focal issues of environmental economics with a particular focus on empirical investigations. The module sets out to make students familiar with state-of-the-art econometric research methods in environmental economics. Key issues will be carbon emissions from the energy and transportation sectors, carbon pricing, integration and subsidization of renewable energies, and the effectiveness of different climate policies.	
6	Learning objectives and skills	<ul style="list-style-type: none"> • Students get to know fundamental problems of environmental economics (e.g. problems of air pollution from burning fossil fuels, integration of renewable energy sources, and effective policy making) • Students get to know recent econometric approach 	
7	Prerequisites	Basic microeconomics Basic econometrics (at least multivariate OLS regressions)	
8	Integration in curriculum	semester: 3	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Presentation Written examination (90 minutes)	
11	Grading procedure	Presentation (20%) Written examination (80%)	
12	Module frequency	Only in winter semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	english	
16	Bibliography	Journal articles and other relevant reading materials: will be distributed to course participants via StudOn Wooldridge, J.M. 2012 Introductory Econometrics: A Modern Approach. South-Western Cengage Learning.	

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Hendrik Scholz
5	Contents	In diesem Seminar lesen, präsentieren und diskutieren die Studierenden aktuelle Forschungsarbeiten aus dem Gebiet der Finanzierung, die in international führenden Zeitschriften erscheinen bzw. erschienen sind.
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erarbeiten sich in Gruppen durch eigenständige Recherche und Ausarbeitung von Präsentationen zu hochrangigen, internationalen Publikationen neues Wissen, das sie den Teilnehmern des Seminars vermitteln. • können ihre zuvor in Vorlesungen erworbenen theoretischen Kenntnisse im Rahmen interaktiver Präsentationen anwenden. • beurteilen quantitative Methoden, die in aktuellen Forschungsarbeiten zum Einsatz kommen und wenden ausgewählte Methoden an exemplarischen Datensätzen an. • geben und erhalten im Rahmen offener Diskussionen zu den Präsentationen ein wertschätzendes Feedback über die erbrachte Leistung.
7	Prerequisites	Vertiefte Kenntnisse im Bereich Finance.
8	Integration in curriculum	semester: 1
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Written or oral Präsentation/Präsentationspapier (ca. 60-90 Min., tw. in Gruppenarbeit) und Diskussionsbeitrag (während der Veranstaltungstermine) <i>Es handelt sich um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWIWI in der jeweils geltenden Fassung alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWIWI eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.</i>
11	Grading procedure	Written or oral (100%) Präsentation/Präsentationspapier (50 %) und Diskussionsbeitrag (50 %)
12	Module frequency	Only in winter semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h

		Independent study: 105 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

1	Module name 53430	Controlling of business systems	5 ECTS
2	Courses / lectures	Übung: Klausurenkurs Controlling of Business Systems (2 SWS)	-
3	Lecturers	Sebastian Gaschler Jonas Albers	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Thomas Fischer	
5	Contents	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Controlling von Wertschöpfungssystemen • Wertorientierte Kennzahlen • Kunden-Controlling • Anreizsysteme als Instrument zur Steuerung von Geschäftsbereichen • Unternehmerische Nachhaltigkeit • Digitalisierung und Controlling 	
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden kennen relevante Controlling-Instrumente, um die Geschäftsbeziehungen eines Unternehmens zu wesentlichen Stakeholdergruppen (Kapitalgeber, Kunden, Mitarbeiter) nachhaltig erfolgreich steuern, d. h. planen und kontrollieren, zu können.	
7	Prerequisites	Empfehlung: <ul style="list-style-type: none"> • Bachelor-Modul Kostenrechnung und Controlling • Bachelor-Modul Controlling of Business Development • Coenberg, A. G. / Fischer, T. M. / Günther, T. / Brühl, R. (2024): Kostenrechnung und Kostenanalyse, 10. Aufl., Stuttgart 2024, Kapitel 1-6, 14 und 15. 	
8	Integration in curriculum	semester: 1	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written examination (60 minutes) Da die Dienstzeit von Herrn Prof. Dr. Thomas M. Fischer planmäßig am 30.09.2025 enden wird, ist eine letztmalige Erstanmeldung zur Prüfung Controlling of Business Systems (CBS) im Wintersemester 2024/25 möglich. Nach diesem Termin können lediglich Wiederholungsprüfungen absolviert werden, aber keine neuen Erstanmeldungen mehr vorgenommen werden.	
11	Grading procedure	Written examination (100%)	
12	Module frequency	Only in winter semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	
16	Bibliography	<ul style="list-style-type: none"> • Fischer, T. M. / Möller, K. / Schultze, W. (2015): Controlling, 2. Aufl., Stuttgart 2015 	

- Coenenberg, A. G. / Fischer, T. M. / Günther, T. / Brühl, R. (2024): Kostenrechnung und Kostenanalyse, 10. Aufl., Stuttgart 2024

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Sebastian Junge	
5	Contents	<p>This module focuses on one of the most important management tasks: to achieve change in organizations. It deals with systematic approaches to influence individuals, teams and the organization as a whole in a desired way in order to develop a company from its current to a future state. The currently ongoing digital transformation makes this particularly worthwhile. Digitalization drives change and thus represents a great challenge, but also offers tremendous opportunities. The module provides participants with a systematic approach in order to (1) successfully initiate and implement organizational changes and (2) successfully guide an organization through a change process. Participants will be provided with theoretical concepts and practical tools for managing organizational change (e.g. research on cognitive biases, trait theory, motivation theory, affective events theory, emotional intelligence, and organizational ambidexterity).</p>	
6	Learning objectives and skills	<p>At the end of this module, students are familiar with the tasks and challenges of managing change in organizations. The participants develop an understanding of the importance of successful leadership during organizational change as well as evaluate situations, which are related to organizational change.</p>	
7	Prerequisites	None	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written examination (60 minutes)	
11	Grading procedure	Written examination (100%)	
12	Module frequency	Only in summer semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	english	
16	Bibliography	<p>Bazerman, M., Moore, D.: Judgement in Managerial Decision Making, 8th ed., Hoboken 2017. Greenberg, J.: Managing Behavior in Organizations, 6th ed., Boston 2013. Kahneman, D.: Thinking, Fast and Slow, 1st ed., New York 2013. Robbins, S., Judge, T.: Organizational Behavior, 17th ed., Boston 2017.</p>	

1	Module name 53471	Managing intercultural relations	5 ECTS
2	Courses / lectures	Vorlesung: Managing Intercultural Relations IM 3 (2 SWS) Seminar: Managing Intercultural Relations IM 3 (1 ECTS, Seminar) (1 SWS)	4 ECTS 1 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge Aisha Munir	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge	
5	Contents	<ol style="list-style-type: none"> 1. Relevance of Intercultural Management 2. Intercultural Management Research: Scope and Results 3. Manifestations and Functions of Culture 4. Concepts of Culture 5. Intercultural Communication and Negotiations 6. Culture and Management: Organization, Motivation and Leadership in Different Cultures 7. Intercultural Competence 8. Intercultural Training 9. Conclusions 	
6	Learning objectives and skills	<p>The participants understand and analyze modern theories and methods of intercultural management and apply these to practical problems. They get a detailed overview of the current state of comparative, cross-cultural, indigenous and post-colonial management research and evaluate theoretical and empirical studies in these areas. They are able to conceptualize and measure intercultural competence and to conduct and evaluate innovative methods of intercultural training. They learn about methodological challenges of intercultural management research and are able to assess its rigor and relevance.</p>	
7	Prerequisites	English language proficiency (C1)	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Presentation Written <i>Details for the examination for the lecture: Report (6 pages)</i> <i>Details for the examination for the seminar: Oral presentation (attendance mandatory)</i>	
11	Grading procedure	Presentation (20%) Written (80%)	
12	Module frequency	Only in summer semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	english	

Holtbrügge, D. (2022). *Intercultural Management. Concepts, Practice, Critical Reflection*. Thousand Oaks: Sage.

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	Contents	Diese Veranstaltung ist als Einstiegsveranstaltung in das MiGG-Studium konzipiert. Neben einem Überblick über das gesamte Studienprogramm wird hier in erster Linie das Gesundheitssystem als Ganzes sowie die Gesetzliche Krankenversicherung (GKV) mit den Krankenkassen als Träger behandelt. Thematisiert werden beispielsweise der Versichertenkreis der GKV, der Leistungsumfang und die Finanzierung (Gesundheitsfonds, Morbi-RSA).
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erwerben ein vertieftes Verständnis über das Zusammenspiel der für das Gesundheitswesen zentralen Akteure auf der Kostenträger- und der Leistungserbringerseite, • werden in die Lage versetzt, dieses Zusammenspiel eingehend zu analysieren, • antizipieren künftige Entwicklungen im Bereich der gesetzlichen Krankenversicherungen.
7	Prerequisites	Keine
8	Integration in curriculum	semester: 1
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Written examination with multiple choice (60 minutes)
11	Grading procedure	Written examination with multiple choice (100%)
12	Module frequency	Only in winter semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	<ul style="list-style-type: none"> • Lampert, H. / Althammer, J./ Sommer, M.: Lehrbuch der Sozialpolitik, 10. Aufl., Heidelberg, 2021. • Busse, R., Schreyögg, J., Stargadt, T. (Hrsg.): Management im Gesundheitswesen, 5. Aufl., Berlin 2022. • Sozialgesetzbuch, insbesondere SGB V

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Oliver Schöffski	
5	Contents	In dieser Veranstaltung werden insbesondere die Akteure in der Arzneimittelversorgung sowie die verschiedenen Wertschöpfungsstufen der pharmazeutischen Industrie von den Arzneimittelherstellern, über den Großhandel hin zu den Apotheken thematisiert. Vertieft werden die Themenbereiche regulatorische Rahmenbedingungen, Geschäftsmodelle, strategische Fragestellungen sowie Forschung- und Entwicklung, Zulassung und Preisfindung (AMNOG-Prozess) von Arzneimitteln.	
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erschließen die Komplexität der pharmazeutischen Branche und die Wechselwirkungen zwischen den Branchenakteuren • analysieren klinische Studien und deren Bedeutung für die Vermarktung von Arzneimitteln • vertiefen ihre Kenntnisse anhand aktueller Fallbeispiele, für die sie eigenständig Lösungen entwickeln 	
7	Prerequisites	Keine	
8	Integration in curriculum	semester: 1	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written examination (60 minutes)	
11	Grading procedure	Written examination (100%)	
12	Module frequency	Only in winter semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german english	
16	Bibliography	<ul style="list-style-type: none"> • Schöffski, O. / Fricke, F. U. / Guminski, W. (Hrsg.): Pharmabetriebslehre, 2. Aufl., Berlin u. a., 2008. Fischer, D., Breitenbach, J. (Hrsg.): Die Pharmaindustrie, 4. Aufl., Berlin u.a., 2013 • Busse, R., Schreyögg, J., Stargardt, T. (Hrsg.): Management im Gesundheitswesen, 4. Aufl., Berlin u.a., 2017 	

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Oliver Schöffski	
5	Contents	Gegenstand dieser Veranstaltung ist der stationäre Sektor im Gesundheitswesen. Krankenhäuser zu managen, ist angesichts ihrer hohen Komplexität eine besondere Herausforderung. Es werden Verfahren vermittelt, mit denen dies erfolgreich gelingen kann. Neben geeigneten Managementtechniken werden maßgeschneiderte Verfahren des mathematisch gestützten Operations Research behandelt.	
6	Learning objectives and skills	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • stellen den Krankensektor als zentrales Element des Gesundheitswesens dar, • ordnen die beteiligten Interessens- und Betroffenengruppen, welche häufig gegenläufige Ziele haben, ein, • würdigen die Komplexität des Systems Krankenhaus auf der Grundlage von Fallstudien und Beispielen aus der realen Krankenhauswelt, • arbeiten eigene Lösungsvorschläge aus, stellen diese im Plenum vor und erhalten ein konstruktives Feedback dazu. 	
7	Prerequisites	keine	
8	Integration in curriculum	semester: 1	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written examination with multiple choice (60 minutes)	
11	Grading procedure	Written examination with multiple choice (100%)	
12	Module frequency	Only in winter semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	
16	Bibliography	Werden zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.	

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Oliver Schöffski	
5	Contents	Die Veranstaltung beschäftigt sich mit der ambulanten Versorgung in Deutschland, wobei der Schwerpunkt auf der vertragsärztlichen Versorgung liegt. Konkret geht es hierbei beispielsweise um die beteiligten Akteure und deren Aufgaben, die verschiedenen Organisationsformen sowie um Fragen der Finanzierung und Vergütung. Die Beschäftigung mit den aktuellen Herausforderungen sowie den neuen Versorgungsformen (z. B. Besondere Versorgung, hausarztzentrierte Versorgung, usw.) bildet einen weiteren Themenkomplex. Diese Veranstaltung ist zum einen durch einen informativen Charakter geprägt, zum anderen trägt sie zum Aufbau des kritischen Denkens bei Studierenden im Rahmen des komplexen Gesundheitssystems bei. Sie verbindet außerdem die Theorie und Praxis und trägt so zu nachhaltigen Entwicklungen bei.	
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erhalten einen detaillierten Einblick in die verschiedenen Facetten der ambulanten und integrierten Versorgung und können diese diskutieren und gegenüberstellen • können insbesondere die bestehenden Organisationsformen erläutern sowie die Entstehung neuer Versorgungsformen erklären und bewerten • verstehen die Finanzflüsse und die bestehenden Strukturen bzw. Institutionen im ambulanten Bereich und können diese hinterfragen 	
7	Prerequisites	keine	
8	Integration in curriculum	semester: 1	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written examination (60 minutes)	
11	Grading procedure	Written examination (100%)	
12	Module frequency	Only in winter semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	
16	Bibliography	<ul style="list-style-type: none"> • Busse, R., Schreyögg, J., Stargadt, T. (Hrsg.) Management im Gesundheitswesen, 5. Aufl. Berlin Heidelberg, 2022. 	

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

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Oliver Schöffski	
5	Contents	Medizinische Grundlagen für Wirtschaftsstudierende, insb. medizinische Terminologie, fachübergreifende Interdisziplinarität im Gesundheitswesen, Anatomie, Physiologie und Pathologie der wichtigsten Organsysteme, Diagnostik am Beispiel des Bewegungsapparats (incl. Anamnese, Untersuchungstechniken, ärztliche Arbeitstechniken, Medizintechnik), Therapien am Beispiel des Bewegungsapparats (insb. operative und konservative Therapien), Notfallmedizin. Außerdem Überblick über volkswirtschaftlich und epidemiologisch wichtige Erkrankungen, Krankheitsbilder und Symptome, diagnostische und therapeutische Möglichkeiten mit praktischen Beispielen.	
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erlangen Kenntnisse über medizinische Grundlagen • erlangen ein Verständnis über die Bedarfe in der Behandlung von Patienten • erlangen Wissen zu Methoden medizinischer Forschung, ethischen und rechtlichen Aspekten sowie zur Berufskunde 	
7	Prerequisites	keine	
8	Integration in curriculum	semester: 1	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written examination with multiple choice (60 minutes)	
11	Grading procedure	Written examination with multiple choice (100%)	
12	Module frequency	Only in winter semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	
16	Bibliography	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.	

1	Module name 53640	Industrielles Management Industrial management	5 ECTS
2	Courses / lectures	Vorlesung: Industrielles Management (2 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Viktoria Leutheuser Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	

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

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	
5	Contents	<p>During the past decades, operations have become increasingly international or even global in nature. Drivers of the globalization include increased competitiveness through offshore manufacturing and global sourcing.</p> <p>During this module, the increasing complexity and the challenges of operations on a global scale will be discussed together with the participants. The theory modules at the beginning structure the options of a general operations strategy and illustrate its implementation in the organization.</p> <p>The subject specific modules, elaborated by the participants, enable a profound understanding of single activity areas of global operations and their relation to the global operations strategy. Therewith the students will get insights in the importance of an integrated global operations strategy and will become familiar with the main strategic options in this field.</p> <p><i>All participants have to register in advance on StudOn! The registration for GOS on StudOn starts in early October. The number of participants is limited to 70.</i></p>	
6	Learning objectives and skills	<p>Participation in the first seminar session is mandatory, as the topics for the teamwork are chosen during this session by the participants.</p> <p>In the following weeks, based on own research using scientific sources, key topics are elaborated in teams. Following predefined learning targets, the students need to structure the elaborated content in an academic presentation and present their results in class. Thereby, the teams are responsible for developing a didactic concept in order to support the understanding of the discussed topics. Furthermore, the participants are required to document their research method as well as their results. After the course, the participants are able to discuss the functions and impact of operations management in an international context.</p>	
7	Prerequisites	None	
8	Integration in curriculum	semester: 1	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Presentation	
11	Grading procedure	Presentation (100%)	
12	Module frequency	Only in winter semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	

14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	english
16	Bibliography	Abele, E. et al. (2008): Global Production. A Handbook for Strategy and Implementation. Berlin: Springer. Reid, R. D. & Sanders N. R. (newest ed.): Operations Management. Hoboken: Wiley & Sons. Slack, N. & Lewis, M. (newest ed.): Operations Strategy. Harlow: PrenticeHall.

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Harald Hungenberg Prof. Dr. Sebastian Junge
5	Contents	Durch die Einflüsse der fortschreitenden Digitalisierung stehen ganze Branchen vor dem Umbruch und deren Unternehmen vor neuen Herausforderungen. Data security, eServices, Connected mobility und eHealth sind nur einige der Schlagwörter, mit denen sich die Unternehmen beschäftigen müssen, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Die Veranstaltung befasst sich mit den Lösungskonzepten dieser strategischen Herausforderungen und deren managementorientierter Kommunikation. Der Fokus liegt neben der Problemstrukturierung auf einer, durch Theorie gestützten, praxisnahen Problembearbeitung sowie der adäquaten Kommunikation der Problemlösung. Den Studierenden werden hierfür moderne, zielgruppenspezifische Vorgehensweisen und (Methoden-)Techniken vermittelt. Die interaktive Veranstaltung schließt die Bearbeitung einer realen Fallstudie mit abschließender Ergebnispräsentation durch Studierendenteams ein.
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden lernen fortgeschrittene Methoden und Instrumente kennen, die im Rahmen des (strategischen) Managements von Unternehmen eine große Rolle spielen und diese auf praktische Fragestellungen anwenden können. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf fortgeschrittenen Methoden der Problemstrukturierung (z.B. System Dynamics) und Kommunikation (z.B. Stickyness). Darauf aufbauend entwickeln die Studierenden im Rahmen einer realen Fallstudie aus der Unternehmenspraxis eine Präsentation, um die von ihnen erarbeitete Problemlösung zu kommunizieren. Innerhalb dieser Kooperation lernen die Studierenden, eine aktuelle strategische Herausforderung zu einem eingegrenzten Themenbereich zu bearbeiten, einen Lösungsvorschlag zu entwickeln und diesen in einer wissenschaftlichen Diskussion zu verteidigen. Hierdurch werden fachliche und persönliche Kompetenzen entwickelt. Die Studierenden geben und erhalten im Rahmen interaktiver Präsentationen der Arbeitsergebnisse ein wertschätzendes Feedback über die erbrachte Leistung.
7	Prerequisites	Die Teilnehmerzahl ist auf maximal 20 Studierende begrenzt. Der Bewerbungszeitraum wird über Homepage oder StudOn bekannt gegeben. https://www.unternehmensfuehrung.rw.fau.de/studium-lehre/aktuelle-lehre/strategic-problem-solving-in-the-digital-age/
8	Integration in curriculum	semester: 2
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Presentation (20 minutes)

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

1	Module name 53710	Foundations of international management I	5 ECTS
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	Contents	1. Environment of International Management: History and Major Trends 2. Theoretical and Conceptual Foundations of International Management 3. Theories of Internationalization 4. Strategic Management in International Corporations.
6	Learning objectives and skills	The participants understand and analyze typical management problems of international firms. The participants will get to know modern theories and methods of international management and will be able to apply these to practical problems. They get a detailed overview of the current state of international management research and are able to evaluate theoretical and empirical studies in this area critically.
7	Prerequisites	English language proficiency (C1)
8	Integration in curriculum	semester: 1
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Report Presentation <i>Details for the examination for the lecture: Report (6 pages)</i> <i>Details for the examination for the seminar: Oral presentation (attendance mandatory)</i>
11	Grading procedure	Report (80%) Presentation (20%)
12	Module frequency	Only in winter semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	english
16	Bibliography	Holtbrügge, D. & Welge, M.K. (2020). International Management. Mimeo, Nürnberg (chapters 1-4). Holtbrügge, D. & Haussmann, H. (eds.) (2024). Internationalization Strategies of Firms. Case Studies from the Nürnberg Metropolitan Region. 3rd edition. Baden-Baden: Nomos.

