

Modulhandbuch

Master of Business Administration (MBA) der Fachrichtungen

- **Management and Finance**
- **Management and Real Estate**
- **Management and Production**
- **Management and Communication**
- **Management and Strategic Foresight**

Stand Juni 2026

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION – MBA MANAGEMENT AND COMMUNICATION / FINANCE / PRODUCTION / REAL ESTATE / STRATEGIC FORESIGHT	
Modulübersichten der Vertiefungsrichtungen und der Pflichtveranstaltungen	
Vertiefungs- module	<u>Management and Finance</u> 4.1 Risikomanagement 4.2 Finanzökonomie <u>Management and Real Estate</u> 5.1 Immobilienökonomie 5.2 Immobilienmanagement <u>Management and Production</u> 6.1 Produktionsmanagement 6.2 Globales Supply Chain Management <u>Management and Communication</u> 7.1 Umgang mit Widerständen, Konflikten, Krisen 7.2 Kommunikation in Transformationsprozessen <u>Management and Strategic Foresight</u> 8.1 Zukünfte entwickeln und kommunizieren 8.2 Zukunftsrobuste Strategien entwickeln und kommunizieren
Pflichtmodule für alle Vertiefungen	1.1 Nachhaltige Transformation 1.2 Mensch und Natur/Planetare Grenzen 1.3 Mathematisches Denken 1.4 Strategische Vorausschau und Futures Literacy 2.1 Leadership und Ethik 2.2 Medien und Krisenkommunikation 2.3 Empirische Forschung / Betriebliches Projekt 3.2 Global Markets 3.3 Workshop: Management Science 9 Masterarbeit

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION – MBA MANAGEMENT AND COMMUNICATION / FINANCE / PRODUCTION / REAL ESTATE / STRATEGIC FORESIGHT	
Modulübersichten der Vertiefungsrichtungen	
Vertiefungs- module	<u>Management and Finance</u> 4.1 Risikomanagement 4.2 Finanzökonomie <u>Management and Real Estate</u> 5.1 Immobilienökonomie 5.2 Immobilienmanagement <u>Management and Production</u> 6.1 Produktionsmanagement 6.2 Globales Supply Chain Management <u>Management and Communication</u> 7.1 Umgang mit Widerständen, Konflikten, Krisen 7.2 Kommunikation in Transformationsprozessen <u>Management and Strategic Foresight</u> 8.1 Zukünfte entwickeln und kommunizieren 8.2 Zukunftsrobuste Strategien entwickeln und kommunizieren
Pflichtmodule für alle Vertiefungen	1.1 Nachhaltige Transformation 1.2 Mensch und Natur/Planetare Grenzen 1.3 Mathematisches Denken 1.4 Strategische Vorausschau und Futures Literacy 2.1 Leadership und Ethik 2.2 Medien und Krisenkommunikation 2.3 Empirische Forschung / Betriebliches Projekt 3.2 Global Markets 3.3 Workshop: Management Science 9 Masterarbeit

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION – MBA MANAGEMENT AND COMMUNICATION / FINANCE / PRODUCTION / REAL ESTATE / STRATEGIC FORESIGHT	
Modulbeschreibung	
Modulnummer 105-013 Code 4.1	Modulbezeichnung Risikomanagement