1	Module name 53720	Foundations of international management II	5 ECTS
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge	
5	Contents	1. Organization of International Corporations 2. Human Resource Management in International Corporations 3. Public Affairs Management in International Corporations	
6	Learning objectives and skills	The participants understand and analyze typical management problems of international firms. The participants will get to know modern theories and methods of international management and will be able to apply these to practical problems. They get a detailed overview of the current state of international management research and are able to evaluate theoretical and empirical studies in this area critically.	
7	Prerequisites	Successful attendance of Foundations of International Management I English language proficiency (C1)	
8	Integration in curriculum	semester: 1	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Presentation Report <i>Details for the examination for the lecture: Report (6 pages)</i> <i>Details for the examination for the seminar: Oral presentation (attendance mandatory)</i>	
11	Grading procedure	Presentation (20%) Report (80%)	
12	Module frequency	Only in winter semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	english	
16	Bibliography	Holtbrügge, D. & Welge, M.K. (2020): International Management. Mimeo, Nürnberg (chapters 5, 6 & 8). Holtbrügge, D. & Haussmann, H. (eds.) (2024). Internationalization Strategies of Firms. Case Studies from the Nürnberg Metropolitan Region. 3rd edition. Baden-Baden: Nomos.	

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Sebastian Junge	
5	Contents	<p>This interactive course teaches the basic principles of strategic management at the corporate level (economic theories and multibusiness firms, value management, parenting advantage). In addition, elementary corporate management topics such as diversification and portfolio planning are addressed. In times of digital change, it is even more essential to identify suitable strategic initiatives in order to successfully strengthen and sustainably defend one's own position. In this context, measures such as mergers, acquisitions and divestments at group level will be discussed. Increased relevance is given to challenges that arise for corporations on the basis of the digital transformation. For this purpose, platform operators are analyzed as examples, but also dynamic industries such as financial services or the automotive sector are examined. The students work in teams on a current issue related to the above-mentioned content and develop a presentation and a written assignment.</p>	
6	Learning objectives and skills	<p>At the end of the course, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • assess various concepts and instruments of strategic management at corporate level against the background of digital trends and current research findings and apply them to specific issues; • present complex issues in a structured way in front of third parties as well as find convincing solution proposals and defend them argumentatively; • develop a written assignment on a current issue from the field of corporate strategies and to prepare it in an application-oriented manner; • deepen their skills in teamwork; • deal rationally and responsibly with conflicts of interest and communication in the context of group work and to recognize differences in patterns of thought and action and use them to find solutions in a goal-oriented manner. 	
7	Prerequisites	<p>Prior participation in the module Business Strategy is recommended. The number of participants is limited and an application for the module is necessary! The application process will be announced via the homepage. https://www.unternehmensfuehrung.rw.fau.de/studium-lehre-2/aktuelle-lehre/corporate-strategy/</p>	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Presentation/written assignment	
11	Grading procedure	Presentation/written assignment (100%)	

		The module grade is weighted according to 50% presentation (approx. 25 minutes) and 50% written assignment (approx. 15 pages).
12	Module frequency	Only in summer semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	english
16	Bibliography	Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen, 8. Aufl., Wiesbaden, 2014. Additional literature will be announced at the beginning of the course.

1	Module name 53763	Supply chain management research seminar	5 ECTS
2	Courses / lectures	Seminar: Supply chain management research seminar (2 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann Simon Voß	

4	Module coordinator	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	
5	Contents	Gegenstand dieser Veranstaltung stellen wechselnde Themen aus Forschung und Praxis im Supply Chain Management dar. Dieses Seminar soll dazu dienen, aktuelle Forschungsfragen und Konzepte im Supply Chain Management anwendungsorientiert zu bearbeiten. Anhand wissenschaftlicher Methoden sollen diese Forschungsansätze aufbereitet und abschließend deren mögliche Übertragung in die Praxis diskutiert werden.	
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden erlangen vertiefte Kenntnisse im Bereich der Forschung im Supply Chain Management und deren Auswirkungen auf die Praxis und die Fähigkeit, vorgestellte Theorien zu verstehen. Sie erlernen durch die eigenständige Bearbeitung wechselnder, forschungsorientierter Themen eine analytische Vorgehensweise und spezifische Fachkenntnisse zur Argumentation und Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit.	
7	Prerequisites	None	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Presentation Seminar paper	
11	Grading procedure	Presentation (30%) Seminar paper (70%)	
12	Module frequency	Every semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german english	
16	Bibliography	Wird im Kurs bekanntgegeben.	

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Hendrik Scholz	
5	Contents	<ul style="list-style-type: none"> • Klassische Ansätze zum Management von Marktzinsrisiken • Darstellung und Bewertung moderner Finanzinstrumente und Finanzprodukte (z.B. Optionen, Futures, Forwards und Swaps) • "Value at Risk" zur Messung finanzieller Risiken • Aufbau und Funktion von Finanzsystemen • Steuerungssysteme für Finanzunternehmen 	
6	Learning objectives and skills	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • ermitteln Zinsrisiken von Anleiheportfolios und beurteilen Instrumente zur Reduktion von Zinsrisiken und deren Einsatz aus Kundensicht. • können diverse Fixed-Income Produkte wie Kupon-Anleihen, Floating Rates Notes und Zinsswaps bewerten und deren Chancen-Risiko-Profile beurteilen. • bestimmen die Kennzahl "Value at Risk" für Portfolios und unter Anwendung verschiedene Konzepte der Volatilitätsschätzung. • können den generellen Aufbau und die Funktion des Banken- und Finanzsystems erläutern • beurteilen auf Basis der Marktzinsmethode die Geschäftspolitik einer Bank. 	
7	Prerequisites	Keine	
8	Integration in curriculum	semester: 1	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written examination (60 minutes)	
11	Grading procedure	Written examination (100%)	
12	Module frequency	Only in winter semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	
16	Bibliography	<p>Hartmann-Wendels, T. / Pfingsten, A. / Weber, M.: Bankbetriebslehre, Berlin u.a.</p> <p>Weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>	

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Hendrik Scholz
5	Contents	In diesem Seminar lesen, präsentieren und diskutieren die Studierenden aktuelle Forschungsarbeiten aus dem Gebiet der Finanzierung, die in international führenden Zeitschriften erscheinen bzw. erschienen sind.
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> erarbeiten sich in Gruppen durch eigenständige Recherche und Ausarbeitung von Präsentationen zu hochrangigen, internationalen Publikationen neues Wissen, das sie den Teilnehmern des Seminars vermitteln. können ihre zuvor in Vorlesungen erworbenen theoretischen Kenntnisse im Rahmen interaktiver Präsentationen anwenden. beurteilen quantitative Methoden, die in aktuellen Forschungsarbeiten zum Einsatz kommen und wenden ausgewählte Methoden an exemplarischen Datensätzen an. geben und erhalten im Rahmen offener Diskussionen zu den Präsentationen ein wertschätzendes Feedback über die erbrachte Leistung.
7	Prerequisites	Vertiefte Kenntnisse im Bereich Finance
8	Integration in curriculum	semester: 2
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Written or oral Präsentation/Präsentationspapier (ca. 60-90 Min., tw. in Gruppenarbeit) und Diskussionsbeitrag (während der Veranstaltungstermine) <i>Es handelt sich um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWIWI in der jeweils geltenden Fassung alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWIWI eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.</i>
11	Grading procedure	Written or oral (100%) Präsentation/Präsentationspapier (50 %) und Diskussionsbeitrag (50 %)
12	Module frequency	Only in summer semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	Module duration	1 semester

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

1	Module name 54120	Interdisziplinäres Seminar Interdisciplinary seminar	5 ECTS
2	Courses / lectures	Seminar: Interdisziplinäres Seminar	5 ECTS
3	Lecturers		

4	Module coordinator	Prof. Dr. Andreas Fürst	
5	Contents	Die Veranstaltung behandelt interdisziplinäre Fragestellungen des Marketings. Die genaue Themenstellung wird vor Semesterbeginn bekannt gegeben.	
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden erlernen im Rahmen der Veranstaltung spezialisierte Fähigkeiten zur eigenständigen Strukturierung und Erarbeitung von Lösungsansätzen für interdisziplinäre Fragestellungen und erwerben darüber hinaus Soft Skills wie Team- und Diskussionsfähigkeit sowie Präsentationsfertigkeiten. Weiterhin können die Studierenden weitgehend selbstgesteuert forschungs- oder anwendungsorientierte Projekte auf Basis des im Rahmen der Veranstaltung vermittelten Fachwissens anwenden. Im Rahmen des Seminars wird eine wissenschaftliche Fragestellung eigenständig bearbeitet, ein Lösungsvorschlag nach kritischer Würdigung aller wesentlichen Aspekte entwickelt und auf wissenschaftlichem Niveau verteidigt. Die Studierenden sind dazu in der Lage, in vertiefter und kritischer Weise ihre Ergebnisse und deren Bedeutung zu reflektieren und Implikation daraus abzuleiten.	
7	Prerequisites	Keine	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Seminar paper	
11	Grading procedure	Seminar paper (100%)	
12	Module frequency	Irregular	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	
16	Bibliography	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben	

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	
5	Contents	The module discusses recent insights from research on consumer behavior. Building upon theoretical and conceptual fundamentals, students acquire an advanced understanding of how marketing measures impact consumer experience and behavior. Implications for the industry are illustrated by various practical examples.	
6	Learning objectives and skills	Students can explain and apply fundamental as well as more advanced scientific evidence on the impact of marketing measures on consumer experience and behavior. They can interpret scientific studies, put them in context, and discuss them critically. Based on the acquired knowledge, students can independently derive practical implications and recommendations.	
7	Prerequisites	none; Please note that only a limited number of students can take the course. For further information on course registration, please see our homepage.	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written examination (60 minutes) Please note that the exam can only be taken during the summer term.	
11	Grading procedure	Written examination (100%)	
12	Module frequency	Only in summer semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	english	
16	Bibliography	Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., Pieters, R. (2023), Consumer Behavior, 8. Auflage, Cengage Learning.	

1	Module name 54162	Advanced marketing management IV	5 ECTS
2	Courses / lectures	Seminar: Strategisches Marketing (Master) (4 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer	
5	Contents	Das strategische Marketing beinhaltet die langfristige Planung der Marketingmaßnahmen. In dieser Veranstaltung werden die Grundlagen des strategischen Marketings vorgestellt. Im Mittelpunkt stehen dabei die Instrumente des strategischen Marketings, wie z.B. Marktanalysen und Wettbewerbsstrategien. Praktische Erfahrungen im Bereich des strategischen Marketings werden den Studierenden durch die Teilnahme an einem Marketingplanspiel im Rahmen dieser Veranstaltung vermittelt.	
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden können wissenschaftliche Grundlagen sowie spezialisiertes und vertieftes Fachwissen des strategischen Marketings erläutern und anwenden. Im Besonderen können sie in vertiefter und kritischer Weise Theorien, Terminologien, Besonderheiten, Grenzen und Lehrmeinungen des Faches erläutern, anwenden und reflektieren. Studierende können eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher und praktischer Probleme im strategischen Marketing entwickeln und anhand eines Marketingplanspiels anwenden. Sie können komplexe fachbezogene Inhalte klar und zielgruppengerecht präsentieren, in Diskussionen argumentativ vertreten, sowie das eigene Argumentationsverhalten in kritischreflexiver Weise erweitern.	
7	Prerequisites	Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Kernbereich gehört, vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	<p>Seminar paper and presentation Written or oral</p> <p>Seminararbeit und Präsentation im Rahmen der Fallstudienbearbeitung (Gruppenleistungen):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Seminararbeit: 7 Folien inklusive Titelfolie und Literaturangaben (5 Inhaltsfolien) - Präsentation + anschließende Diskussion: 20 Min <p>Strategiekonzept und Reflexion im Rahmen des Planspiels (Gruppenleistungen):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Strategiekonzept: ca. 6 Seiten - Reflexion + anschließende Diskussion: 25 - 30 Min 	
11	Grading procedure	Seminar paper and presentation (50%) Written or oral (50%)	

		50%: Seminararbeit (30%) + Präsentation (20%) 50%: Strategiekonzept (30%) + Reflexion (20%)
12	Module frequency	Only in summer semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	Backhaus, K., Schneider, H. (2020): Strategisches Marketing, 3., überarb. Aufl., Stuttgart. Benkenstein, M., Uhlrich, S. (2021): Strategisches Marketing: Ein wettbewerbsorientierter Ansatz, 4., erw. und aktual. Aufl., Stuttgart.

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Andreas Fürst	
5	Contents	In vielen Branchen (z.B. Konsumgüterbranche, Handel, verarbeitendes Gewerbe) findet ein wesentlicher Teil der Transaktionen zwischen Unternehmen und organisationalen Kunden (wiederum Unternehmen bzw. öffentliche Institutionen) statt. Die Veranstaltung verdeutlicht die Besonderheiten des Business-to-Business Marketing auf Nachfrager- und Anbieterseite. Die Studierenden lernen im Rahmen der Vorlesung zunächst Strukturen, Prozesse und Akteure auf B2B-Märkten kennen. Vor diesem Hintergrund entwickeln sie im zweiten Teil der Veranstaltung Lösungsansätze zu ausgewählten Fallstudien aus der Praxis.	
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden verfügen über vertiefendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen im Fach Business-to-Business Marketing. Sie können die Besonderheiten des Business-to-Business Marketings auf Nachfrager- und Anbieterseite erläutern und kritisch hinterfragen. Darüber hinaus können sie im Rahmen der Be- bzw. Erarbeitung von Fallstudien das in der Vorlesung vermittelte Wissen vertiefen und praktisch anwenden. Sie können neue Lösungskonzepte entwickeln und auf einem wissenschaftlichen Niveau verteidigen. Durch die Be- bzw. Erarbeitung der Fallstudien in Kleingruppen können die Studierenden kooperativ und verantwortlich arbeiten sowie das eigene Kooperationsverhalten in Gruppen kritisch reflektieren und erweitern.	
7	Prerequisites	Keine; Die Teilnehmendenzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Pflichtbereich gehört, vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written examination Case study Umfang der Leistungen: Klausur: 60 Minuten Fallstudie(n): Abgabe einer Präsentation, Umfang 10-20 Folien, in Gruppenarbeit	
11	Grading procedure	Written examination (50%) Case study (50%)	
12	Module frequency	Only in summer semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h	

		Independent study: 120 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	<ul style="list-style-type: none"> • Backhaus, K., Voeth, M. (2014), Industriegütermarketing, 10. Aufl., München. Homburg, Ch. (2020), • Marketingmanagement: Strategie Instrumente Umsetzung Unternehmensführung, 7. Aufl., Wiesbaden.

1	Module name 54251	Konzernrechnungslegung Accounting for consolidated financial statements	5 ECTS
2	Courses / lectures	Vorlesung: Konzernrechnungslegung (Master / Vorlesung) (nur Vorlesung aus dem WS) (2 SWS) Übung: Konzernrechnungslegung (Master / Übung) (nur Übung aus dem WS) (1 SWS)	5 ECTS -
3	Lecturers		

4	Module coordinator	Prof. Dr. Klaus Henselmann	
5	Contents	<p>Inhalte der Veranstaltung sind ausgehend vom ökonomischen Zweck der Konzernrechnungslegung die Rechtsgrundlagen und die konkrete Ausgestaltung der Rechnungslegung nach HGB sowie nach IFRS. Hierzu gehören die bilanztheoretischen Grundlagen sowie die wichtigsten Konsolidierungsfragen (Pflicht zur Erstellung eines Konzernabschlusses, Konsolidierungskreis, Zweckgesellschaften, Tochterunternehmen und Vollkonsolidierung, Gemeinschaftsunternehmen und Quotenkonsolidierung, Assoziierte Unternehmen und Equity-Methode, Forderungs- und Schuldenkonsolidierung, Aufwands- und Ertragskonsolidierung, Zwischengewinneliminierung, abweichende Stichtage, Währungsumrechnung, Latente Steuern, PPA, Anteilstausch, Konzernbilanzpolitik, komplexe Konzernstrukturen.</p>	
6	Learning objectives and skills	<p>Die Studierenden verfügen in diesen Bereichen über umfassendes, detailliertes und integriertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand einschließlich der praktischen Anwendung sowie eines kritischen Verständnisses der Theorien und Methoden.</p> <p>Die Studierenden können dieses Wissen kombinieren und zur umfassenden Lösung von Konsolidierungssachverhalten aus der Praxis verknüpfen.</p> <p>Dazu gehören sowohl die Lösungen nach HGB als auch nach IFRS einschließlich eines Verständnisses von Unterschieden und Gemeinsamkeiten.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage die Aussagekraft der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS in Hinblick auf eine Abbildung der Realität zu beurteilen und die momentan geltenden Rechtsnormen kritisch zu hinterfragen.</p> <p>Die Studierenden können demnach Werturteile abgeben, Vergleiche heranziehen und richtige Schlussfolgerungen ziehen, Prognosen erstellen und die eigenen Aussagen rechtfertigen, komplexe Problemstellungen erkennen und auf Basis der gewonnenen Erfahrung analysieren.</p>	
7	Prerequisites	keine	
8	Integration in curriculum	semester: 3	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written examination (60 minutes)	
11	Grading procedure	Written examination (100%)	

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

1	Module name 54360	Internationale Transportlogistik- und Distributionssysteme International logistics and distribution systems	5 ECTS
2	Courses / lectures	Vorlesung: Internationale Transportlogistik- und Distributionssysteme (vhb) (4 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Christopher Münch Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann Masoud Mirzaei	

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

		Zusammenhang zwischen der Auswahlentscheidung und dem Kundennutzen. Die Konzeption als Selbststudium fördert zudem die Selbstorganisation und -disziplin sowie das eigenverantwortliche Zeit-management der Studierenden.
7	Prerequisites	Produktions- und Supply Chain Management Eine Registrierung über die vhb (www.vhb.org) ist zwingend notwendig, um den Kurs belegen zu können und um Zugang zum StudOn Kurs zu erhalten.
8	Integration in curriculum	semester: 3
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Written examination with multiple choice (60 minutes)
11	Grading procedure	Written examination with multiple choice (100%)
12	Module frequency	Every semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 1 h Independent study: 149 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	Wird im Kurs bekannt gegeben

1	Module name 55231	Design thinking und Produktdesign Design thinking and product design	5 ECTS
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Markus Beckmann Rabab Saleh	
5	Contents	<p>Was ist Design? Wie hängt Kreativität und Innovation mit Design zusammen? Welche Techniken und Tools gibt es hierfür? Mittels theoretischen Erklärungsmodellen, Vermittlung von Methoden und Prozessen sowie praktischen Anwendungen entlang einer prototypischen Produktentwicklung über das gesamte Semester werden diese Fragen detailliert erörtert und erprobt.</p> <p>Hierbei werden insbesondere folgende Themenkomplexe diskutiert:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Design als Disziplin • Design Thinking • Kreativitätstechniken und Kreativworkshops • Prototypen und Verfestung • Designtheorie und Designgesetze • Verknüpfung von Design mit Produktentwicklung • Produktdesign analysieren und verstehen • Präsentieren und Pitchen • Business Modelle entwickeln <p>Das Seminar beinhaltet neben der Vermittlung von Theorien, Methoden und Prozessen auch ggfs. die Einbindung von Gastdozenten sowie eine oder mehrere Exkursionen.</p>	
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden erwerben ein breites Verständnis für Design als Prozess, als Tätigkeit und als Phänomen in Wirtschaft und Gesellschaft. Sie können Designprozesse verstehen und im betrieblichen Umfeld begleiten. Sie haben Einblick in die Denkweise von Designern und können in interdisziplinären Gruppen mit ihnen sprechen und arbeiten. Teilnehmer lernen Design zu verstehen und zu interpretieren.	
7	Prerequisites	Interesse an Kultur, Interesse an interdisziplinärer Zusammenarbeit, Verständnis für nichtlineare, iterative & agile Prozesse, Verständnis zum Charakter der Zukunft und digitaler Transformation, Lust an der Neugierde und Tinkering. Aufgrund des didaktischen Konzepts ist die Teilnehmeranzahl auf maximal 20 Studierende begrenzt. Alle Informationen zu Bewerbungszeitraum und -prozess werden ca. einen Monat vor Semesterbeginn auf der Website des Lehrstuhls bekanntgegeben (www.tm.rw.fau.de).	
8	Integration in curriculum	semester: 3	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Presentation Seminar paper	

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

1	Module name 55291	Global retail logistics	5 ECTS
2	Courses / lectures	Vorlesung: Global Retail Logistics (vhb-Kurs) (4 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Christopher Münch Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann Masoud Mirzaei	

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

		<ul style="list-style-type: none"> You will be able to demonstrate the ability to engage in critical thinking by analysing complex situations thus concluding and selecting viable solutions to solve problems.
7	Prerequisites	<p>Registration via vhb (www.vhb.org) is necessary in order to gain access to the StudOn e-learning platform.</p> <p>English language proficiency (C1)</p> <p>Prior completion of the course "Produktions- und Supply Chain Management" is recommended.</p>
8	Integration in curriculum	semester: 3
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Written examination with multiple choice (60 minutes)
11	Grading procedure	Written examination with multiple choice (100%)
12	Module frequency	Every semester
13	Workload in clock hours	<p>Contact hours: 1 h</p> <p>Independent study: 149 h</p>
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	english
16	Bibliography	Will be announced in the course.

1	Module name 55300	Global logistics and supply chain management	5 ECTS
2	Courses / lectures	Übung: Global Logistics and Supply Chain Management - Übung (2 SWS) Vorlesung: Global Logistics and Supply Chain Management - Vorlesung (2 SWS)	- 5 ECTS
3	Lecturers	Wolf-Alexander Frenkler Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	

4	Module coordinator	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	
5	Contents	Im ersten Teil der Veranstaltung wird über die Bedeutung, Trends und Zielsetzung der Logistik und des Supply Chain Management referiert. Der zweite Abschnitt der Vorlesung wendet sich dem Management logistischer Systeme zu, dabei wird der Fokus auf Lagerbestände, Servicelevels und deren Konsequenzen für die unternehmensinterne und unternehmensübergreifende Logistik gelegt. Vertieft werden Ansätze, um Lieferketten effizient und erfolgreich zu gestalten und zu managen. Hierbei wird der Fokus auf auftretende Probleme sowohl von der unternehmensinternen, wie auch der unternehmensexternen Perspektive gesetzt. Ergänzende Gastvorträge von Referentinnen bzw. Referenten aus der Praxis geben einen Überblick über die Vielfalt der Problemstellungen.	
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden beherrschen die Grundlagen des Supply Chain Managements. Sie identifizieren die Zusammenhänge und Schwierigkeiten im Supply Chain Management. Die Studierenden beherrschen Hilfsmittel und Ansätze, um eine globale Lieferkette effizient und erfolgreich zu steuern.	
7	Prerequisites	None	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written examination with multiple choice (60 minutes) Case study	
11	Grading procedure	Written examination with multiple choice (70%) Case study (30%)	
12	Module frequency	Only in summer semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	
16	Bibliography	Wird im Kurs bekanntgegeben.	

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

4	Module coordinator	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann
5	Contents	Im ersten Teil der Veranstaltung werden theoretische und empirische Grundlagen der Organisationsentwicklung, des geplanten Wandels und der Berater-Klienten-Beziehung besprochen und auf den Bereich des Logistik Consulting übertragen. Im zweiten Teil werden typische Problemstellungen für Logistikberater erläutert und ein Überblick über Standardwerkzeuge und Techniken zu deren Lösung gegeben. Ergänzende Gastvorträge von Referentinnen bzw. Referenten aus der Praxis des Logistik Consultings sollen einen Überblick über die Vielfalt der Branche geben.
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden verfügen über Kompetenzen, die für die Bewältigung von Situationen im Beratungsalltag notwendig sind. Sie entdecken u.a. typische Problemstellungen von Consulting-Projekten sowie deren erfolgreiche Bearbeitung.
7	Prerequisites	None
8	Integration in curriculum	semester: 3
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Case study Written examination (60 minutes)
11	Grading procedure	Case study (40%) Written examination (60%)
12	Module frequency	Only in winter semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	Wird im Kurs bekanntgegeben.

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

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

		<ul style="list-style-type: none"> • sowie komplexe fachbezogene Probleme und Lösungen gegenüber Dritten argumentativ zu vertreten
7	Prerequisites	Keine
8	Integration in curriculum	semester: 2;4
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Presentation Written assignment
11	Grading procedure	Presentation (50%) Written assignment (50%)
12	Module frequency	Only in summer semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	Kursspezifische Literatur (wird im Kurs bekannt gegeben).

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	
5	Contents	In dem Seminar erarbeiten die Studierenden zu wechselnden Rahmenfragestellungen in Gruppen eigenständig Seminararbeiten deren Ergebnisse im Rahmen von zwei Blockterminen vorgetragen, verteidigt und diskutiert werden.	
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden erarbeiten in Gruppen weitgehend selbstgesteuert und autonom Analysen zu komplexen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen. Hierzu führen die Studierenden Dokumentanalysen und Literaturrecherchen durch und entscheiden weitgehend eigenständig über die zu verwendenden Analysemethoden. Das Ziel ist die Erarbeitung, Strukturierung und Darstellung von detailliertem und spezialisiertem Wissen auf dem aktuellen Erkenntnisstand zu der jeweils ausgeschriebenen Fragestellung. Die erarbeiteten Ergebnisse werden anschließend gemeinsam von der Gruppe in dem Seminar vertreten und vor Fachvertretern verteidigt. Durch die Bearbeitung der Fallstudien in Kleingruppen wird das Übernehmen herausgehobener Verantwortung sowie die fachliche Weiterentwicklung der Studierenden gefördert.	
7	Prerequisites	Keine	
8	Integration in curriculum	semester: 3	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written assignment Presentation Umfang der Hausarbeit: 7.000 Wörter Dauer der Präsentation: 30 Minuten	
11	Grading procedure	Written assignment (70%) Presentation (30%)	
12	Module frequency	Every semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	
16	Bibliography	Kurspezifische Literatur (wird im Kurs bekannt gegeben).	

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Hendrik Scholz
5	Contents	Verschiedene wechselnde Themenbereiche aus dem Bereich Finanzierung
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • arbeiten in Gruppen selbstständig Analysen zu aktuellen Forschungsbereichen aus. • erstellen auf Basis wissenschaftlicher Methoden und aktueller englischer Fachliteratur eigenständig einen Lösungsvorschlag zu einer aktuellen Forschungsfrage. • wenden zuvor in Vorlesungen erworbene theoretische Kenntnisse an und erarbeiten sich selbstständig neues Fachwissen. • analysieren mit Hilfe statistischer Verfahren einen aktuellen Datensatz. • geben und erhalten im Rahmen interaktiver Präsentationen der Arbeitsergebnisse ein wertschätzendes Feedback über die erbrachte Leistung.
7	Prerequisites	Workshop Capital Markets Research oder Workshop Finance, Financial Engineering und Structured Finance
8	Integration in curriculum	semester: 3
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Written or oral Seminararbeit (ca. 15 Seiten, tw. in Gruppenarbeit) und Präsentation/Präsentationspapier (tw. in Gruppenarbeit) und Diskussionsbeitrag <i>Es handelt sich um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWIWI in der jeweils geltenden Fassung alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWIWI eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.</i>
11	Grading procedure	Written or oral (100%) Seminararbeit (60%), Präsentation/Präsentationspapier (20%) und Diskussionsbeitrag (20%)
12	Module frequency	Only in winter semester

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

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Nadine Gatzert	
5	Contents	Ausgewählte Fragestellungen des Risiko- und Versicherungsmanagements (wechselnde und aktuelle Themenschwerpunkte).	
6	Learning objectives and skills	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • können eigenständig ein forschungsbezogenes Projekt zu einer aktuellen wissenschaftlichen Fragestellung des Versicherungs- und Risikomanagements bearbeiten; • analysieren und reflektieren dabei aktuelle Entwicklungen in der Versicherungswirtschaft; • können die zuvor erworbenen theoretischen Kenntnisse und Methoden anwenden und diese kritisch reflektieren; • erarbeiten sich dabei selbstständig neues Fachwissen auf dem neuesten Stand der Forschung sowie der praktischen Anwendungen; • können komplexe fachbezogene Inhalte klar und zielgruppengerecht präsentieren, in einer fachlichen Diskussion argumentativ vertreten und in einer schriftlichen Arbeit darlegen. 	
7	Prerequisites	Keine. Die Anmeldung erfolgt per E-Mail an wiso-vwrm@fau.de . Die Auswahl erfolgt auf Basis der Studienleistungen (die Teilnehmerzahl ist beschränkt). Weitere Informationen werden auf der Lehrstuhlhomepage bekannt gegeben.	
8	Integration in curriculum	semester: 3	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	<p>Seminar paper and presentation Seminararbeit (ca. 15 Seiten), Präsentation (15-25 Minuten) und wissenschaftlicher Diskurs (10-25 Minuten).</p> <p><i>Es handelt sich um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 25 Abs.1 Satz 4 MPOWISO in der jeweils geltenden Fassung alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWIWI eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.</i></p>	
11	Grading procedure	Seminar paper and presentation (100%)	

		Seminararbeit 50% und Vortrag 50%
12	Module frequency	Every semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	In Abhängigkeit vom Rahmenthema des Seminars (wird bei Vergabe der Seminararbeiten bekannt gegeben).

1	Module name 56080	Praxisseminar Practical seminar	5 ECTS
2	Courses / lectures	Seminar: Praxisseminar	5 ECTS
3	Lecturers		

4	Module coordinator	Prof. Dr. Andreas Fürst	
5	Contents	Das Praxisseminar beinhaltet die eigenständige Bearbeitung einer praxisbezogenen Aufgabenstellung (in der Regel in Kooperation mit einem Praxispartner).	
6	Learning objectives and skills	Im Praxisseminar zeigen die Studierenden, dass sie in der Lage sind, ihre zuvor erworbenen theoretischen und methodischen Kompetenzen eigenständig auf eine praxisrelevante Aufgabenstellung anzuwenden. Hierbei müssen die Studierenden eigenständig die Strukturierung, Analyse, Bewertung und Entwicklung einer wissenschaftlich und methodisch fundierten Lösung zur Aufgabenstellung erarbeiten. Die Studierenden sind in der Lage, mithilfe ihres spezialisierten und vertieften Fachwissens Ideen und Konzepte zur Lösung dieses wissenschaftlichen Problems zu entwickeln. Dabei müssen sich die Studierenden neben aktuellen und sehr spezifischen Marketingkenntnissen auch Fachkenntnisse angrenzender Disziplinen (z.B. Wirtschaftsinformatik u.v.w.) eigenständig erschließen. Die Studierenden führen das Projekt auf der Basis breiter und spezialisierter Forschungsmethodik durch. Die Lernprozesse können sie dabei selbstständig gestalten, reflektieren und methodsch erweitern.	
7	Prerequisites	Nach Maßgabe der anbietenden Lehrstühle. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Kernbereich gehört, vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalität auf der Homepage des Lehrstuhls.	
8	Integration in curriculum	semester: 1	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Presentation (30 minutes)	
11	Grading procedure	Presentation (100%)	
12	Module frequency	Irregular	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	
16	Bibliography	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben	

1	Module name 56210	Digital change management	5 ECTS
2	Courses / lectures	Vorlesung: Digital Change Management (2 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Sven Laumer	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Sven Laumer	
5	Contents	<p>Lecture: This module provides an organizational and social perspective of the digital transformation. It introduces theories and methods to analyze, visualize, and discuss challenges of the acceptance of the digital transformation.</p> <p>Case study: Using research methods (interviews, surveys) students should investigate a digital transformation project and analyze its design and acceptance as a case study. The case study is conducted as group work.</p>	
6	Learning objectives and skills	Students can analyze, visualize and discuss consequences of the digital transformation for individuals and organizations as well as its implementation challenges. Students are able to design an implementation project to focus especially on end-users.	
7	Prerequisites	None	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	<p>Written</p> <p>Written examination (60 minutes)</p> <p>2.5 ECTS - Exam (60 minutes) and,</p> <p>2.5 ECTS - Case Study (schriftlich = Case Study)</p>	
11	Grading procedure	<p>Written (50%)</p> <p>Written examination (50%)</p> <p>(schriftlich = Case Study - evaluated as a group)</p>	
12	Module frequency	Only in summer semester	
13	Workload in clock hours	<p>Contact hours: 80 h</p> <p>Independent study: 70 h</p>	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	english	
16	Bibliography	<p>Alter, S. (2013). Work System Theory: Overview of Core Concepts, Extensions, and Challenges for the Future. Journal of the Association for Information Systems, 14 (2), 72-121</p> <p>Kotter, J.P. (2005). Out Iceberg is Melting. St.Martins Press,</p> <p>Kotter, J.P. (2010). Leading Change, Harvard Business Press</p> <p>Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G., and Davis, F. D. 2003. User acceptance of information technology: toward a unified view, MIS Q (27:3), pp. 425-478.</p>	

1	Module name 56216	Judgment in decision making and evidence-based management	5 ECTS
2	Courses / lectures	No courses / lectures available for this module!	
3	Lecturers	No lecturers available since there are no courses / lectures for this module!	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Verena Tiefenbeck	
5	Contents	<p>While today's companies and individuals have access to more and more data, most decisions are taken on limited and imperfect information. Consequently, various fields require their practitioners to have an in-depth understanding of judgment and decision-making. Examples include the development of user interfaces and marketing strategies, hiring decisions, crisis intervention, as well as policy-making in education, healthcare, or social services. This course examines how people make choices, judge situations, probabilities, and decision options. The focus is on the contrast between rational decision-making, and the psychological principles that guide decision behavior. The course reviews common heuristics, cognitive errors and systematic biases that help us to make reasonable and accurate decisions in some areas, but may crucially misguide us in others. We will develop tools to detect and mitigate systematic cognitive biases and we will identify strategies that tap into these insights for improved decision-making in diverse real-world contexts, both in simple everyday-life situations and complex managerial decision environments.</p>	
6	Learning objectives and skills	<p>Student are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • describe key psychological processes involved in judgment and decision making. • explain when and why those processes lead to (more or less) accurate and inaccurate judgments. • identify and describe common judgment and decision heuristics and biases. • apply the acquired knowledge to examples and problems from business and public policy. • explain the methodology (experiments and field studies) used to study judgment and decision making and apply it to new real-world applications. • critically reflect upon the way how they and others take common decisions in daily life. • work together in international small work groups, summarize key takeaways from behavioral studies, and present their results in English. 	
7	Prerequisites	None	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	<p>Written examination Project/practical report Written exam and project (creating a short educational video clip)</p>	

11	Grading procedure	Written examination (60%) Project/practical report (40%) Written exam (60%), project (40%)
12	Module frequency	Only in winter semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	english
16	Bibliography	All relevant material will be provided during the seminar.

1	Module name 56220	Strategic supply management	5 ECTS
2	Courses / lectures	Tutorium: Tutorium Strategic Supply Management (3 SWS)	-
3	Lecturers		

4	Module coordinator	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann
5	Contents	Die Kernkompetenzen die dieser Kurs vermittelt, fokussieren sich um die grundlegenden Elemente des strategischen Beschaffungsmanagements. Hierzu gehören Themen wie die Berücksichtigung von Risiken und Unsicherheiten in Supply Chains, das organisationsübergreifende Beziehungsmanagement, die Entwicklung von Supply Chains in Wachstumsmärkten und die Schaffung nachhaltiger grüner Supply Chains.
6	Learning objectives and skills	Die Teilnehmer werden in alle wesentlichen Aspekte der (strategischen) Beschaffung, inkl. der Leistungsmessung und Steuerung eingeführt. Hierbei wird ein Schwerpunkt auf den Transfer der theoretischen Grundlagen auf praktische Anwendung gelegt. Dies wird anhand von Praxisbeispielen und praxisnahen Fallstudien sichergestellt.
7	Prerequisites	Keine
8	Integration in curriculum	semester: 1
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Case study Written examination (60 minutes)
11	Grading procedure	Case study (30%) Written examination (70%)
12	Module frequency	Only in winter semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 60 h Independent study: 90 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	Wird im Kurs bekanntgegeben.