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (Auswahl): - Die Studierenden sind befähigt, auf der Basis finanzwirtschaftlicher Theorien selbständig sowohl Single- als auch Multi-Asset-Portfolien zu analysieren, zu bewerten und zu zielorientiert zu managen. - Bewertung und Analyse der Gründe von Unternehmenskäufen und –verkäufen vornehmen zu können. - Eine Strategie zum Kauf oder Verkauf eines Unternehmens kann eigenständig entwickelt werden - M&A-Strategien können vor dem Hintergrund finanzieller Risiken kritisch diskutiert werden. - Die Studierenden gewinnen einen Überblick über die Aufgaben des Risikomanagements. Sie verstehen den Unterschied zwischen strategischem und operativem Risikomanagement. Studierende sind in der Lage, Risiken mit sinnvollen Methoden zu bewerten und können Risikokennzahlen entsprechend interpretieren. - Interdisziplinäres Wissen aus den Bereichen interkulturelles Management und Konfliktmanagement können bei der Post-Merger-Integration eingesetzt werden. - Die Studierenden entwickeln ein „Gefühl“ für eine (eigene) sinnvolle Definition und den Einsatz des sehr facettenreichen Begriffs des RISIKOS. Sie erkennen, dass eine zu eindimensionale Risikodefinition auch Chancen im Unternehmen und Leben verschließt.. - Verhandlungen können unter Anwendung von Gesprächstaktiken geführt werden. Win-Win-Situationen können geschaffen werden, um für beide Seiten ein akzeptables Ergebnis zu erreichen.
Inhalte 1. Risiko und Risikomanagement 2. Portfolio Theorie: Management des unsystematischen Risikos 3. Asset Allocation im Portfoliomanagement 4. Strategisches Risikomanagement 5. Operatives Risikomanagement 6. Basel III und Solvency II 7. Grundlagen Mergers & Acquisitions 8. Finanzaspekte in einem M&A-Verkaufsprozess 9. Rechtsaspekte in einem M&A-Verkaufsprozess 10. Post Merger Integration (PMI)
Lehr-/Lernformen: Seminaristischer Unterricht mit zahlreichen Übungsaufgaben und praktischen Beispielen. Umfassenden Fallstudie auf der Basis aktueller Daten. Präsentation der Lösung der Übungsaufgaben (Einzelpäsentationen) und der Fallstudie (Gruppenpräsentation) vor dem Plenum

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse sind von Vorteil.
Vorbereitung für das Modul	Übungen und Fallstudien

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studienprogramms	Vertiefungsmodul der Studienrichtung Finance.
Einsatz in anderen Studienprogrammen	Einsatz im Step-by-Step-Programm aufgrund des modularen Aufbaus sehr gut möglich.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Portfoliomanagement und nachhaltige Investments

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
StA	100

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Kurt M. Maier		
Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner Prof. Dr. Andreas Schittenhelm		
Modulart Vertiefungsfach	ECTS-Punkte 6	Bemerkungen
Workload 6 ECTS-Punkte x 25 = 150 Gesamtstunden		

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
Code 4.1.1	Theorien, Methoden und Instrumente eines aktiven Risikomanagements
Code 4.1.2	Asset Allocation und professionelle Portfoliostrukturierung
Code 4.1.3	Herausforderungen im Zuge demographischer Veränderungen und versicherbare Risiken
Code 4.1.4	Aktives Börsentraining mit mehrmonatigem Börsen-Workshop und Pitch

Ermittlung der Workload des Moduls

150 Stunden / 25 = 6 ECTS-Punkte, mit der folgenden Aufteilung (in %)		
Präsenzstunden 40	Selbststudium (Vor- und Nachbearbeitung) 40	Aufgaben / Gruppenarbeiten 20

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION – MBA MANAGEMENT AND COMMUNICATION / FINANCE / PRODUCTION / REAL ESTATE / STRATEGIC FORESIGHT	
Modulbeschreibung	
Modulnummer 105-049 Code 4.2	Modulbezeichnung Finanzökonomie