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	Contents	Durch die Einführung des Digitale-Versorgung-Gesetzes soll die Digitalisierung im deutschen Gesundheitswesen vorangetrieben werden. Seitdem sind unter anderem Gesundheits-Apps und Digitale Gesundheitsanwendungen (DiGAs) weitläufig diskutierte Themen. Das Seminar im WS 23/24 findet in Zusammenarbeit mit einer bereits in den App-Stores erhältlichen Gesundheits-App statt, die sich aktuell auch auf dem Weg zur Zertifizierung zur DiGA befindet. In dieser Veranstaltung liegt der Fokus auf der vertieften Betrachtung der zunehmenden Digitalisierung im Gesundheitswesen und den sich daraus ergebenden nachhaltigen Veränderungen in den Behandlungsmöglichkeiten. Die Studierenden haben die Möglichkeit, mittels verschiedener methodischer Ansätze die vielfältigen Facetten der Gesundheits-App zu analysieren (z.B. Kosten(-vorteile), Patientenperspektive etc.)
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erhalten einen Einblick in die verschiedenen Facetten der Versorgung mit Gesundheits-Apps und können diese diskutieren und gegenüberstellen • können mit den erlernten Methoden umgehen und diese selbstständig auf Fragestellungen anwenden bzw. übertragen • können eine vorgegebene Themenstellung eigenständig bearbeiten und die Ergebnisse schriftlich und mündlich präsentieren • können von Studierenden vorgebrachte Ergebnisse angemessen bewerten und Feedback formulieren
7	Prerequisites	Grundkenntnisse im Gesundheitsmanagement (aber keine formale Voraussetzung). Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Die Anmeldung erfolgt per Anmeldeformular (siehe Lehrstuhlhomepage), der Anmeldezeitraum wird rechtzeitig bekannt gegeben.
8	Integration in curriculum	semester: 3
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Presentation Written assignment Präsentation: ca. 20 Minuten pro Person

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

1	Module name 56270	Financial engineering and structured finance	5 ECTS
2	Courses / lectures	Vorlesung: Financial Engineering und Structured Finance (VL) (2 SWS) Übung: Financial Engineering und Structured Finance (ÜB) (1 SWS)	5 ECTS -
3	Lecturers	Prof. Dr. Hendrik Scholz Nicolas Webersinke Anja Stiller	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Hendrik Scholz	
5	Contents	<ul style="list-style-type: none"> • Darstellung und Bewertung von Aktien-, Zinssatz- & Bondoptionen • Strukturierter Produkte im Fixed Income und Equity Bereich • Kapitalstruktur und Optionspreistheorie • Darstellung und Bewertung von Kreditderivaten 	
6	Learning objectives and skills	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erarbeiten sich ein tiefgehendes Wissen über Aktien-, Zinssatz- und Bondoptionen, können deren Einsatzmöglichkeiten beurteilen und ihren Wert bestimmen. • wenden zentrale Kenntnisse der Optionspreistheorie an, um Bestandteile komplexer, strukturierter Fixed Income- und Equity-Produkte zu analysieren, diese zu bewerten und deren Wertbeitrag für Kunden einer Bank zu evaluieren. • können unter Berücksichtigung von Kundenpräferenzen eigenständig innovative Finanzprodukte entwickeln. • sind in der Lage die Positionen Eigen- und Fremdkapital von Unternehmen auf Basis der Optionspreistheorie zu bewerten. • können Instrumente zum Kreditrisikotransfer erläutern und deren Einsatzmöglichkeiten kritisch hinterfragen. 	
7	Prerequisites	keine	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written examination (60 minutes)	
11	Grading procedure	Written examination (100%)	
12	Module frequency	Only in summer semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	
16	Bibliography	Hull, John C.: Options, futures and other derivatives	

Weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

1	Module name 56422	Organizing for digital transformation	5 ECTS
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Kathrin Möslein	
5	Contents	<p>The course focusses on dynamics in organizational transformation driven through information technology (IT) and consists of two parts. The first part introduces the topic from an industrial perspective and explores the re-organization of value streams in the course of the digital transformation. Teaching in this part includes contributions from a German automotive company. Students will work in a project-oriented mode for half the lecture and then present their results.</p> <p>The second part takes the perspective of academic research on the organization of the digital transformation. It introduces different theoretical frameworks to gain a deeper understanding of the phenomenon and explores its implications for global business structures. Students write a short essay to show what they have learned.</p> <p>Together, the lecture allows the students to gain theoretical knowledge on the digital transformation and acquire practical problem-solving skills as well to work effectively on innovative projects in the field.</p>	
6	Learning objectives and skills	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • are familiar with different theories of works systems and service systems and their practical application • know more about the contribution of information technology in managing complex innovation activities • have an improved understanding of the global IT Industry and various strategies that are used • can identify and unravel the business problem in a case study and actively take part in class discussions 	
7	Prerequisites	<ul style="list-style-type: none"> • general knowledge of digital technology and their economic applications • basic understanding of simple software applications • first experience with team projects 	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	<p>Presentation Seminar paper Seminar paper approx. 5 pages Presentation approx. 30 minutes (partly in group)</p>	
11	Grading procedure	<p>Presentation (30%) Seminar paper (70%)</p>	
12	Module frequency	Only in summer semester	

		Im Sommersemester 2025 wird der Kurs „Organizing for Digital Transformation“ nicht stattfinden. The lecture “Organizing for Digital Transformation” will not take place in summer semester 2025.
13	Workload in clock hours	Contact hours: 60 h Independent study: 90 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	english
16	Bibliography	None

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Nadine Gatzert	
5	Contents	Einführend: Entscheidung bei Sicherheit, Unsicherheit, Risiko; Risikomessung, Risikowahrnehmung, Risikobeeinflussung (Vorgehen und Methoden); Risikobewertung am Beispiel der Versicherungsnachfrage (individuell und aus Unternehmenssicht); Risikobewertung am Beispiel des Versicherungsangebots (Risikotheorie, Schadenprozessmodellierung, Optionspreis-Modell); Problematik der Informationsasymmetrien (Adverse Selektion, Moral Hazard); Enterprise Risk Management (Bedeutung und Rahmenwerke, Risikostrategie, Risikoidentifikation und -bewertung, Governance, Risikokultur); Emerging Risks.	
6	Learning objectives and skills	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> haben vertiefte Kenntnisse über die zentralen Konzepte der Risikobewertung sowie der Versicherungs- und Risikotheorie, können diese beurteilen und hinterfragen; können ihre theoretischen Kenntnisse auf konkrete Fragestellungen anwenden; erlernen den Umgang mit und die Bewertung von Risiken in Unternehmen; können die theoretischen Kenntnisse zur Risikomessung im Rahmen einer Monte-Carlo-Simulation in Excel umsetzen; lernen interaktiv im Rahmen von Workshops in Gruppen aktuelle Fragestellungen im Kontext der Versicherungs- und Risikotheorie zu strukturieren, zu erarbeiten und zu präsentieren; entwickeln und vertiefen dabei ihre Kompetenzen in der Teamarbeit. 	
7	Prerequisites	Keine	
8	Integration in curriculum	semester: 1;3	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	<p>Written examination (60 minutes)</p> <p><i>Im Wintersemester besteht vorlesungsbegleitend die Möglichkeit einer freiwilligen Notenverbesserung, wobei eine Verbesserung um bis zu 0,3 Notenstufen erfolgen kann. Dazu können Studierende auf StudOn vier je ca. 10-minütige Online-Kurztests (Quizze) zur Aufbereitung des Vorlesungsstoffs bearbeiten. Die Notenverbesserung erfolgt, wenn die Quizze erfolgreich bearbeitet wurden sowie die Klausur mit der Note 4,0 oder besser bestanden wurde. Etwaige Quizergebnisse aus dem</i></p>	

		<i>Wintersemester werden für eine Nachholprüfung im Sommersemester übernommen.</i>
11	Grading procedure	Written examination (100%)
12	Module frequency	Only in winter semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	Die vorbereitende und weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

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

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

7	Prerequisites	Keine
8	Integration in curriculum	semester: 2
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	<p>Written examination (60 minutes)</p> <p><i>Im Sommersemester besteht vorlesungsbegleitend die Möglichkeit einer freiwilligen Notenverbesserung, wobei eine Verbesserung um bis zu 0,3 Notenstufen erfolgen kann. Dazu können Studierende auf StudOn vier je ca. 10-minütige Online-Kurztests (Quizze) zur Aufbereitung des Vorlesungsstoffs bearbeiten. Die Notenverbesserung erfolgt, wenn die Quizze erfolgreich bearbeitet wurden sowie die Klausur mit der Note 4,0 oder besser bestanden wurde. Etwaige Quizzergebnisse aus dem Sommersemester werden für eine Nachholprüfung im Wintersemester übernommen.</i></p>
11	Grading procedure	Written examination (100%)
12	Module frequency	Only in summer semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	Die vorbereitende Literatur und auch die weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Module name 56540	Lebensversicherung Life insurance	5 ECTS
2	Courses / lectures	Vorlesung: Vorlesung "Lebensversicherung" (2 SWS) Übung: Übung Lebensversicherung (1 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Nadine Gatzert	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Nadine Gatzert	
5	Contents	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in den Lebensversicherungsmarkt • Darstellung von klassischen und innovativen Lebensversicherungsprodukten (und den darin enthaltenen impliziten Optionen) • Versicherungsmathematische Aspekte: Bestimmung von Prämien und Deckungsrückstellungen auf Basis der typischen aktuariellen Rechnungsgrundlagen (Zins, Sterbetafeln) • Analyse und Bewertung von Fondsprodukten mit Garantien • Absicherung von Garantien in Fondsprodukten mit Kapitalanlagestrategien (u.a. Constant Proportion Portfolio Insurance) 	
6	Learning objectives and skills	<p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> • aktuelle Entwicklungen im Lebensversicherungsmarkt beurteilen und hinterfragen diese; • Prämien und Deckungsrückstellungen von klassischen Lebensversicherungsverträgen berechnen und kennen die zentralen Einflussgrößen; • klassische und fondsgebundene Lebensversicherungsprodukte mit verschiedenen Garantien bewerten und verschiedene Methoden der Bewertung vergleichen und Modellannahmen kritisch hinterfragen; • einschätzen, wie verschiedene Arten von Finanzgarantien abgesichert werden müssen und können hierfür auch Kapitalanlagestrategien anwenden; • ihre theoretischen Kenntnisse im Rahmen einer Monte-Carlo-Simulation in Excel umsetzen und auf praktische Fragestellungen anwenden. 	
7	Prerequisites	Keine.	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	<p>Written examination (60 minutes)</p> <p><i>Im Sommersemester besteht vorlesungsbegleitend die Möglichkeit einer freiwilligen Notenverbesserung, wobei eine Verbesserung um bis zu 0,3 Notenstufen erfolgen kann. Dazu können Studierende auf StudOn vier je ca. 10-minütige Online-Kurztests (Quizze) zur Aufbereitung des Vorlesungsstoffs bearbeiten. Die Notenverbesserung erfolgt, wenn die Quizze erfolgreich bearbeitet wurden sowie die Klausur mit der Note 4,0 oder besser bestanden wurde. Etwaige Quizzergebnisse</i></p>	

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

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Markus Beckmann	
5	Contents	<p>This course combines several perspectives on normative issues in business. First, we take a moral psychology perspective to understand how morality helps us solve certain problems, but also creates pitfalls in the modern world. Second, we develop an ethical framework for navigating contentious issues and supporting the search for constructive solutions. Third, we apply this framework to analyze how (why) social and environmental goals are (not) achieved at the macro level. We will pay particular attention to the role of markets and their regulation. Fourth, we take the perspective of the individual firm and ask whether and to what extent firms need to integrate moral issues into their value creation processes. In this context, corporate social responsibility can serve as a means to implement these moral issues. We will therefore take a closer look at CSR, its origins, development and instruments. We conclude the course by discussing various applications and cases.</p>	
6	Learning objectives and skills	<p>After successfully completing this course, students will have developed the ability to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Explain key concepts from moral psychology and analyze how moral intuitions and biases influence ethical decision-making in business contexts. • Apply ethical theories and frameworks, such as social dilemmas, to navigate complex moral challenges in business, evaluate competing arguments, and construct well-reasoned ethical judgements. • Assess how markets and regulatory mechanisms facilitate or hinder the achievement of social and environmental goals at the macro level. • Critically examine the extent to which firms should integrate ethical considerations into their value creation processes and evaluate the implications of different approaches. • Evaluate the origins, development, and effectiveness of CSR strategies and instruments in addressing selected ethical and sustainability challenges. 	
7	Prerequisites	None	
8	Integration in curriculum	semester: 2;4	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Electronic examination (60 minutes)	
11	Grading procedure	Electronic examination (100%)	
12	Module frequency	Only in summer semester	

13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	english
16	Bibliography	Provided via StudOn

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Harald Tauchmann	
5	Contents	Die Veranstaltung betrachtet das Gesundheitswesen aus mikroökonomischer Perspektive. Den Schwerpunkt der Veranstaltung bildet die Betrachtung von Krankenversicherungsmärkten und ihrer spezifischen Unvollkommenheiten, und Probleme (adverse Selektion, Moral Hazard, Risikoselektion), die sich aus den besonderen Eigenschaften des Gutes Gesundheit ergeben. Aus dieser Betrachtung werden Anforderungen an die Gestaltung eines Gesundheitssystems abgeleitet. Studierende sollten die Bereitschaft mitbringen, sich vertieft mit mikroökonomischen Modellen zu beschäftigen.	
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erwerben fundiertes ökonomisches Wissen über das Gesundheitswesen, insbesondere bzgl. Krankenversicherungsmärkten, • analysieren die Besonderheiten von Gesundheitsmärkten im Rahmen theoretischer Modelle, • überprüfen deren Validität anhand empirischer Studien 	
7	Prerequisites	Grundkenntnisse in Mikroökonomie und Ökonometrie sollten vorhanden sein.	
8	Integration in curriculum	semester: 1	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written examination (90 minutes)	
11	Grading procedure	Written examination (100%)	
12	Module frequency	Only in winter semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	
16	Bibliography	Breyer, F., Zweifel, P. & Kifmann, M. (2013): Gesundheitsökonomik, 6. Aufl., Springer. Sloan, F.A. & Hsieh, C.R. (2012): Health Economics, MIT Press. Folland, Sh., Goodman, A. & Stano, M. (2009): The Economics of Health and Health Care, 6th int. ed., Prentice Hall.	

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Kathrin Möslein	
5	Contents	<p>The lecture focuses on the challenges of leading and communicating innovation and change in IT enabled companies and networked organizations. Based upon that, creating a sustainable innovative environment is a leadership task. In order to succeed at this task, leaders must develop innovative abilities to deal with the challenges inherent in a business environment characterized by fluid, unstructured and changing information. The aim of this course is thereby twofold. First, the course delineates and describes different yet emerging innovation tools, organizing them into a coherent set of classes. Each class of tools is described using a set of up-to-date business cases that depict the current status of the information systems. The second aim of this course is to get an overview of how to structure leadership systems towards innovation, how leaders can motivate to foster innovative thinking and what new forms of innovation (e.g. open innovation) mean for the definition of leadership. In doing so, this lecture represents an Idea Transformation Class as students are encouraged not only to merely develop, but to actively deploy specifically developed concepts.</p>	
6	Learning objectives and skills	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • will understand and explore the theories and practicalities of leadership in open innovation contexts. • will gain knowledge on leading and communicating innovation and translate it in leadership behavior in real case contexts. • will learn to assess, reflect and feedback the impact of practical leadership for innovation 	
7	Prerequisites	<ul style="list-style-type: none"> • Basic understanding of innovation management • Basic understanding of management processes • First experience in team projects 	
8	Integration in curriculum	semester: 1	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	<p>Presentation Written Presentation approx. 40 minutes Written assignment approx. 22 pages (partly in group)</p>	
11	Grading procedure	<p>Presentation (pass/fail) Written (100%)</p>	
12	Module frequency	Only in winter semester	
13	Workload in clock hours	<p>Contact hours: 45 h Independent study: 105 h</p>	

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

1	Module name 57131	Labor markets in the knowledge economy Labor Markets in the Knowledge Economy	5 ECTS
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers. Due to conflicting teaching requirements, this course will not be offered in the Winter Term 2024/25	
3	Lecturers	-	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Markus Nagler
5	Contents	The course analyzes topics in labor economics and their connection to technological change and the knowledge economy. We will mostly discuss topics in labor economics such as labor supply and migration which are seen through a technology and knowledge economy perspective. The course is mainly based on empirical research papers: labor economics is a front-runner in the use of econometrics and data. Due to conflicting teaching requirements, this course will not be offered in the Winter Term 2024/25.
6	Learning objectives and skills	Students know the key issues at the intersection of labor and innovation economics. They are able to assess current research in the area and are able to relate its results to fundamental policy questions. Students are acquainted with important empirical approaches in labor economics.
7	Prerequisites	Recommended: Basic microeconomics, basic econometrics
8	Integration in curriculum	semester: 3
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192 Due to conflicting teaching requirements, this course will not be offered in the Winter Term 2024/25
10	Method of examination	Written examination (90 minutes)
11	Grading procedure	Written examination (100%)
12	Module frequency	Only in winter semester Due to conflicting teaching requirements, this course will not be offered in the Winter Term 2024/25.
13	Workload in clock hours	Contact hours: 60 h Independent study: 90 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	english
16	Bibliography	Angrist, Joshua and Jörn-Steffen Pischke (2008). Mostly Harmless Econometrics, Princeton University Press.

Autor, David H. Why are there still so many jobs? The history and future of workplace automation. The Journal of Economic Perspectives 29.3 (2015): 3-30.

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Kathrin Möslein	
5	Contents	<p>Intellectual Properties (Ips) in general and especially patents play an important role in innovation in any Hightech society. This topic is multi-faceted and can be accessed from different viewpoints: business, politics, legal framework, organization, etc. In this course, we will focus on:</p> <ul style="list-style-type: none"> • the introduction to Ips and patents in general, • the role of Ips and patents in research, development and (open) innovation, • the patent exploitation through licensing contracts and patent pools, the patent policies in the European Union, China and USA. 	
6	Learning objectives and skills	<p>The students:</p> <ul style="list-style-type: none"> • learn to understand the role of patenting in the innovation process, • gain deeper insights into the roles of IP in various types of businesses, study the role of IP and patents in different regions and contexts (Asia, United States, Europe). 	
7	Prerequisites	None	
8	Integration in curriculum	semester: 3	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Seminar paper	
11	Grading procedure	Seminar paper (100%)	
12	Module frequency	Only in winter semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	english	
16	Bibliography	Literature will be announced and distributed in the first sessions.	

1	Module name 57173	Management von Logistik- und SCM-Projekten Management of logistics and SCM projects	5 ECTS
2	Courses / lectures	Vorlesung: Management von Logistik- und SCM-Projekten (vhb-Kurs) (4 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Christopher Münch Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann Masoud Mirzaei	

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

		<ul style="list-style-type: none"> Logistik- und SCM-Projekte fristgerecht abzuschließen und die gewonnenen Projekterfahrungen für zukünftige Projekte zu sichern <p>Die Konzeption als Selbststudium fördert zudem die Selbstorganisation und -disziplin sowie das eigenverantwortliche Zeitmanagement der Studierenden.</p>
7	Prerequisites	Keine Eine Registrierung über die vhb (www.vhb.org) ist zwingend notwendig, um den Kurs belegen zu können und um Zugang zum StudOn Kurs zu erhalten.
8	Integration in curriculum	semester: 3
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Case study Written examination
11	Grading procedure	Case study (30%) Written examination (70%)
12	Module frequency	Every semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 1 h Independent study: 149 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	Wird im Kurs bekannt gegeben

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

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

		<ul style="list-style-type: none"> • dabei theoretische Grundlagen der wert- und risikoorientierten Unternehmenssteuerung anwenden; • Handlungsfelder ableiten; • ihre Entscheidungen mit stochastischen Szenarien simulieren und die Konsequenzen von Alternativen durchdenken, bevor sie ihre Entscheidungen treffen; • Kennzahlen nutzen und Analysen von Zusammenhängen interpretieren, um die Komplexität der Unternehmenssteuerung zu handhaben; • Nachhaltigkeitsrisiken analysieren und strategische Chancen und Risiken für Versicherungsunternehmen ableiten (z.B. mit Blick auf transitorische und physische Risiken im Bereich Klima und Umwelt / Klimawandel); • ein Verständnis für auftretende Spannungsfelder bei strategischen Zielgrößen in Versicherungsunternehmen entwickeln und lernen damit umzugehen; • Anreizstrukturen für die Vorstandsvergütung zur Förderung eines nachhaltigen Unternehmenserfolgs erarbeiten; • Dimensionen der Unternehmens- und Risikokultur erarbeiten und bewerten, die wesentlich zu einem nachhaltigen Unternehmenserfolg beitragen; • im Rahmen einer Präsentation über ihre Strategie sowie die getroffenen Entscheidungen über die Geschäftsjahre berichten und diese kritisch reflektieren; • ihre Kompetenzen in der Zusammenarbeit von Teams entwickeln und Erfolgsfaktoren in der Zusammenarbeit reflektieren; • ihre Kompetenzen im Umgang mit Komplexität bei unternehmerischen Entscheidungen entwickeln.
7	Prerequisites	Keine. Die Anmeldung erfolgt per E-Mail an wiso-vwrm@fau.de unter Zusendung des Notenspiegels und des Lebenslaufs (beschränkte Teilnehmerzahl. Auswahl auf Basis der Studienleistungen und des Lebenslaufs).
8	Integration in curriculum	semester: 2;1;3
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Written or oral Electronic examination Präsentation: ca. 20 Min. Präsentationspapier: ca. 20 Seiten, zusätzlich Protokoll mit den Anteilen der Gruppenmitglieder (ca. 1 Seite). Elektronische Prüfung: 30 Min.
11	Grading procedure	Written or oral (65%) Electronic examination (35%)
12	Module frequency	Every semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h

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

1	Module name 57241	Service innovation	5 ECTS
2	Courses / lectures	Seminar: Service Innovation (4 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Dr. Natalie Breutner apl. Prof. Dr. Angela Roth Prof. Dr. Kathrin Möslein	

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

		Seminar paper approx. 7 pages Presentation approx. 10 minutes
11	Grading procedure	Presentation (30%) Seminar paper (70%)
12	Module frequency	Only in summer semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	english
16	Bibliography	Specific literature will be listed in the course

1	Module name 57310	Publishing in management journals	5 ECTS
2	Courses / lectures	Seminar: Publishing in management journals (3 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Dr. Verena Hoßnofsky	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Sebastian Junge	
5	Contents	Die Studierenden sollen den wissenschaftlichen Publikationsprozess kennenlernen. Hierfür werden die Stärken und Schwächen der Masterarbeit noch einmal detailliert betrachtet, um unter Berücksichtigung dieser Erkenntnisse die Masterarbeit in ein entsprechendes Forschungspapier zu entwickeln. Im Anschluss sollen die Studierenden, in Rücksprache mit Ihrem Betreuer, ein geeignetes Zieljournal identifizieren und ein Schreiben an die Herausgeber des identifizierten Journals (letter to the editors) formulieren.	
6	Learning objectives and skills	Das Seminarangebot richtet sich an forschungsinteressierte Studierende, die nach ihrem Masterabschluss eine akademische Karriere in Erwägung ziehen. Mithilfe des Moduls sollen die Studierenden einen Einblick in die Forschungs- und Publikationstätigkeit erhalten und die notwendigen Prozessschritte hin zu einer Veröffentlichung eines Forschungspapieres kennenlernen.	
7	Prerequisites	Das Modul kann nur belegt werden, wenn eine Masterarbeit am Lehrstuhl für Unternehmensführung parallel zu diesem Seminar geschrieben wird, bzw. bereits in einem vorangegangenen Semester absolviert wurde. Im Vorfeld ist eine Bewerbung an den jeweiligen Betreuer der Masterarbeit zu richten.	
8	Integration in curriculum	semester: 4	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Seminar paper	
11	Grading procedure	Seminar paper (100%)	
12	Module frequency	Every semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	english	
16	Bibliography	Keine	

1	Module name 57360	Recht der börsennotierten Aktiengesellschaft Law for listed joint stock corporations	5 ECTS
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Jochen Hoffmann	
5	Contents	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung: Grundlagen des Aktienrechts • Der Weg in eine börsentaugliche Rechtsform (insbes. durch Umwandlung) • Der Börsengang: rechtliche Anforderungen und Haftungsrisiken • Das Sonderrecht börsennotierter Gesellschaften: Aktien- und kapitalmarktrechtliche Pflichten • Die börsennotierte AG als Ziel eines Übernahmeangebots • Going private: Squeeze-out, echtes und kaltes Delisting 	
6	Learning objectives and skills	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erkennen die rechtlichen Anforderungen an einen Börsengang und untersuchen die sich dabei stellenden Probleme, • sind in der Lage, den Ablauf eines Börsengangs zu beschreiben und die dabei auftretenden Risiken zu bewerten, • können Fragestellungen des aktien- und kapitalmarktrechtlichen Pflichtenregimes erkennen und bewerten, • erkennen die Pflichten bei Übernahmeangeboten und sind in der Lage, einen Rückzug von der Börse zu gestalten, • wenden gewonnene Erkenntnisse auf konkrete Sachverhalte an. 	
7	Prerequisites	Die Teilnahme an der Bachelorveranstaltung Wirtschaftsprivatrecht (Recht II) oder einer vergleichbaren Veranstaltung, in der die Grundlagen des Aktienrechts behandelt werden, sowie an der Masterveranstaltung Rechtliche Grundlagen der Start up-Unternehmen wird empfohlen.	
8	Integration in curriculum	semester: 1	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written examination (90 minutes)	
11	Grading procedure	Written examination (100%)	
12	Module frequency	Only in winter semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 50 h Independent study: 100 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	
16	Bibliography	Langenbucher, Aktien- und Kapitalmarktrecht	

1	Module name 57370	Rechtliche Grundlagen der Start-up-Unternehmen Legal fundamentals for start-ups	5 ECTS
2	Courses / lectures	Vorlesung mit Übung: Rechtliche Grundlagen der Start-up-Unternehmen - Vorlesung (4 SWS) Vorlesung mit Übung: Rechtliche Grundlagen der Start-up-Unternehmen - Übung (4 SWS)	5 ECTS 5 ECTS
3	Lecturers	PD Dr. David Bartlitz David Tillmann	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Jochen Hoffmann	
5	Contents	<ul style="list-style-type: none"> • Die Wahl der Rechtsform (Anzahl und Art der Gründer, Zweck/Gegenstand des Unternehmens, Kosten/Aufwand, Kaufmannseigenschaft) • Die Gestaltung des Gesellschaftsvertrages (obligatorische und fakultative Regelungen) • Das Verfahren der Errichtung (Beratung und Beurkundung durch den Notar, Kapitalaufbringung, Anmeldung zum Handelsregister, Eintragung in das Handelsregister, Bekanntmachungen, Genehmigungsvorbehalte) • Die Beschaffung von Eigenkapital bei Investoren (Möglichkeiten der Vertragsgestaltung insbesondere bei (Venture-)Kapitalgebern) • Die Gestaltung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen • Die Gestaltung des Impressums • Datenschutzrechtliche Anforderungen an Unternehmen 	
6	Learning objectives and skills	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erkennen die verschiedenen Optionen bei der Rechtsformwahl und untersuchen die sich dabei stellenden Probleme, • sind in der Lage, einen Gesellschaftsvertrag sach- und interessengerecht zu gestalten und die dabei auftretenden Risiken sowie Folgen abzuwägen und zu bewerten, • können Fragestellungen des Errichtungsverfahrens sowie der Eigenkapitalbeschaffung erkennen und bewerten, • sind in der Lage, Allgemeine Geschäftsbedingungen, das Impressum sowie die Erhebung bzw. Verarbeitung personenbezogener Daten recht- und zweckmäßig zu gestalten, • wenden gewonnene Erkenntnisse auf konkrete Sachverhalte an. 	
7	Prerequisites	Teilnahme an den Bachelorveranstaltungen Grundlagen des öffentlichen Rechts und des Zivilrechts (Recht I) oder Wirtschaftsprivatrecht (Recht II) oder einer vergleichbaren Veranstaltung über die Grundlagen des Zivilrechts, die mit mindestens 5 ECTS bewertet wird.	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written (90 minutes)	

11	Grading procedure	Written (100%)
12	Module frequency	Only in summer semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	Kamanabrou, Vertragsgestaltung (daraus §§ 1, 2, 3, 9). Weitere geeignete Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

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

4	Module coordinator	Dr. Lydia Mammen Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	
5	Contents	In the seminar, which is supervised by Dr. Lydia Mammen (Vice President Data Analytics at adidas), the students work in groups on seminar papers on changing questions in the context of artificial intelligence, digital technologies, and data in business and management. The results are then presented, defended, and discussed at a final event.	
6	Learning objectives and skills	The students work in groups largely self-directed and autonomous. They analyze complex business issues in the context of the management of artificial intelligence, digital technologies and data in organizations. For this purpose, the students collect empirical data and review existing (scientific) literature, if necessary, and decide largely independently on the methods of analysis to be used. The goal is the development, structuring and presentation of detailed and specialized knowledge based on the current state of knowledge on the respective topic. The developed results are then jointly presented by the group in the seminar and defended in front of Dr. Mammen and Prof. Dr. Voigt.	
7	Prerequisites	None.	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Project/practical report Presentation Umfang des Projekt-/ Praktikumsberichts: 5.000 Wörter Präsentationsleistung: 20 Minuten Präsentation + 10 Minuten Diskussion	
11	Grading procedure	Project/practical report (50%) Presentation (50%)	
12	Module frequency	Every semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 60 h Independent study: 90 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	english	
16	Bibliography	None	

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Sebastian Junge	
5	Contents	Das Seminar soll Studierende dazu befähigen, sich kritisch mit aktuellen Fragestellungen des strategischen Managements auseinanderzusetzen. Durch die Einholung weitreichender Informationen (z.B. Datenerhebung), erarbeiten die Studierenden eine Lösung zu einem vorgegebenen, aktuellen Themengebiet. Die Erkenntnisse werden anschließend in einer mündlichen Prüfung dargestellt und diskutiert.	
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden erlernen, sich kritisch mit aktuellen Fragestellungen des strategischen Managements auseinanderzusetzen. Hierbei erlernen die Studierenden Informationen zielgerecht und detailliert zu beschaffen und diese lösungsorientiert aufzubereiten.	
7	Prerequisites	Keine https://www.unternehmensfuehrung.rw.fau.de/studium-lehre/aktuelle-lehre/research-projects-in-strategic-management/	
8	Integration in curriculum	semester: 1	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Oral	
11	Grading procedure	Oral (100%)	
12	Module frequency	Every semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german english	
16	Bibliography	Keine	

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Markus Beckmann	
5	Contents	<p>The seminar provides content on the basics of regenerative practices across different industries and context. The course is divided into three general blocks.</p> <p>The first block of sessions will provide context into the importance of regeneration considering the limitations of current frameworks such as corporate philanthropy, corporate social responsibility and corporate sustainability management.</p> <p>The second block of sessions will concentrate in understanding the regenerative principles, the importance of socio-ecological systems and circularity.</p> <p>The third block of sessions will focus on analysing regeneration/ circularity in practice by looking at:</p> <ul style="list-style-type: none"> i) Innovative business models that include regenerative practices and/or circularity ii) Transitions towards regeneration in agrofood systems. iii) Industrial ecology and circular practices iv) Risk management practices for climate change <p>Students will have a mid term presentation and final presentation where they will have to identify an innovative business model that integrates regeneration/circularity. In addition, they will have to document in detail the aspects of the model.</p>	
6	Learning objectives and skills	<p>At the end of the seminar students will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Criticize and frame the limits of our current system • Articulate the root causes of today's wicked problems • Describe the underlying principles of regeneration and circularity • Define characteristics of regenerative and circular enterprises • Contrast traditional enterprises with innovative business/ practices models based on regeneration and/circularity 	
7	Prerequisites	Previous courses on sustainability management are recommended but not required.	
8	Integration in curriculum	semester: 2;4	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written assignment Presentation Term paper: 25 pages, presentation: 18 minutes	
11	Grading procedure	Written assignment (50%) Presentation (50%)	
12	Module frequency	Only in summer semester	

13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	english
16	Bibliography	All necessary materials will be provided via StudOn

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Verena Tiefenbeck	
5	Contents	<p>Information systems increasingly provide the necessary tools to collect, analyze, and communicate data about individuals both in organizational and private contexts. This makes it possible to implement data-driven behavioral interventions using various devices including mobile phones, fitness trackers, or electricity smart meters. While some of these products successfully induce behavior change, others completely fail. The seminar introduces students to key concepts from behavioral economics and psychology and how to use them to build effective applications for behavior change in relevant domains including sustainability, healthcare or household spending.</p> <p>At the beginning of the semester, an introduction to the topic is provided and topics for the seminar thesis are assigned. During the semester, students work on their seminar thesis. The results are presented and discussed at the end of the semester.</p>	
6	Learning objectives and skills	<p>The research seminar prepares students for a master's thesis, so that they are able to answer a concrete research question in the field of digital transformation.</p> <p>More specifically, students</p> <ul style="list-style-type: none"> • Understand important behavioral theories • Get a first impression on theory testing • Relate the insights to practical challenges • Understand the limitations of the theories • Structure and plan a research-related assignment • Read and evaluate scientific publications • Write a scientific report • Use and cite literature sources • Present research findings to an audience 	
7	Prerequisites	None	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Seminar paper Presentation	
11	Grading procedure	Seminar paper (70%) Presentation (30%)	
12	Module frequency	Irregular	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	

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

1	Module name 57471	Digital Marketing Digital marketing	5 ECTS
2	Courses / lectures	Vorlesung: Digital Marketing (2 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	
5	Contents	In der Vorlesung analysieren die Studierenden, wie digitale Technologien das Marketing verändern und diskutieren aktuelle Erkenntnisse aus der Marketingforschung. Aufbauend auf einer umfassenden theoretischen Konzeption erwerben die Studierenden Kenntnisse über die Rolle digitaler Technologien im Marketing aus der Konsumenten- und Unternehmensperspektive. Best-Practice Beispiele von verschiedenen Unternehmen veranschaulichen die Auswirkungen digitaler Technologien im Marketing auf die Unternehmenspraxis.	
6	Learning objectives and skills	<p>In der Vorlesung werden relevante Kenntnisse, Perspektiven und Fähigkeiten vermittelt, um die Bedeutung digitaler Technologien im Marketing zu verstehen.</p> <p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> • in kritischer Weise Theorien, Terminologien, Besonderheiten und Grenzen des Einsatzes digitaler Technologien im Marketing erläutern, anwenden und reflektieren. • wichtige Chancen und Risiken beim Einsatz digitaler Technologien im Marketing identifizieren und evaluieren. • den Wert und die Auswirkungen digitaler Technologien im Marketing für Konsumenten, Unternehmen und Gesellschaft anhand aktueller wissenschaftlicher Publikationen analysieren und beurteilen. • aus einer ganzheitlichen Sichtweise forschungs- und praxisorientierte Fragestellungen zum Einsatz digitaler Technologien im Marketing auf Basis breiter und spezialisierter Forschungsmethodik ausarbeiten und bewerten. 	
7	Prerequisites	Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.	
8	Integration in curriculum	semester: 1	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Presentation Written examination (60 minutes)	
11	Grading procedure	Presentation (pass/fail) Written examination (100%)	
12	Module frequency	Every semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	

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

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	
5	Contents	In dem Seminar, welches vom Gründer und CIO (Chief Information Officer) von Flixbus (heute Flixmobility GmbH), Herrn Daniel Krauss, begleitet wird, erarbeiten die Studierenden zu wechselnden Rahmenfragestellungen des Innovationsmanagements in Gruppen Seminararbeiten. Die Ergebnisse dieser werden dann im Rahmen von einer Abschlussveranstaltung vorgetragen, verteidigt und diskutiert.	
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden erarbeiten in Gruppen weitgehend selbstgesteuert und autonom Analysen zu komplexen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen im Kontext des Innovationsmanagements, insbesondere zu den Themen Business Model Innovation und Innovationsmarketing. Hierzu führen die Studierenden ggf. empirische Datenerhebungen und Literaturrecherchen durch und entscheiden weitgehend eigenständig über die zu verwendenden Analysemethoden. Das Ziel ist die Erarbeitung, Strukturierung und Darstellung von detailliertem und spezialisiertem Wissen auf dem aktuellen Erkenntnisstand zu der jeweils ausgeschriebenen Fragestellung. Die erarbeiteten Ergebnisse werden anschließend gemeinsam von der Gruppe in dem Seminar vertreten und vor Herrn Daniel Krauss und Herrn Prof. Dr. Voigt verteidigt.	
7	Prerequisites	Keine	
8	Integration in curriculum	semester: 3	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written assignment Presentation Umfang der Hausarbeit: 5.000 Wörter Präsentationsleistung: 20 Minuten Präsentation + 10 Minuten Diskussion	
11	Grading procedure	Written assignment (50%) Presentation (50%)	
12	Module frequency	Every semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	
16	Bibliography	Kurspezifische Literatur wird im Kurs bekannt gegeben.	

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer
5	Contents	In dieser Veranstaltung werden die Charakteristika von Dienstleistungen aufgezeigt und die Instrumente sowie Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings dargestellt und diskutiert. Es wird vertiefend auf einzelne Aspekte und aktuelle Forschungsergebnisse zum Dienstleistungsmarketing eingegangen. Studierende sollen im Rahmen der Veranstaltung insbesondere die Kompetenz erwerben, eine wissenschaftliche Fragestellung eigenständig zu bearbeiten, einen Lösungsvorschlag zu unterbreiten und zu verteidigen.
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden können wissenschaftliche Grundlagen des Dienstleistungsmarketings sowie spezialisiertes und vertieftes Fachwissen erläutern, anwenden und bewerten. Im Besonderen können Sie in vertiefter und kritischer Weise zudem die Theorien, Terminologien, Besonderheiten, Grenzen und Lehrmeinungen des Faches Dienstleistungsmarketing erläutern, anwenden und reflektieren. Die Studierenden können eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher Probleme im Dienstleistungsmarketing entwickeln. Studierende können komplexe fachbezogene Inhalte klar und zielgruppengerecht präsentieren, in Diskussionen argumentativ vertreten, sowie das eigene Argumentationsverhalten in kritisch-reflexiver Weise erweitern.
7	Prerequisites	Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Kernbereich gehört, vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	Integration in curriculum	semester: 3
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Seminar paper & Präsentation - Seminararbeit: ca. 18 Seiten - Präsentation: ca. 25 Min Beide Teilleistungen sind als Gruppenleistung zu erbringen.

		Um das Seminar zu bestehen, muss jede Teilleistung mit mindestens der Note 4,0 bewertet worden sein.
11	Grading procedure	Seminar paper (100%) Diese finale Modulnote ergibt sich dabei anteilig aus: - (Schriftlicher) Seminararbeit: 60 % - Präsentation: 40 %
12	Module frequency	Only in winter semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	Wirtz, J., Lovelock, C. H. (2022): Services marketing: people, technology, strategy, 9. Aufl., Hackensack, NJ. Zeithaml, V.A., Bitner, M. J., Gremler, D. D. (2021): Services marketing: integrating customer focus across the firm, 4. Aufl. (europäische Edition), Dubuque.

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer	
5	Contents	<ul style="list-style-type: none"> • Theoretische Grundmodelle des Kundenmanagements • Operative und strategische Prozesse der Kundenannäherung • Operative und strategische Prozesse der Kundengewinnung • Operative und strategische Prozesse der Kundenpflege • Management der Prozesse des Kundenmanagements 	
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden können wissenschaftliche Grundlagen sowie spezialisiertes und vertieftes Fachwissen anhand der Prozesse, Instrumente und Prinzipien des Kundenmanagements erläutern und anwenden. Im Besonderen können sie in vertiefter und kritischer Weise Theorien, Terminologien, Besonderheiten, Grenzen und Lehrmeinungen des Faches erläutern, anwenden und reflektieren. Studierende können eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher und praktischer Probleme im Bereich des Kundenmanagements anhand von Fallstudien entwickeln und anwenden.	
7	Prerequisites	keine	
8	Integration in curriculum	semester: 3	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written examination (60 minutes)	
11	Grading procedure	Written examination (100%)	
12	Module frequency	Only in winter semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	
16	Bibliography	Diller, H., Haas, A., Ivens, B. (2005), Verkauf und Kundenmanagement, Stuttgart.	