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (Auswahl): - Die Studierenden sind in der Lage komplexe betriebswirtschaftliche Entscheidungen mit Hilfe von ausgewählten Controllinginstrumenten zu lösen und theoretische Lösungsansätze mit den Fragestellungen ihrer beruflichen Praxis zu verbinden und diese mit Hilfe von z.T. mathematischen Modellen zu bewerten. - Die Teilnehmer sind in der Lage, zielgerecht mit den immer komplexer werdenden externen Rechnungslegungsvorschriften umzugehen und kennen die Zusammenhänge im Rechnungswesen. - Die Studierenden sind in der Lage, M&A Prozesse sowie Unternehmensbewertungsansätze zu beschreiben und einfache Unternehmensbewertungen durchzuführen (Multiplikatoren, DCF)
Inhalte (Auswahl): 1. Controlling aus funktionaler und institutioneller Sicht 2. Grenzplankostenrechnung und Prozesskostenrechnung als entscheidungsorientierte Controlling-instrumente 3. Target Costing als Steuerungsinstrument 4. Formvorschriften und Bestandteile der Rechnungslegung nach HGB und IFRS 5. Bilanzierungs-, Bewertungs- und Ausweisvorschriften der Abschlussposten nach HGB und IFRS 6. Bilanzpolitik und -analyse in HGB- und IFRS-Abschlüssen 7. Unternehmensbewertung durch Multiplikatoren: Prozess, Fallbeispiel 8. Unternehmensbewertung durch DCF 9. Regelmäßige und systematische Markt- und Unternehmensanalyse 10. - Psychologie im Finanzwesen und Entscheidungsverhalten 11. - Künstliche Intelligenz, Kryptowährungen und Blockchain im Finanzbereich 12. - Kapitalmarktinstitutionen am Beispiel der Börse Stuttgart 13. - Sustainable Finance Management
Lehr-/Lernformen: Im Mittelpunkt der seminaristischen Veranstaltungen stehen Übungen und aktuelle Fallbeispiele zur Verdeutlichung des Einsatzes von Controllinginstrumenten zur Lösung von betriebswirtschaftlichen Entscheidungsproblemen. Übungen und Diskussionen zur fundierten problembezogenen Erarbeitung des Stoffs und der Schärfung des beruflichen sowie persönlichen Profils der Studierenden.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse sind von Vorteil.
--	---

Vorbereitung für das Modul	Übungen und Fallstudien
----------------------------	-------------------------

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studienprogramms	Vertiefungsmodul der Studienrichtung Finance.
Einsatz in anderen Studienprogrammen	Step-by-Step-Programm.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Veranstaltung „Nachhaltigkeits-Controlling“
--

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K120	100

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Kurt M. Maier		
Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner Prof. Dr. Andrea Schittenhelm		
Modulart Vertiefungsfach	ECTS-Punkte 6	Bemerkungen

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
Code 4.2.1	Psychologie im Finanzwesen: Wie entscheiden Menschen?
Code 4.2.2	Megatrends: Künstliche Intelligenz, Kryptowährungen und Blockchain im Finanzbereich
Code 4.2.3	Auf dem Börsenparkett: Besuch der Stuttgarter Börse
Code 4.2.4	Sustainable Finance Management

Ermittlung der Workload des Moduls

150 Stunden / 25 = 6 ECTS-Punkte, mit der folgenden Aufteilung (in %)		
Präsenzstunden 40	Selbststudium (Vor- und Nachbearbeitung) 40	Aufgaben / Gruppenarbeiten 20

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION – MBA MANAGEMENT AND COMMUNICATION / FINANCE / PRODUCTION / REAL ESTATE / STRATEGIC FORESIGHT	
Modulbeschreibung	
Modulnummer 105-014 Code 5.1	Modulbezeichnung Immobilienökonomie