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Andreas Fürst	
5	Contents	<ul style="list-style-type: none"> • Theoretische Grundlagen, Konzept & Abgrenzung • Technologie, Software und Datenschutz • Kundenwert-Modellierung und Word of Mouth-Marketing • Praxisbeispiele & Cases Consumer Relationship Marketing • Zusammenarbeit mit einem hochrangigen CRM-Experten • Trends im Consumer Relationship Marketing 	
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden können Consumer Relationship Marketing (b2c) inhaltlich-konzeptionell klar einordnen und CRM (b2c) in seinen vielfältigen Facetten eindeutig abgrenzen zu verwandten Konzepten und Ansätzen. Sie können CRM (b2c) zudem in seiner daten-, technologie- und datenschutzbezogenen Komponente fundiert erläutern und kritisch reflektieren. Die Teilnehmenden können eigenständige Ideen und Konzepte zur Entwicklung und Anwendung von Consumer Relationship Marketing anhand von Fallstudien entwickeln und anwenden.	
7	Prerequisites	Keine; Die Teilnehmendenzahl ist begrenzt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Discussion contribution Presentation	
11	Grading procedure	Discussion contribution (50%) Presentation (50%)	
12	Module frequency	Only in summer semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	
16	Bibliography	Cornelsen, Jens: Kundenwertanalysen im Beziehungsmarketing, Nürnberg 2000.	

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

4	Module coordinator	Prof. Dr. Sebastian Junge	
5	Contents	In this seminar, the students interactively define, explore, and challenge use cases and applications for Artificial Intelligence in the (corporate and business) strategy process. Almost daily new AI software is released, which potentially can be beneficial in the strategy process. However, the selection and the right application are a prerequisite for useful and unbiased results. In this seminar use cases are defined together and the results will be presented and discussed.	
6	Learning objectives and skills	<p>The goal of this seminar is the search, practical application, and critical reflection of various AI tools on real-life uses cases.</p> <p>The student groups develop analyses on various use cases and collectively provide an overview on the current status quo of AI tools and how to approach them. The focus lies on experimenting together how AI tools can bring value to the selected examples.</p> <p>The module furthermore aims to develop the students' understanding of and capability to use (generative) AI in a business environment and to solve a set of specific problems. This includes, among others, the right application and input (e.g., prompts) as well as the critical reflection of the output.</p>	
7	Prerequisites	<p>None</p> <p>The number of participants is limited to a maximum of 25 students. The application period will be announced via the chair's homepage or StudOn.</p> <p>https://www.unternehmensfuehrung.rw.fau.de/studium-lehre-2/aktuelle-lehre/strategy-ai/</p>	
8	Integration in curriculum	semester: 1;3	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Seminar paper and presentation Presentation & Seminar paper	
11	Grading procedure	Seminar paper and presentation (100%) Presentation (80%), Seminar paper (20%)	
12	Module frequency	Only in winter semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 24 h Independent study: 126 h	
14	Module duration	1 semester	

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

1	Module name 65985	Advanced Business Analytics Seminar Advanced business analytics seminar	5 ECTS
2	Courses / lectures	Seminar: Advanced Business Analytics Seminar (2 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers		

4	Module coordinator	Dr. Pavlina Kröckel	
5	Contents	<p>The problems faced by decision makers in today's competitive business environment are complex and multi-faceted, and often require skills that go beyond theoretical data science knowledge. Solving such problems effectively requires the employment of a structured approach to business problem-solving.</p> <p>Advanced Analytics is defined by Gartner as <i>"the autonomous or semi-autonomous examination of data or content using sophisticated techniques and tools, typically beyond those of traditional business intelligence (BI), to discover deeper insights, make predictions, or generate recommendations."</i></p> <p>Advanced Analytics refers to the fields of Machine Learning, Predictive Analytics, Process Mining, Text Mining, and Social Network Analysis, to name a few. It is presumed that participants are familiar with the theoretical concepts from one or more of the mentioned data science areas. The focus of the seminar is on the application of those concepts on given use cases from industry.</p> <p>This course is mostly organized as a self-study. Work will be done in groups of three to five students.</p> <p>All topics are presented and explained in the kick-off session, as well as organizational issues and other relevant information.</p> <p>Teams will have to present their progress on the chosen topic.</p>	
6	Learning objectives and skills	<p>Students gain practical skills in extracting and manipulating structured and unstructured data, executing methods for descriptive, predictive, or prescriptive analysis, and effectively interpreting and presenting analytic results. Thus, students do not only get hands-on technical experience but also gain domain knowledge and learn soft-skills relevant for data scientist (e.g., teamwork, critical thinking, storytelling).</p> <p>For students without technical knowledge, we will also offer topics requiring literature review, case study analysis or conceptual design.</p> <p>Whenever possible, we assign topics that are currently important for our cooperation partners.</p>	
7	Prerequisites	<p>For the technical topics:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Students should have at least introductory level data mining and machine learning knowledge. • Preference is given to students who have taken the Business Intelligence lecture offered in the summer semester. <p>For non-technical topics: no pre-requisites.</p> <p>Registration via StudOn is required. The registration period is announced for each semester and all students who register in this</p>	

		timeframe have equal chances to be admitted. Thus, an early registration does not guarantee a place in the seminar.
8	Integration in curriculum	semester: 2
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	<p>Seminar achievement</p> <ul style="list-style-type: none"> • The seminar is mostly organized online. Presence (online) is expected during the kick-off lecture in the beginning of the semester, the mid-term presentations and other appointments individually arranged with the topic supervisor. • Participation in the mid-term presentation is mandatory. If this condition is not fulfilled, further participation in the seminar will not be allowed.
11	Grading procedure	<p>Seminar achievement (100%)</p> <p>The grade is based on the final presentation and participation and engagement during the semester.</p>
12	Module frequency	Every semester
13	Workload in clock hours	<p>Contact hours: 30 h</p> <p>Independent study: 120 h</p>
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	english
16	Bibliography	Relevant literature will be given during the seminar.

1	Module name 54324	Climate Policy	5 ECTS
2	Courses / lectures	Seminar: Climate Policy (2 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Johan Lilliestam	

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

		<p>and that these, and economic growth in general, are entirely incompatible with climate protection: only consuming radically less will help. Such fundamental issues come to the fore in climate and energy policy discussions and debates. This course is about all that.</p> <p>The course will meet once per week, with a reading before each class. Typically, this will be 1-3 articles, book chapters or reports on a topic related to the topic of the class, making the reading essential for the class. We will read two entire books, which will form the foundation for the seminar series, and each of the books will be the basis for essays to be written and handed in during the semester. The entire course will be the basis for the final essay, written in presence.</p> <p>All seminars will take place in Lange Gasse, room 5.155, each Monday at 13.00-14.45.</p>
6	Learning objectives and skills	<p>Students successfully finishing this course have the ability to evaluate energy and climate policy arguments made by politicians, experts, and academics with a critical eye, informed by knowledge of history, an understanding of the theoretical underpinnings and the empirically observed effects of different strategies. Students are able to understand and deconstruct the energy and climate policy debate that is currently raging in Germany, Europe and internationally, and create their own solutions. Thereby, they will be able to step into for example a research institute, an NGO or government agency involved in energy policy, policy analysis or political advocacy, and immediately be able to make an informed and creative contribution.</p>
7	Prerequisites	None
8	Integration in curriculum	semester: 1;3
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Seminar paper
11	Grading procedure	<p>Seminar paper (100%)</p> <p>The grade is based on the grades of three essays:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Essays 1 (10%) and 2 (25%), each max 1000 words, written at home as open-book exams • Essay 3 (65% of the final grade), max 1500 words, will be written in presence as closed-book exam, on a given topic. The topic will be known to students in advance.
12	Module frequency	Only in winter semester

13	Workload in clock hours	Contact hours: 40 h Independent study: 110 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	english
16	Bibliography	<p>All required readings except the books will be supplied online. The books of Dryzek (Print), Nordhaus and Patt (e-books) are available from the library.</p> <p>Books</p> <p>Mandatory (as input for the essays):</p> <ul style="list-style-type: none"> • William Nordhaus (2015): The Climate Casino. Risk, uncertainty, and economics of a warming world, Yale University Press, New Haven. • Anthony Patt (2015): Transforming Energy. Solving climate change with technology policy, Cambridge University Press, New York. <p>Recommended (selected chapters are mandatory for classes):</p> <ul style="list-style-type: none"> • John Dryzek (2021): The politics of the Earth, OUP Oxford, Oxford. <p>Mandatory reading for each class</p> <p>Will be provided in online well in advance of each class.</p>

1	Module name 57453	Branchen- und themenspezifisches Nachhaltigkeitsmanagement Industry and issue specific sustainability management	5 ECTS
2	Courses / lectures	Seminar: Perspektiven des Nachhaltigkeitsmanagements - ein Debattierseminar (2 SWS) Es besteht Anwesenheitspflicht.	5 ECTS
3	Lecturers	Marlene Lasthaus Julia Pompe	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Markus Beckmann	
5	Contents	<p>Das Debattier-Seminar „Perspektiven des Nachhaltigkeitsmanagements“ soll die Kompetenzen der Studierenden zur kritischen Reflektion mittels Nachhaltigkeitsdebatten und der Nutzung von KI bei der Meinungsbildung stärken.</p> <p>Im Seminar werden wir zunächst anhand von systemtheoretischen Betrachtungen veranschaulichen, dass vermeintlich „einfache“ Lösungen oft komplizierter sind und aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet und systemisch bewertet werden müssen. Danach werden vier Themenkomplexe abgeleitet, die für eine nachhaltige Entwicklung relevant sind, die aber auch ambivalent diskutiert werden (z.B. Kreislaufwirtschaft, Growth vs. Degrowth). Zu diesen Themen werden wissenschaftlich fundierte Grundlagen, auch über Gastvorträge, vermittelt.</p> <p>Um unterschiedliche Perspektiven auf die Themen zu entwickeln, werden mit Hilfe des Persona-Konzepts Rollen geschaffen, die gegensätzliche Positionen zu den polarisierenden Themen haben können. Die Studierenden werden zufällig einer Rolle und einer Gruppe, die eine vorgegebene Fragestellung zu einem der vier Themenkomplexe behandelt, zugeteilt. Auf Grundlage der Rolle und der Fragestellung bereiten die Studierenden dazu passende Argumente vor. Diese Argumente sollen explizit mithilfe von ChatGPT und SciteAI, aber auch in Social Media recherchiert werden. Anschließend diskutieren die Studierenden jeweils in ihrer Rolle gemeinsam mit den Personen aus ihrer Themengruppe über die vorgegebene Fragestellung. Dazu werden im Vorfeld Methoden des Debattierens und der Rhetorik vermittelt.</p> <p>Neben der Debattenleistung sollen Studierende ihr Diskussionsthema in einer Hausarbeit in den systemtheoretischen und interdisziplinären Kontext einordnen und ihre eigene Debattierrolle reflektieren.</p>	
6	Learning objectives and skills	<p>Am Ende des Seminars sind die Studierenden in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nachhaltigkeitsthemen aus unterschiedlichen Perspektiven zu analysieren und zu reflektieren; • methodisch fundierte und strukturierte Debatten/Diskussionen zu führen; 	

		<ul style="list-style-type: none"> • ihre wissenschaftlichen Forschungskompetenzen anzuwenden; • KI-Tools kritisch und konstruktiv anzuwenden; • Soft Skills wie strukturierte Teamarbeit und professionelle Präsentationen anzuwenden.
7	Prerequisites	<ul style="list-style-type: none"> • Bereits besuchte Kurse zum Nachhaltigkeitsmanagement sind von Vorteil; • Bereitschaft zur aktiven Teilnahme an diskursiven Formaten; • Interesse an aktuellen und auch kontroversen Nachhaltigkeitsthemen; • Bereitschaft zum Perspektivwechsel und damit verbundene Einnahme verschiedener Rollen; • Motivation zur selbständigen Arbeit in einem Team.
8	Integration in curriculum	semester: 3;1
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	<p>Presentation Written Analyse eines aktuellen, kontroversen Nachhaltigkeitsthemas; Vorbereitung einer dazugehörigen, legitimen Position; Darlegung dieser in einem diskursiven Format. Zusammenfassende Reflexion der Debatte im Nachgang.</p>
11	Grading procedure	<p>Presentation (70%) Written (30%) Entspricht der Teilnahme an einer Debatte (70%) und einem Reflexionsessay (30%).</p>
12	Module frequency	Every semester
13	Workload in clock hours	<p>Contact hours: 30 h Independent study: 120 h</p>
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	Alle notwendigen Materialien werden über StudOn zur Verfügung gestellt.

1	Module name 57478	Digitale Industrie - Industrielle Plattformen und KI, Industrial Metaverse und Industrie 5.0 Digital Industries - Industrial Platforms and AI, Industrial Metaverse and Industry 5.0	5 ECTS
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers. <i>Nicht belegbar für Studierende, welche bereits das Modul 54751 "Management von Industrie 4.0" belegt haben</i>	
3	Lecturers	-	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	Contents	In dieser Veranstaltung wird ein eingehender Einblick in das Themengebiet der digitalen Industrie geboten, wobei der Fokus auf wirtschaftswissenschaftlichen Fragestellungen und den aktuellen Entwicklungen industrieller Technologien liegt. Es werden praxisrelevante Fragestellungen auf operativer und strategischer Ebene betrachtet, die Unternehmen im Zuge der weitreichenden Digitalisierung ihrer Geschäftsprozesse bewältigen müssen. Zugleich stützt sich die Veranstaltung auf aktuelle Forschungsergebnisse zu relevanten Zukunftstechnologien und Schnittstellen zwischen Wirtschaft und Technik, um eine Brücke zwischen wissenschaftlichen Erkenntnissen und praktischer Anwendung zu schlagen. Besonderes Augenmerk wird dabei auf die wirtschaftlichen Auswirkungen von Technologien wie industriellen Plattformen, Künstlicher Intelligenz, dem Industrial Metaverse sowie dem Paradigma der Industrie 5.0 gelegt. Diese Themen werden im Kontext ihrer Bedeutung für das industrielle Management vertieft untersucht.
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden werden dazu befähigt, ein umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Stand des industriellen Managements zu erlangen. Durch eine vertiefte Analyse des Themas Digitale Industrie erhalten sie einen detaillierten Einblick in den aktuellen Transformationsprozess von Industrieunternehmen, der in einem breiten interdisziplinären Feld stattfindet. Sie erwerben analytische und konzeptionelle Fähigkeiten, die es ihnen ermöglichen, komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen eigenständig zu bearbeiten und auf aktuelle, praxisrelevante Themen anzuwenden. Darüber hinaus werden sie dazu angeregt, kritisch über die Auswirkungen von Technologien auf die Industrie nachzudenken und innovative Lösungsansätze zu entwickeln.
7	Prerequisites	Keine
8	Integration in curriculum	semester: 3
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Written examination (60 minutes)

11	Grading procedure	Written examination (100%)
12	Module frequency	Only in winter semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	<p>Obermaier, R. (Hrsg.): Industrie 4.0 als unternehmerische Gestaltungsaufgabe. Betriebswirtschaftliche, technische und rechtliche Herausforderungen, Wiesbaden, 2017.</p> <p>Voigt, K. I., & Müller, J. M. (Eds.). (2021). <i>Digital Business Models in Industrial Ecosystems: Lessons Learned from Industry 4.0 Across Europe</i>. Springer Nature.</p>

1	Module name 57459	Workshop sustainability reporting research	5 ECTS
2	Courses / lectures	Seminar: Workshop sustainability reporting research Participation in all sessions expected.	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Marvin Nipper	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Marvin Nipper
5	Contents	In this seminar, students present and discuss sustainability reporting research papers recently published in high-tier journals.
6	Learning objectives and skills	Students critically evaluate top-tier research papers and craft presentations to share their insights with seminar participants. Engaging in presentations and debates, students enhance their ability to construct compelling arguments within a technical research setting while contributing and receiving valuable feedback during open discussions. Furthermore, students develop proficiency in evaluating quantitative methods employed in current empirical research papers.
7	Prerequisites	Familiarity with sustainability subjects and empirical research helpful but not required.
8	Integration in curriculum	semester: 2;1;3
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Written or oral Präsentation und Diskussionsbeitrag <i>Es handelt sich bei Workshop sustainability reporting research um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWIWI (in der jeweils geltenden Fassung) alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWIWI eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.</i>
11	Grading procedure	Written or oral (100%) Präsentation eines Forschungspapiers (50 %) und schriftliche Diskussion eines Forschungspapiers (50 %)
12	Module frequency	Only in summer semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	Module duration	1 semester

15	Teaching and examination language	german or english
16	Bibliography	Literature and readings will be discussed in the first session.

1	Module name 57454	Weiterführende Themen in der Nachhaltigkeitsberichterstattung Advanced Topics in Sustainability Reporting	5 ECTS
2	Courses / lectures	Vorlesung mit Übung: Weiterführende Themen in der Nachhaltigkeitsberichterstattung	-
3	Lecturers	Prof. Dr. Marvin Nipper	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Marvin Nipper	
5	Contents	Dieser Kurs befasst sich mit den aktuellen Entwicklungen im Bereich der Nachhaltigkeitsberichterstattung. Nach einer Einführung in die Grundlagen und gängigsten Frameworks konzentriert sich der Kurs auf die jüngsten Änderungen durch die CSRD (insbesondere ESRS) und die EU Taxonomy. Einblicke in praktische Herausforderungen sowie aktuelle Forschungsergebnisse ergänzen den Inhalt, um insgesamt ein umfassendes Verständnis für die dynamische Landschaft der Nachhaltigkeitsberichterstattung zu vermitteln.	
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden erlangen ein tiefgreifendes Verständnis der Grundlagen, Standards und Rahmenbedingungen der Nachhaltigkeitsberichterstattung sowie der aktuellen Anforderungen durch die CSRD und die EU Taxonomy. Sie sind in der Lage, praktische Herausforderungen bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsstandards zu identifizieren und verfügen über die notwendige methodische Kompetenz, um innovative Ansätze für eine effektive Umsetzung in Unternehmen zu entwickeln.	
7	Prerequisites	Keine	
8	Integration in curriculum	semester: 2;1;3	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written examination (60 minutes)	
11	Grading procedure	Written examination (100%)	
12	Module frequency	Only in summer semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	
16	Bibliography	Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben	

1	Module name 52811	Ambulantes Management II Outpatient management II	5 ECTS
2	Courses / lectures	Seminar: Ambulantes Management II (3 SWS) Es besteht Anwesenheitspflicht.	5 ECTS
3	Lecturers	Lisa Tiller Gina-Marie Crocoll	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Oliver Schöffski	
5	Contents	<p>Im Mittelpunkt der Veranstaltung Ambulantes Management II stehen aktuelle Themenfelder der ambulanten und integrierten Versorgung (z. B. neue Versorgungsformen, usw.), wobei der Schwerpunkt auf Problemfeldern bzw. aktuellen Versorgungsherausforderungen (z. B. Sicherstellung der Versorgung im ländlichen Bereich, usw.) liegt. Ein weiterer Schwerpunkt der Veranstaltung behandelt die Vermittlung relevanter methodischer Kenntnisse (Systematische Literaturrecherche/ Review, Metaanalyse, usw.). Die Veranstaltung ist als Mischung aus herkömmlichen (Frontalvortrag) und neueren Lehrformen (z. B. Gruppenarbeit) konzipiert. Die Veranstaltung weist einen interaktiven Charakter auf, Themenstellungen müssen selbstständig erarbeitet und die erzielten Ergebnisse präsentiert werden. Die vorgestellten Ergebnisse werden schließlich mit den Mitstudierenden diskutiert und die Studierenden geben ihren Kommiliton(inn)en wertschätzendes Feedback.</p>	
6	Learning objectives and skills	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • verstehen und reflektieren die vermittelten Inhalte • können mit den erlernten Methoden umgehen und diese selbstständig auf Fragestellungen anwenden bzw. übertragen • können Literatur zu einem vorgegebenen Thema selbstständig erarbeiten und kritisch hinterfragen • können eine vorgegebene Themenstellung eigenständig bearbeiten und die Ergebnisse angemessen präsentieren • können von Studierenden vorgebrachte Ergebnisse angemessen bewerten und Feedback formulieren 	
7	Prerequisites	Die Pflichtveranstaltung Ambulantes Management I sollte vor diesem Modul belegt worden sein. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Die Anmeldung erfolgt über das Anmeldeformular (siehe Lehrstuhlhomepage), der Anmeldezeitraum wird rechtzeitig bekannt gegeben.	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written or oral Präsentation (30%) und Seminararbeit (70%)	
11	Grading procedure	Written or oral (100%)	
12	Module frequency	Only in summer semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h	

		Independent study: 105 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	Keine

1	Module name 52163	Angewandte empirische Gesundheitsökonomie Applied empirical health economics	5 ECTS
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Harald Tauchmann	
5	Contents	<p>Das Projektseminar soll an die angewandte empirische Forschung im Bereich Gesundheitsökonomik heranführen. Hierfür stehen zwei Optionen zur Wahl. Zum einen die Replikation und ggf. Erweiterung einer empirischen gesundheitsökonomischen Forschungsarbeit, die von der BetreuerIn zugewiesen wird. Zum anderen kann eigenständig eine empirische Arbeit durchgeführt werden, die sich an jeweils einem Kapitel des Lehrbuchs Jones, A. et al. (2013): Applied Health Economics orientiert. Die einzelnen Kapitel des Buches behandeln jeweils eine Fragestellung der empirischen Gesundheitsökonomik, wie z.B. Inequality in health wobei im Vordergrund steht, wie Methoden der empirischen Wirtschaftsforschung und Ökonometrie (z.B. verallgemeinerte Lorenzkurven, Probitregression für geordnete Kategorien, Intervallregression) für die Auseinandersetzung mit der jeweiligen Fragestellung verwendet und mit der Software Stata® praktisch angewendet werden können. Die TeilnehmerInnen des Projektseminars arbeiten selbständig (aber mit Unterstützung) im PC-Pool an ihrem Thema. Optional wird im Vorfeld ein Stata® Crashkurs angeboten, mit dem Stata-Kenntnisse erworben, aufgefrischt und vertieft werden können. Die TeilnehmerInnen schreiben eine Seminararbeit, in der sie ihr Vorgehen und Ihre Ergebnisse dokumentieren, und stellen diese in einem Blockseminar vor.</p>	
6	Learning objectives and skills	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • lernen für konkrete Fragestellungen der empirischen Gesundheitsökonomik relevante Methoden kennen und anzuwenden, bzw. vertiefen ihre in anderen Veranstaltungen erworbene Methodenkompetenz • erwerben die Kompetenz, eigenständig Forschungsfragen der empirischen Gesundheitsökonomie zu bearbeiten • lernen empirische Forschungsergebnisse darzustellen und zu diskutieren 	
7	Prerequisites	Solide Grundkenntnisse in Mikroökonomie und Grundkenntnisse der ökonometrischen Software Stata® sollten vorhanden sein. Zu Beginn der Veranstaltung wird optional ein Stata® Blockkurs angeboten.	
8	Integration in curriculum	semester: 3	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written or oral	
11	Grading procedure	Written or oral (100%)	
12	Module frequency	Only in winter semester	

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

1	Module name 57485	Project course: Building sustainable industry in Europe	5 ECTS
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	Module coordinator	Aksornchan Chaianong Dr. Silvia Weko
5	Contents	<p>How can European businesses develop globally competitive industries for sustainable technologies? While European firms have a head start in the “green race”, some companies and policymakers are concerned about growing competition from China, and from the US for products like electric vehicles, solar panels, batteries and more. Increasingly, governments are supporting the development of the electric vehicle industry in Europe. At the same time, there is a need to quickly decarbonize our energy systems, especially for transportation which remains heavily fossil-fuel based to address the dangerous impacts of climate change. Therefore, policies to encourage consumers to buy and use electric vehicles are also prevalent. In some cases, these different goals could come into conflict – for example, if it is cheaper to decarbonize European transport by purchasing cheaper Chinese electric vehicles.</p> <p>This course explores how European governments are supporting the transition to electric vehicles. Students will develop a research project which analyzes whether policy support is helping to both build local business and/or encourage decarbonization of the transportation sector.</p> <p>The aim of your research project will be to analyze whether support for the electric vehicle industry is effective. Once you have answered whether this policy support is effective, you will use your analysis to provide policy recommendations to your country of study.</p> <p>This will include the following steps:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gather information on past and current support measures for the electric vehicle industry • Perform basic descriptive statistical analysis of this data • Deliver insights on these policies’ impacts on consumer purchases of electric vehicles and on electric vehicle manufacturing and innovation • Provide evidence-based policy recommendations to the EU and European countries

		<p>You do not need to have a background in data analysis or policy analysis to take this course. Once you have gathered your policy data, we will provide hands-on training in descriptive statistical analysis. We then offer training in either qualitative or quantitative methods, which you will use for your project report.</p> <p>The research approach and methods will be taught in two full-day blocks (on Fridays). Students must attend these classes to learn how to complete the resesarch project.</p>
6	Learning objectives and skills	<p>By the end of this course, students will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Explain basic facts about electric vehicles manufacturing and use • List policies that can influence industry development and technology adoption • Apply theories about industrial policy to the case of the electric vehicle industry • Develop hypotheses about how policy support may influence industry development and technology adoption • Categorize and assess the contents of support policies • Analyze the impact of support policies on electric vehicle adoption and industry development • Create policy recommendations for how the transition to electric mobility can be accelerated • Effectively communicate policy recommendations
7	Prerequisites	Good command of English, and commitment to attend all classes.
8	Integration in curriculum	no Integration in curriculum available!
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192 This course is only offered during the Winter Semester 2024.
10	Method of examination	Written or oral
11	Grading procedure	Written or oral (100%) The grade is based on a student presentation (50%) and a project report (50%).
12	Module frequency	Irregular
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	english
16	Bibliography	

1	Module name 57481	Energy transition analysis: Bridging techno-economic, business, and policy perspectives	5 ECTS
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	Module coordinator	Aksornchan Chaianong	
5	Contents	<p>The energy sector is undergoing a deep transformation driven by technological innovation, market dynamics, and policy interventions. This course will provide a comprehensive interdisciplinary analysis of the energy transition, focusing on the interactions between techno-economic, business models/markets, and policy analysis.</p> <p>Through lectures and exercises, students will learn how to assess the economic feasibility, business model/market potential, and policy impacts/implications of different clean energy projects, such as (but not limited to) renewable energy, energy storage, and hydrogen. Topics included are listed below.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Techno-economic analysis: principles of costs and benefits, financial modeling, and investment analysis of a particular clean energy project. • Business model/market analysis: business models, market opportunities and challenges, and potential barriers to adoption. • Policy evaluation: impacts of the policy instruments on the project feasibility and investment attractiveness. <p>The course will also emphasize the application of analytical tools to real-world case studies, enabling students to understand how to combine these tools effectively for energy transition assessment. At the end, we will discuss how to derive policy recommendations based on the evaluation results.</p>	
6	Learning objectives and skills	<p>At the end of the course, the students are able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Develop a deep understanding of the multifaceted nature of the energy transition. • Conduct an energy transition analysis from interdisciplinary perspectives, considering techno-economic factors, market dynamics, and policy implications. • Apply/combine concepts and tools to solve real-world problems related to clean energy adoption in different contexts. • Formulate policy recommendations to address challenges and opportunities in the energy transition. 	
7	Prerequisites	Good command of English (written and spoken).	

8	Integration in curriculum	no Integration in curriculum available!
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192 Elective outside WiSo for Energy Technology and Clean Energy Processes.
10	Method of examination	Written or oral One <i>individual seminar paper</i> (max. 5,000 words) <ul style="list-style-type: none"> Each student must choose at least one clean energy project in a specific area/country to be covered in the paper. They must develop arguments based on three perspectives (techno-economic, business/market, and policy) discussed in the class to show whether this area/country should adopt this project and what the actionable insights and policy recommendations would be. One <i>individual 15-minute presentation</i> during the classes <ul style="list-style-type: none"> Each student must present their work in progress on the seminar paper. They must present the results from at least one (out of three) of the abovementioned perspectives. Moreover, they are required to briefly talk about their plans to approach the remaining analysis perspectives.
11	Grading procedure	Written or oral (100%) Seminar paper (60%) Presentation (40%)
12	Module frequency	Only in winter semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 60 h Independent study: 90 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	english
16	Bibliography	Will be announced during the course.

1	Module name 57486	Energy policy instruments	5 ECTS
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Johan Lilliestam	
5	Contents	<p>With the adoption of the Paris Agreement, almost all countries have committed themselves to contributing their share to limiting the global temperature to well below 2 degrees, implying a commitment to a carbon-neutral global economy by mid-century. In terms of emission reductions, one cannot say that it has gone well: globally, greenhouse gas emissions are still increasing. This is largely caused by economic growth and industrial development in emerging countries, causing a hunger for energy that is often satisfied with fossil fuels.</p> <p>In the industrialised world, however, emissions decrease (after having increased A LOT during the 20th century, of course!). In Europe, emissions have decreased by some 30% compared to 1990, and the European Union met its 2020 climate target. Evidently, it is possible to bend the emissions curve. Particularly the energy sector – responsible for some 2/3 of global greenhouse gas emissions – starts seeing radical changes, both through the rise of very cheap renewable energy technologies and efficiency measures. In Europe, at least some policy efforts appear to have worked: emissions and energy demand are decreasing, and European (together with a handful of other countries’) policies have contributed to making renewables technologically and economically viable, putting Europe and all other countries in a position where complete energy system decarbonisation may be feasible.</p> <p>In this course, we will explore the instrumentation of climate policy in the energy sector, especially on the European and national levels. This is a very controversial field, both in Brussels (e.g. Green Deal vs. emissions trading!), and in national capitals (recall debates of electric car mandates vs “technology-neutrality”, or the debacle of the German heating law!). The outcome of these debates will not only determine Europe’s climate footprint, but also its industrial future: <i>HOW</i> to decarbonise energy is one of biggest issues of our time.</p> <p>The course will centre on historical and prospective policy analysis of energy policy instruments, drawing on concepts, theories and evaluation frameworks from various disciplines, including environmental, behavioural and evolutionary economics, as well as political science. We will go far beyond</p>	

		<p>the conventional economics-centred definition of “climate policy” as global treaties and carbon pricing, and look at the broad set of measures that affect the chances to decarbonise energy, with a focus on the European context and drawing lessons from successes. In this course, we will</p> <ul style="list-style-type: none"> • create solutions to take us from today’s fossil-based system to a carbon-neutral energy future in Europe, by • investigating different types of energy policy instruments, their theoretical roots, historical and expected future effects; • analysing the actual performance of these instruments through case studies of both successful and failed historical cases, in order to understand how instrument design affects success chances, but also how instruments differ in both scope and aim. <p>The course is a <i>flipped classroom</i> course, with extensive preparations needed – both reading and watching the input presentations for each class (see below) – and entirely interaction-based meetings in class. In the class meetings, we will be working together and in groups to solve case problems taken from real-world situations in European energy policy, from heat decarbonisation in Finland to wind power deployment in France, from electric car chargers in Nürnberg to building bikelanes in Amsterdam.</p> <p>The main input format for each seminar day will be presentations by students, for each block 3-5 presentations (depending on the number of students) of 15-20 minutes each, focusing either on the theoretical embedding of the class or on describing and evaluating real-world cases in which the instrument has been implemented. The presentations will be graded, making up a part of your final grade. All students will receive written feedback, as this is essential for learning and improving presentation skills.</p>
6	<p>Learning objectives and skills</p>	<p>Students understand the breadth of the climate and energy policy field, the diversity of instruments, and know how the main measure types work and interact. They are able to identify a policy and allocate it to the appropriate theoretical roots. Students are able to evaluate whether a national strategy is likely to achieve its aims, informed by knowledge of the functioning, efficiency and effectiveness of similar measures elsewhere or in the past, and can suggest alternative tools for achieving a particular energy goal. Students are able to apply knowledge about the barriers to decarbonisation in various energy sectors and the barriers addressed by specific policy measures, so as to create own proposals for decarbonisation of any energy sector or geographic context.</p>

7	Prerequisites	None
8	Integration in curriculum	semester: 1;3
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Oral
11	Grading procedure	<p>Oral (100%) The grading will be based to 1/3 on your presentation grade and 2/3 of an oral exam grade. Each student will receive an individual presentation grade and feedback, but the presentation grade will also consist (25%) of the coordination of the group of presentations of each session as a whole.</p> <p>The course will end with an oral exam of 15-20 minutes, counting 2/3 towards the final grade. At this exam, each student will be given case to solve (in advance), prepare a solution, briefly summarise it and defend it. This case will be of the format “given the policies COUNTRY has in place to decarbonise SECTOR, what should it do – to complement or replace the existing policy mix – in order to reach the 2030 target and enter a path to carbon neutrality by mid-century?”</p>
12	Module frequency	Only in winter semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	english
16	Bibliography	<p>There will be substantial reading required in preparation of each class, consisting both of academic literature and of primary policy texts. A book (M. Grubb: <i>Planetary Economics</i>) will accompany us throughout the semester. This book is available as an open access ebook. The full list of mandatory readings will be available on the course page.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <ul style="list-style-type: none"> ◦ Michael Grubb (2014): <i>Planetary Economics</i>, Routledge. • <ul style="list-style-type: none"> ◦ Reading list and texts will be provided when the semester starts. • <ul style="list-style-type: none"> ◦ An initial set of suggested readings will be recommended, but students will need to do their own research of both the theory and empirics of the case studies.

1	Module name 57487	Digital and Sustainable Industrial Ecosystems Digital and sustainable industrial ecosystems	5 ECTS
2	Courses / lectures	Seminar: Digital and Sustainable Industrial Ecosystems (4 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Julian Müller	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Julian Müller	
5	Contents	<p>This module explores the intersection of digital transformation and sustainability within industrial ecosystems. It examines how emerging digital technologies are reshaping industrial ecosystems to enhance efficiency, resilience, and environmental responsibility.</p> <p>Students will analyze how digitalization supports the development of interconnected, sustainable industrial ecosystems by facilitating resource optimization, reducing waste, and enabling circular economy practices. The course will explore concepts such as regenerative industrial value creation, emphasizing how businesses, suppliers, and stakeholders collaborate within digitalized ecosystems to achieve sustainability goals.</p> <p>Through case studies from around the world, students will understand how digital technologies will enable industrial ecosystems. Discussions will focus on regulatory frameworks, ecosystem governance, and strategies for fostering innovation and resilience in industrial ecosystems while minimizing environmental impact.</p>	
6	Learning objectives and skills	<p>Upon completion of this module, students will understand the concept of industrial ecosystems and their role in fostering sustainability and innovation. They will be able to identify key stakeholders and analyze their interactions within digital and sustainable industrial ecosystems. Students will assess how emerging digital technologies enhance efficiency, connectivity, and sustainability in these ecosystems.</p> <p>Students will gain insights into the application of circular economy principles within industrial ecosystems and explore strategies for sustainable industrial value creation. They will evaluate how digitalization contributes to reducing carbon footprints, waste, and resource consumption while examining both the economic benefits and challenges of transitioning toward digital and sustainable industrial ecosystems.</p> <p>An understanding of key policies and regulations that influence sustainable industrial ecosystems will be developed, along with an analysis of governance models that promote collaboration, innovation, and resilience from different global contexts.</p>	
7	Prerequisites	None	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Presentation	

11	Grading procedure	Presentation (100%)
12	Module frequency	Only in summer semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	english
16	Bibliography	<p>Obermaier, R. (Hrsg.) (2025). Industrie 4.0 als unternehmerische Gestaltungsaufgabe. Betriebswirtschaftliche, technische und rechtliche Herausforderungen, Springer Gabler.</p> <p>Voigt, K. I., & Müller, J. M. (Eds.). (2021). Digital Business Models in Industrial Ecosystems: Lessons Learned from Industry 4.0 Across Europe. Springer Nature.</p>

1	Module name 57489	Forschungsseminar Digital Industries Research seminar: Digital industries	5 ECTS
2	Courses / lectures	Seminar: Forschungsseminar Digital Industries (4 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Julian Müller	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Julian Müller	
5	Contents	Gegenstand der Veranstaltung ist das Themenfeld Digitalisierung der industriellen Wertschöpfung. Ziel der Veranstaltung ist es, einen Überblick über ein gewähltes Forschungsgebiet aus den genannten Forschungsfeldern zu gewinnen. Von Interesse sind dabei auch die verwendete Methodik und die erzielten Ergebnisse.	
6	Learning objectives and skills	Studierende erlernen im Rahmen des Seminars relevante Methoden für ein eigenes Forschungsprojekt. Dafür bewerten, hinterfragen und vergleichen sie wissenschaftliche Artikel und Veröffentlichungen in deutscher und englischer Sprache, die sie selbst recherchiert und ausgewählt haben. Auf Basis dieser Recherche formulieren sie begründete Hypothesen oder Forschungsfragen, die sie durch eine eigenständige qualitative oder quantitative Befragung überprüfen, beurteilen, diskutieren und interpretieren. Im Seminar reflektieren die Studierenden ihre eigenen Stärken und Schwächen im wissenschaftlichen Arbeiten und gestalten einen kontinuierlichen Lernprozess, der es ihnen ermöglicht, neue forschungsorientierte Aufgaben innerhalb der behandelten Disziplinen oder in anderen Forschungsbereichen zu bearbeiten.	
7	Prerequisites	Keine	
8	Integration in curriculum	semester: 1;2;3	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Presentation	
11	Grading procedure	Presentation (100%)	
12	Module frequency	Every semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	german	
16	Bibliography	Jeweils aktuelle kursspezifische Literatur (wird im Kurs bekannt gegeben).	