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (Auswahl): - Die Absolventen berücksichtigen bei Anlageentscheidungen die wichtige Assetklasse „Immobilien“ und sind in der Lage, auch indirekte Immobilien-Anlageprodukte im Rahmen des Asset Managements strukturiert zu positionieren. Bei Anlage-, Investitions- und Finanzierungsentscheidungen im Immobilienwesen werden gezielt und vordringlich Aspekte der Nachhaltigkeit und der Ethik berücksichtigt. - Die Studierenden werden befähigt, die Finanzierung für ein Immobilienobjekt oder -projekt, unter Beachtung der spezifischen Besonderheiten dieses Wirtschaftsgutes, zu entwickeln und entsprechend gesetzlicher und ökonomischer Vorgaben und angepasst an die individuelle Risikoausprägung zu konzipieren. - Die Teilnehmer vertiefen ihre Kenntnisse der Risikotheorie und können relevante Risiken für unterschiedliche Projekte analysieren. Sie sind befähigt, Fertigkeiten und Erfahrungen aus der Berufspraxis auf Fragestellungen der Analyse von Projektentwicklungen zu übertragen - Die Studierenden erkennen die Bedeutung des „nachhaltigen Bauens“ im Rahmen der Projektentwicklung und bei der Steuerung von Risiken. Ferner sind sie in Lage unterschiedliche Rollenperspektiven (Bank, Developer, Investor) einzunehmen, um die jeweiligen Interessen zu analysieren. - Der Absolvent kann kulturelle und gesellschaftliche Ursachen für unterschiedliche Ausprägungen der Vorgehensweisen bei Finanzierungsentscheidungen erkennen.
Inhalte 1. Internationale und nationale Immobilienmärkte 2. Indirekte Immobilienanlagen 3. Stadt- und Raumökonomie (Stadtentwicklung, Immobilienmärkte) 4. Kenntnis der Methoden zur Prüfung der Wettbewerbsfähigkeit von Immobilienprojekten 5. Nutzung von Renditeprofilen als Benchmarks gegenüber Vergleichsprojekten und Alternativenanlagen 6. Verfahren der Risikobudgetierung 7. Eckpfeiler der (Immobilien-)Finanzierung 8. Formen der Immobilienfinanzierung 9. Konditionsgestaltung und Zinsmanagement bei der Immobilienfinanzierung
Lehr-/Lernformen: Seminaristischer Unterricht; zahlreiche Aufgaben und Übungen sowie umfangreiche praxisbezogene bzw. marktorientierte Fallstudien. Übungen und Fallbeispiele aus der Projektentwicklungspraxis. Fallbeispiele werden gemeinsam mit Unterstützung von Software simuliert. Umfassenden Fallstudie auf der Basis aktueller Daten. Präsentation der Lösung der Übungsaufgaben (Einzelpäsentationen) und der Fallstudie (Gruppenpräsentation) vor dem Plenum

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Immobilienwirtschaftliche Grundkenntnisse sind von Vorteil.
--	---

Vorbereitung für das Modul	Übungen und Fallstudien
----------------------------	-------------------------

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studienprogramms	Vertiefungsmodul der Studienrichtung Real Estate
Einsatz in anderen Studienprogrammen	Einsatz im Step-by-Step-Programm aufgrund des modularen Aufbaus sehr gut möglich.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Bei Anlage-, Investitions- und Finanzierungsentscheidungen im Immobilienwesen werden gezielt und vordringlich Aspekte der Nachhaltigkeit und der Ethik berücksichtigt.
--

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K120	100

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Kurt M. Maier		
Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner Prof. Dr. Peter Steinbrenner		
Modulart Vertiefungsfach	ECTS-Punkte 6	Bemerkungen
Workload 6 ECTS-Punkte x 25 = 150 Gesamtstunden		

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
Code 5.1.1	Immobilienmärkte: Analysen und aktuelle Trends
Code 5.1.2	Transformation und Nachhaltigkeit in der Immobilienwirtschaft
Code 5.1.3	Stadt- und Raumökonomie
Code 5.1.4	Dynamische Methoden zur Beurteilung von Immobilieninvestitionen
Code 5.1.5	Vor-Ort-Besuch eines Immobilienprojekts

Ermittlung der Workload des Moduls

150 Stunden / 25 = 6 ECTS-Punkte, mit der folgenden Aufteilung (in %)		
Präsenzstunden 40	Selbststudium (Vor- und Nachbearbeitung) 40	Aufgaben / Gruppenarbeiten 20

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION – MBA MANAGEMENT AND COMMUNICATION / FINANCE / PRODUCTION / REAL ESTATE / STRATEGIC FORESIGHT	
Modulbeschreibung	
Modulnummer 105-017 Code 5.2	Modulbezeichnung Immobilienmanagement

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (Auswahl): - Im Rahmen dieses Moduls erlernen die Studierenden die relevanten strategischen und operativen Managementaufgaben der Bewirtschaftung von Immobilienbeständen aus der Sichtweise unterschiedlichster Bestandshalter. - Neben dem Management von Wohnimmobilien verfügen die TeilnehmerInnen über Kenntnisse zu den Besonderheiten im Umgang mit Immobilien der öffentlichen Hand. - Des Weiteren erwerben die Studierenden Kompetenzen, wie betrieblich genutzte Immobilien strategisch und renditeorientiert ausgerichtet werden können. - Sie erkennen die Bedeutung der Immobilie als Produktionsfaktor für ein Unternehmen, und erfahren, wie die Beschaffung, Bewirtschaftung und Verwertung der Immobilie optimal in den Wertschöpfungsprozess des Unternehmens eingebunden werden kann.
Inhalte (Auswahl): 1. - Verfahren der Immobilienbewertung und Beleihungswernermittlung 2. - Strukturierte Immobilienfinanzierungen 3. - Zins- und Risikomanagement im Immobilienwesen 4. - Projektentwicklung: Konzeption und Planung von Immobilienprojekten
Lehr-/Lernformen: Die Inhalte des Moduls werden in Vorlesungen, diskussionsoffenen Seminaren und Übungen angeeignet.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Berufliche Erfahrungen im Bereich des Immobilienwesens.
Vorbereitung für das Modul	Zur Vorbereitung der Präsenzvorlesungen und -seminare werde Literaturempfehlungen bereitgestellt, die als bekannt vorausgesetzt werden bzw. deren Inhalt modulbegleitend angeeignet werden sollen

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studienprogramms	Modul im Rahmen der Fachrichtung Real Estate.
Einsatz in anderen Studienprogrammen	Kombinationsmöglichkeiten in den MBA-Programmes des Institutes Campus of Finance.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Aspekte der Nachhaltigkeit im Immobilienwesen werden im Rahmen der Veranstaltung erörtert.
--

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K120	100

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Kurt M. Maier		
Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner Prof. Dr. Anjulie Timur		
Modulart Vertiefungsfach	ECTS-Punkte 6	Bemerkungen

Ermittlung der Workload des Moduls

150 Stunden / 25 = 6 ECTS-Punkte, mit der folgenden Aufteilung (in %)		
Präsenzstunden 40	Selbststudium (Vor- und Nachbearbeitung) 40	Aufgaben / Gruppenarbeiten 20

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION – MBA MANAGEMENT AND COMMUNICATION / FINANCE / PRODUCTION / REAL ESTATE / STRATEGIC FORESIGHT	
Modulbeschreibung	
Modulnummer 105-015 Code 6.1	Modulbezeichnung Produktionsmanagement

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (Auswahl): - Die Studierenden kennen die grundsätzlichen Ziele und Ansätze des Produktions- und Innovationsmanagements. - Die Studierenden können Probleme im Produktionsbereich betriebswirtschaftlich greifen und konzeptionelle Lösungen entwickeln. Vor allem können sich die Studierenden dazu des Instrumentariums des Prozessmanagements und des Lean Managements bedienen. Darüber hinaus sind die Studierende in der Lage, Entwicklungen rund um Digitalisierung/Industrie 4.0/IoT zu verstehen, einzuordnen und strategisch-taktische Implikationen für Industrieunternehmen abzuleiten. - Als sehr aktuellen Ansatz wissen Sie über das Design Thinking Bescheid, genauso wie über agile Projektmanagement-Verfahren wie SCRUM. Die Studierenden können den Design Thinking Prozess zur Lösung von Innovationsproblemen anwenden. - Das Design Thinking mit seinem interdisziplinären und explorativen Ansatz verstärkt die systemische Kompetenz der Studierenden. Das System-Denken ist Teil des Design Thinking. Dies wird den Studierenden bewusst. - Die Selbstorganisationskompetenz der Studierenden kann im Rahmen einer Exkursion oder bei der Umsetzung im entscheidenden Betrieb gestärkt werden. Die Sozialkompetenz wird durch Gruppenarbeiten z.B. im Rahmen der Übungen gestärkt.	
Inhalte	1. Ziele, Zielkonflikte, Produktions- und Kostenfunktionen, Fertigungsarten, Produktionsnetzwerke, Entwicklung der Produktionskonzepte, Kennzahlen und Ansätze eines Werkscontrollings. 2. Prozessmanagement als Bestandteil eines Produktionsmanagements 3. Lean Management, seine Prinzipien und einige zentrale Bausteine: Verschwendung vermeiden, 5S, Flow, Kaizen, Visualisierung, Gemba. 4. Innovationsprozess, Innovationsmethoden, Schumpeter als wichtiger theoretischer Ausgangspunkt. 5. Design Thinking. Durchführung einer umfangreichen Fallstudie mit Anwendung klassischer Bausteine des Design Thinking (Safari, Empathy-Map, Persona, Interview, Brain-writing, 6. Industrie 4.0, Digitalisierung von Produktion-/Geschäftsprozessen, Implikationen auf industrielle Geschäftsmodelle und Organisationsstrukturen.
Lehr-/Lernformen: Seminaristischer Unterricht; Übungen und Fallstudien; Exkursion	