1	Module name 54361	International logistics and distribution systems	5 ECTS
2	Courses / lectures	Vorlesung: International logistics and distribution systems (vhb-Kurs) (4 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann Masoud Mirzaei	

4	Module coordinator	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	
5	Contents	<p>The aim of the course is to provide students with a comprehensive overview of operational transportation in logistics. Accordingly, the course is structured thematically as follows:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Session 1: Basics • Session 2: Special features of international transportation • Session 3: Road freight transport • Session 4: Rail freight transport • Session 5: Sea freight transport • Session 6: Air freight transport • Session 7: Comparison of modes of transport • Session 8: International infrastructural differences in transport logistics • Session 9: Influence of distribution systems on customer benefits • Session 10: Risks of international transportation • Session 11: Trends in transportation logistics • Session 12: Sustainability in transport logistics 	
6	Learning objectives and skills	<p>The course enables students to better understand and penetrate the special role of operational logistics and international transportation. The following learning objectives are envisaged:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Students will know the role of operational logistics and transportation in an international context and understand country- and industry-specific characteristics. Through the various speakers from the field, students also acquire knowledge of company-specific features in implementation. • Students know and understand the challenges and potentials of the relevant modes of transport for international flows of goods. • Building on this, students acquire the ability to plan and manage global supply chains, taking into account a wide range of ancillary conditions (e.g. safety requirements for hazardous goods or the respective value/volume ratio of the product). • Students are able to apply the relevant methods for the selection and design of transport and load carriers and understand the connection between the selection decision and the customer benefit. <p>The self-study concept also promotes self-organization and self-discipline as well as independent time management on the part of the students.</p>	

7	Prerequisites	Registration via the vhb (www.vhb.org) is mandatory in order to take the course and to gain access to the StudOn course.
8	Integration in curriculum	semester: 3
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192
10	Method of examination	Written examination (60 minutes)
11	Grading procedure	Written examination (100%)
12	Module frequency	Every semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 1 h Independent study: 149 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	english
16	Bibliography	Will be announced in the course

1	Module name 57126	Digital behavioral data	5 ECTS
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Adrian Meier	
5	Contents	<p>In this seminar, students will be introduced to working with digital behavioral data (DBD). DBD refers to digital traces of human behavior that are knowingly or unknowingly left in online environments (e.g., social media, messengers, entertainment media, or digital collaboration tools). These rich data are increasingly available to social scientific research in the public interest but can also be used to derive strategic insights for business decisions. Students will learn how to work with DBD alongside the entire research process, from data collection, preprocessing and analysis, to reporting and provision (e.g., via open science tools).</p> <p>Students will first get a comprehensive overview of the ways in which DBD can be collected (e.g., APIs, usage logging, mock-up virtual environments, or data donations), as well as the requirements for data protection, research ethics, and data quality. Afterwards, students will practice and apply their newly gained knowledge in small projects on use cases from media and communication research. In doing so, they learn about key computational methods via which large digital behavioral datasets (e.g., texts, images, usage behavior logs) can be processed and analyzed.</p> <p>By completing this module, participants will get an up-to-date overview and practical insights into how to harness the potential of observational data traces to better understand media users' behavior in digital environments.</p>	
6	Learning objectives and skills	<p>Students will</p> <ul style="list-style-type: none"> • overview and understand central opportunities of DBD and accompanying challenges for data collection and preprocessing • evaluate the strengths and weaknesses of different ways of collecting DBD • get to know and understand central requirements for data protection, research ethics, and data quality • get to know and overview key computational social science methods to analyze DBD • practice and apply knowledge on DBD, statistics, and data analysis in small projects of their own 	
7	Prerequisites	Interest in social scientific perspectives on media, communication, and digital technologies.	

		<p>Basic knowledge of working with statistical software such as Stata, R, Python, or SPSS is required.</p> <p>Students are recommended, but not required, to also visit the lecture <i>Data Science: Foundations, Tools, Applications in Socio-Economics and Marketing</i>.</p> <p>Registration takes place via StudOn.</p>
8	Integration in curriculum	no Integration in curriculum available!
9	Module compatibility	<p>Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192</p> <ul style="list-style-type: none"> • Module in MSc Socioeconomics, in the specializations “Data Science” and “Market and Media Research” • Module in MSc Marketing, in module group “Marketing”
10	Method of examination	Portfolio Portfolio
11	Grading procedure	Portfolio (100%) Portfolio (100%)
12	Module frequency	Only in winter semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 50 h Independent study: 100 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	<p>Engel, U., Quan-Haase, A., Liu, S. X., & Lyberg, L. (Eds.). (2022). Handbook of computational social science: Theory, case studies and ethics (Vol. 1). Routledge.</p> <p>Engel, U., Quan-Haase, A., Liu, S. X., & Lyberg, L. (2022). Handbook of computational social science: Data science, statistical modelling, and machine learning methods (Vol. 2). Routledge.</p> <p>GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften. (2022). Digitale Verhaltensdaten. https://www.gesis.org/institut/digitale-verhaltensdaten</p> <p>Salganik, M. J. (2019). Bit by bit: Social research in the digital age. Princeton University Press.</p> <p>van Atteveldt, W., Trilling, D., & Arcila Calderón, C. (2022). Computational analysis of communication: A practical introduction to the</p>

analysis of texts, networks, and images with code examples in Python and R. Wiley Blackwell.

1	Module name 54101	Strategic communication	5 ECTS
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Adrian Meier
5	Contents	In diesem praxisbezogenen Seminar entwickeln Studierende eigenständig Kommunikationsstrategien & -konzepte. Dabei kooperieren wir mit Partnerorganisationen aus Wirtschaft und Gesellschaft wie Unternehmen, NGOs, Vereinen oder Gewerkschaften. Studierende erlernen den Prozess der Entwicklung eines strategischen Kommunikationskonzeptes von der Analyse der Ausgangslage bis zur Vorstellung des Kommunikationsprogrammes vor der Partnerorganisation. Studierende lernen dabei praktische Problemstellungen zu lösen und Kommunikationsmaßnahmen an einer übergeordneten Strategie auszurichten.
6	Learning objectives and skills	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erwerben fundierte Kenntnisse aus verschiedenen Bereichen der strategischen Kommunikation, z.B. Kommunikationsstrategien, Nutzung, Rezeption und Wirkung strategischer Kommunikation • erwerben durch die Auseinandersetzung mit dem Thema und die regelmäßige Diskussion mit Mitstudierenden, Fachvertretern und Berufspraktikern Problemlösungs-, Kommunikations- und Medienkompetenzen, die Bedeutung für unterschiedliche Berufsfelder im Bereich Kommunikation und Medien besitzen • entwickeln die Fähigkeit, strategische Kommunikationsprozesse und -probleme zu analysieren und Lösungen diskursiv zu behandeln • sind in der Lage, auf Basis eines Briefings eines realen Auftraggebers eine Analyse der Kommunikationssituation zu erarbeiten und die Aufgabenstellung mit dem Auftraggeber zu konkretisieren • können auf Basis des Briefings eine Kommunikationsstrategie entwickeln. • können die Kommunikationsstrategie in einen Maßnahmenplan überführen und für verschiedene Zielgruppen einen integrierten Maßnahmenplan erstellen • wissen, wie die Kommunikationsziele überprüft werden können

		<ul style="list-style-type: none"> • können das entwickelte Kommunikationskonzept überzeugend beim Auftraggeber präsentieren •
7	Prerequisites	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	Integration in curriculum	semester: 3
9	Module compatibility	<p>Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192</p> <ul style="list-style-type: none"> • MSc Sozialökonomik mit Schwerpunkt „Markt- und Medienforschung“ • MSc Sozialökonomik Vertiefungsbereich • MSc Arbeitsmarkt und Personal Vertiefungsbereich • Wahlbereiche in MSc-Studiengängen Marketing, Management, IBS und MIGG
10	Method of examination	<p>Case study</p> <p>Fallstudie(n)</p>
11	Grading procedure	<p>Case study (100%)</p> <p>Fallstudie(n) (100%)</p>
12	Module frequency	Only in winter semester
13	Workload in clock hours	<p>Contact hours: 30 h</p> <p>Independent study: 120 h</p>
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	<p>Blank, C. (2022). <i>Das Kommunikationskonzept Einführung in die Entwicklung von Kommunikationskonzepten – In zehn Schritten zum Erfolg</i>. Springer Gabler.</p> <p>Bruhn, M., Esch, F.-R., & Langner, T. (Eds.). (2016). <i>Handbuch Strategische Kommunikation: Grundlagen – Innovative Ansätze – Praktische Umsetzungen</i>. Springer Fachmedien Wiesbaden.</p> <p>Hansen, R. & Schmidt, S. (2011). <i>Konzeptionspraxis: Eine Einführung für PR- und Kommunikationsfachleute</i>. 5. Aufl. FAZ Buch.</p> <p>Schmidbauer, K. & Knödler-Bunte, E. (2004). <i>Das Kommunikationskonzept. Konzepte entwickeln und präsentieren</i>. University press, UMC Potsdam.</p>

1	Module name 57129	Kommunikation in der digitalen Arbeitswelt Communication in the digital work environment	5 ECTS
2	Courses / lectures	Seminar: Kommunikation in der digitalen Arbeitswelt (2 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers	Prof. Dr. Adrian Meier	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Adrian Meier	
5	Contents	<p>Digitale Medien und Kommunikation durchdringen nahezu alle Aspekte unseres täglichen Lebens, insbesondere in einer zunehmend digitalisierten Arbeitswelt. Diese Entwicklung bietet Unternehmen und Mitarbeiter:innen vielfältige Möglichkeiten der organisationsinternen Kommunikation, stellt sie jedoch auch vor große Herausforderungen. Digitale Technologien (z. B. AI, Social Media, Videochat, Big Data) versprechen effizientes Management und Kollaboration in (virtuellen) Teams. Allerdings konfrontieren sie Organisationsmitglieder auch mit digitalem Stress, Erreichbarkeitsdruck, Entgrenzung und Überwachung.</p> <p>Im Seminar beleuchten wir die Kommunikation von Organisationen im Zeitalter der Digitalisierung. Im Vordergrund steht die Frage, wie digitale Technologien die Kommunikation in der Arbeitswelt verändern. Wir betrachten hierbei sowohl die strategische organisationsinterne Kommunikation (bspw. Change- oder Führungs-Kommunikation) als auch die interpersonale Kommunikation aus Perspektive der Mitarbeiter:innen (bspw. Florgespräche, Selbstpräsentation, Sozialkapital).</p> <p>Das Seminar verbindet wissenschaftliche Erkenntnisse der (digitalen) Organisationskommunikation und interpersonalen Kommunikation mit praktischen Anwendungsfällen. Teilnehmer:innen erlangen ein tiefes Verständnis dafür, wie digitale Technologien und Kommunikationsprozesse in Organisationen zusammenwirken, gesteuert und optimiert werden können.</p>	
6	Learning objectives and skills	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erwerben grundlegendes und spezialisiertes Wissen der Organisations- und interpersonalen Kommunikation • können organisationale Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung analysieren, einordnen und hinterfragen • üben durch Diskussionen mit Mitstudierenden und Fachvertreter:innen sowie durch praktische Fallanalysen die Fähigkeit, dieses Wissen in Organisationen strategisch anzuwenden • entwickeln die Fähigkeit, Prozesse und Herausforderungen der internen Organisationskommunikation zu analysieren, kritisch einzuordnen und Lösungen diskursiv zu erarbeiten 	
7	Prerequisites	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.	
8	Integration in curriculum	no Integration in curriculum available!	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	

		<ul style="list-style-type: none"> • MSc Sozialökonomik mit Schwerpunkt „Bildung, Beruf und Personal“ sowie „Markt- und Medienforschung“ • MSc Sozialökonomik Vertiefungsbereich • MSc Arbeitsmarkt und Personal Vertiefungsbereich • Wahlbereiche in MSc-Studiengängen Marketing, IBS und MIGG
10	Method of examination	Written or oral Präsentation und Hausarbeit
11	Grading procedure	Written or oral (100%) Präsentation (50%) und Hausarbeit (50%)
12	Module frequency	Only in summer semester Kann im Sommersemester 2025 aus Kapazitätsgründen nicht angeboten werden. Erneutes Angebot im Sommersemester 2026.
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	<p>Duschlbauer, T., Martin, S., & Saffarnia, P. (Eds.). (2018). <i>Organisationskommunikation Organisational Communication: Vol. 1. Organisationskommunikation im Zeichen der Digitalisierung</i>. Nomos.</p> <p>Einwiller, S., Sackmann, S. A., & Zerfaß, A. (2020). <i>Handbuch Mitarbeiterkommunikation: Interne Kommunikation in Unternehmen</i>. Springer Gabler.</p> <p>Lewis, L. (2019). <i>Organizational change: Creating change through strategic communication</i> (2nd ed.). Wiley.</p> <p>Miller, K. (2015). <i>Organizational communication: Approaches and processes</i> (7th ed.). Cengage Learning.</p>

1	Module name 57461	Advanced Marketing Analytics	5 ECTS
2	Courses / lectures	Vorlesung: Advanced Marketing Analytics (2 SWS)	5 ECTS
3	Lecturers		

4	Module coordinator	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	
5	Contents	<p>Das Modul beschäftigt sich mit der Analyse, Interpretation und Reflektion erhobener Daten mittels multivariater Analyseverfahren. Durch Vermittlung von theoretischen Grundlagen und der praktischen Anwendung der Analysemethoden und -ergebnisse (z. B. durch Datenvisualisierung) mit der Statistiksoftware R wird ein Verständnis der Verfahren zur Datenanalyse, deren Voraussetzungen, Zielsetzung, Vorgehensweise und die sachgerechte Interpretation und Kommunikation der Ergebnisse generiert. Dabei werden u. a. folgende Verfahren behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regressions-, Varianz- und Mediationsanalyse • Faktoren- und Clusteranalyse • Predictive Analytics 	
6	Learning objectives and skills	<p>Die Studierenden können neben wissenschaftlichen Grundlagen spezialisiertes und vertieftes Fachwissen zu den verschiedenen Datenanalyseverfahren erläutern und anwenden. Sie sind in der Lage, eigenständig zu ermitteln, welche fortgeschrittenen statistischen Analysemethoden zur Beantwortung einer statistischen Fragestellung geeignet sind und diese Methoden anwenden. Dafür müssen sie die Eignung und Voraussetzungen zur Anwendung der Methode unter Berücksichtigung alternativer Methoden beurteilen sowie die Methode korrekt anwenden. Anschließend können die Studierenden die ermittelten Ergebnisse in Kontext setzen und im Zusammenhang mit Terminologien der Datenanalyse interpretieren und reflektieren. Auf Grundlage Ihres Wissens und einer zusätzlichen Einarbeitung in die Statistiksoftware R sind die Studierenden dazu befähigt, forschungs- oder anwendungsorientierte Projekte auf Basis der Forschungsmethodik der Datenanalyse durchzuführen. Sie können eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher und beruflicher Probleme entwickeln und diese mit Blick auf deren Bedeutung und Auswirkung reflektieren.</p>	
7	Prerequisites	Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende des Master in Marketing vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.	
8	Integration in curriculum	semester: 2	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Written examination (60 minutes)	
11	Grading procedure	Written examination (100%)	

12	Module frequency	Only in summer semester
13	Workload in clock hours	Contact hours: 30 h Independent study: 120 h
14	Module duration	1 semester
15	Teaching and examination language	german
16	Bibliography	

1	Module name 55481	Masterseminar zum Gesundheitsmanagement und der Gesundheitsökonomie Master's seminar	5 ECTS
2	Courses / lectures	Hauptseminar: Masterseminar (3 SWS) Es besteht Anwesenheitspflicht.	5 ECTS
3	Lecturers	Dr. Martin Schwandt Prof. Dr. Oliver Schöffski	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Oliver Schöffski	
5	Contents	Diese Veranstaltung ist verpflichtend an dem Lehrstuhl zu absolvieren, an dem auch die Masterarbeit geschrieben wird. Den Studierenden werden durch die Präsentation von sich in Bearbeitung befindenden Abschlussarbeiten Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens vermittelt, die in der Masterarbeit Anwendung finden. Zudem stellen Sie ihr eigenes Thema vor und müssen hier Methoden, Ergebnisse und Herausforderungen diskutieren. Daneben erhalten Sie hilfreiche Anregungen zum Projektmanagement und zur Vorgehensweise bei (praxisnahen) Masterarbeiten.	
6	Learning objectives and skills	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • erfahren, auf welche Art und Weise und mit Hilfe welcher Methoden wissenschaftliche Arbeiten angefertigt werden, • diskutieren und hinterfragen aktuelle Entwicklungen im Gesundheitswesen • stellen ihr eigenes Thema sowie die Vorgehensweise bei der Erstellung der Masterarbeit vor und lernen so, fachbezogene Positionen und Problemlösungen argumentativ zu verteidigen, • lernen Feedback zu geben und ggf. Kritik angemessen zu formulieren. 	
7	Prerequisites	Vorheriger Besuch der Module des 1.-3. Semesters Hinweis: Bitte informieren Sie sich vorab über die entsprechenden Voraussetzungen der Lehrstühle. Gegebenenfalls wird der erfolgreiche Abschluss gewisser Module vorausgesetzt. Bitte beachten Sie, dass die Teilnahme am Seminar zur Masterarbeit (20152) keinen Anspruch auf die Betreuung einer Masterarbeit am Lehrstuhl für Gesundheitsmanagement begründet.	
8	Integration in curriculum	semester: 3	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	Presentation Präsentationsleistung: Präsentation (20 Minuten) + Diskussion (10 Minuten)	
11	Grading procedure	Presentation (100%)	
12	Module frequency	Every semester	
13	Workload in clock hours	Contact hours: 45 h Independent study: 105 h	
14	Module duration	1 semester	

15	Teaching and examination language	german english
16	Bibliography	Werden zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	Module name 57110	Platform strategies	5 ECTS
2	Courses / lectures	No teaching units are offered for the module in the current semester. For further information on teaching units please contact the module managers.	
3	Lecturers	-	

4	Module coordinator	Prof. Dr. Kathrin Möslein	
5	Contents	<p>The course builds on the platform and network aspects in core strategy and aims to highlight the specific strategies for firms operating in multi-sided-markets. The course will cover most relevant concepts around platforms such as network effects, and how network effects impact/ create new business models. Core issues around platform-mediated network firms, such as standards, pricing, envelopment, and competition dynamics will be discussed.</p> <p>The course will be taught through a set of cases that ensures that participants appreciate the multi-dimensional nature of managing in network businesses.</p>	
6	Learning objectives and skills	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • can identify and unravel the business problem in a case study and actively take part in class discussions • can describe platform intermediation in two sided markets, platform dominance and Winner-takes-all dynamics • can develop strategies for creating platform mediated networks and understand pricing in these businesses 	
7	Prerequisites	None	
8	Integration in curriculum	semester: 3	
9	Module compatibility	Vertiefungsbereich Master of Science Management 20192	
10	Method of examination	<p>Written Project/practical report</p> <ul style="list-style-type: none"> • Written assignment (Individual seminar paper) approx. 3000 words • Project report approx. 1000 words (partly in group) 	
11	Grading procedure	<p>Written (50%) Project/practical report (50%)</p>	
12	Module frequency	Only in winter semester	
13	Workload in clock hours	<p>Contact hours: 30 h Independent study: 120 h</p>	
14	Module duration	1 semester	
15	Teaching and examination language	english	
16	Bibliography	<p>Klemperer, P. 2005. Network effects and switching costs. In Durlauf, S.N. & Blume, L.E. (Eds.), The new palgrave dictionary of Economics, Palgrave Macmillan. Eisenmann T., Parker, G., & Van Alstyne, M. 2006. Strategies for two-sided markets. Harvard Business Review Oct. 2006.</p>	

Hidding, G.J., Williams, J. & Sviokla, J.J. 2011. How platform leaders win, *Journal of Business Strategy*, 32, 2, 29-37. Suarez, F.F. & Kirtley, J. 2012. Dethroning an established platform, *MIT Sloan Management Review*, Summer 2012. The following books are suggested for the advanced reader on the basics on network economics. Shy O. 2001. *The Economics of Network Industries*, Cambridge University Press: Cambridge, England. Gawer A, Cusumano M. 2002. *Platform Leadership: How Intel, Microsoft, and Cisco Drive Industry Innovation*. Harvard Business School Press: Boston, MA. Evans D, Hagiu, A, Schmalensee, R. 2006. *Invisible Engines: How Software Platforms Drive Innovation and Transform Industries*, MIT Press, Boston, MA. * The cases for each lecture are to be decided.