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Interesse an dem Themenbereich
Vorbereitung für das Modul	Literaturstudium

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studienprogramms	Vertiefungsmodul im MBA Management and Production; Weiteres Vertiefungsmodul „Logistikmanagement“
Einsatz in anderen Studienprogrammen	Modularer Aufbau; Einsatzmöglichkeit im Step-by-Step-Programm

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte	Die Dozenten sind angehalten Aspekte nachhaltiger Entwicklung (ökonomische, ökologische, soziale) sowie der Ethik und Moral zu behandeln.
---------	---

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K120	100

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Christoph Zanker		
Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner Prof. Dr.-Ing. Elmar Bräkling; Prof. Dr. Jörg Lux		
Modulart Vertiefungsfach	ECTS-Punkte 6	Bemerkungen

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
Code 6.1.1	Produktionsmanagement mit Fokus auf Prozesse und Lean Ansatz
Code 6.1.2	Industrie 4.0 und Digitalisierung
Code 6.1.3	Innovationsmanagement und agile Produktentwicklung

Ermittlung der Workload des Moduls

150 Stunden / 25 = 6 ECTS-Punkte, mit der folgenden Aufteilung (in %)		
Präsenzstunden 40	Selbststudium (Vor- und Nachbearbeitung) 40	Aufgaben / Gruppenarbeiten 20

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION – MBA MANAGEMENT AND COMMUNICATION / FINANCE / PRODUCTION / REAL ESTATE / STRATEGIC FORESIGHT	
Modulbeschreibung	
Modulnummer 105-050 Code 6.2	Modulbezeichnung Globales Supply Chain Management

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (Auswahl): - Vermittlung von Handlungskompetenz zum Aufbau und Führung einer industriellen Beschaffungsorganisation - System-, Methoden- und Anwendungs-know-how in den Teilsystemen Procurement-Planning, Procurement-Operations, Procurement-Controlling - Soziale Kompetenzanforderungen im Beschaffungsmanagement (Durchsetzungsvermögen, Konfliktfähigkeit, Stringenz, Durchhaltevermögen) - Die Studierenden kennen die typischen Problemstellungen, die im Rahmen eines Distributionsmanagements zu lösen sind. Sie sind in der Lage solche typischen Problemstellungen zu erkennen und können diese bewerten. - Distribution ist in vielen Branchen heute eine Herausforderung mit hoher Komplexität. Dazu gehören vor allem das Multi-Channel-Management und die Entwicklungsdynamik im Bereich eCommerce.
Inhalte (Auswahl): 1. Basis der Beschaffung: Beschaffung – Planning Beschaffungsstrategien und Lieferantenmanagement 2. Ausschreibungsdesign, Bieterkreisabstimmung, Anfragekoordination, Angebotsbewertung 3. Verhandlungsvorbereitung und –führung 4. Klärung marktseitiger und vertrieblicher Anforderungen an eine Supply Chain 5. Logistische Typisierung und deren Einfluss auf das Gesamtunternehmen und die Supply Chain 6. Umsetzung der Distributionsaufgabe in strategische Ziele einer Supply Chain 7. Vorstellung typischer Distributionskonzepte und Klärung des Einflusses auf Geschäftsmodelle 8. Diskussion aktueller Distributionsherausforderungen anhand von Cases.
Lehr-/Lernformen: Vorlesung, Seminaristischer Unterricht mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselemente

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Interesse an Fragen der Produktionswirtschaft
Vorbereitung für das Modul	Studium der Literatur

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studienprogramms	Vertiefungsmodul im MBA Management and Production; Weiteres Vertiefungsmodul „Logistikmanagement“
Einsatz in anderen Studienprogrammen	Modularer Aufbau; Einsatzmöglichkeit im Step-by-Step-Programm

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte	Die Dozenten sind angehalten Aspekte nachhaltiger Entwicklung (ökonomische, ökologische, soziale) sowie der Ethik und Moral zu behandeln.
---------	---

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K60 + StA	50/50

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Christoph Zanker		
Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner Prof. Dr. Sabine Biege; Dipl.-Kfm. Christopher Kah, PhD		
Modulart Vertiefungsfach	ECTS-Punkte 6	Bemerkungen

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
Code 6.2.1	Beschaffungsmanagement
Code 6.2.2	Distributionsmanagement
Code 6.2.3	Internationale Produktions- und Entwicklungsnetzwerke

Ermittlung der Workload des Moduls

150 Stunden / 25 = 6 ECTS-Punkte, mit der folgenden Aufteilung (in %)		
Präsenzstunden 40	Selbststudium (Vor- und Nachbearbeitung) 40	Aufgaben / Gruppenarbeiten 20

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION – MBA MANAGEMENT AND COMMUNICATION / FINANCE / PRODUCTION / REAL ESTATE / STRATEGIC FORESIGHT	
Modulbeschreibung	
Modulnummer 105-020 Code 7.1	Modulbezeichnung Umgang mit Widerständen, Konflikten, Krisen

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (Auswahl): - Die Studierenden kennen die Bedeutung und Relevanz von strategischer Kommunikation für den lösungsorientierten Umgang mit Widerständen, Konflikten und Krisen in Unternehmen und Organisationen. - Sie sind befähigt, Ursachen, Gründe und mögliche Konsequenzen von Widerständen, Konflikten und Krisen zu analysieren, zu bewerten und in Bezug zum Risikomanagement zu setzen. - Die Studierenden erwerben differenzierte Kenntnisse von Modellen des Konflikt- und Krisenmanagements sowie der Moderation und Verhandlungsführung und entwickeln kommunikative Konzepte zur Überwindung von Widerständen, Konflikten und Krisen. - Dabei setzen sie diese erarbeiteten Konzepte in simulierten Szenarien um und diskutieren deren Vorteile und Nachteile in Bezug auf Aspekte des Risikomanagements und juristische Faktoren. - Nach erfolgreicher Beendigung dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, in Fällen von Widerständen, Konflikten und Krisen adäquate Strategien sowohl der internen als auch der externen Kommunikation zu generieren und zu realisieren. - Fertigkeiten der Selbstorganisation erwerben sie durch das eigenständige Erarbeiten von Strategien und Konzepten. Durch das Arbeiten in Teams fördern sie ihre Sozialkompetenz.
Inhalte (Auswahl): 1. Formen und Ursachen von Widerständen in Unternehmen und Organisationen, speziell in Transformationsprozessen 2. Resilienz und Digitalisierung 3. Arten, Ursachen, Verlauf und Konsequenzen von Konflikten und Krisen 4. Lösungsansätze zur Reduzierung von Widerständen und Bewältigung von Konflikten und Krisen 5. Modelle der Verhandlungsführung: Harvard-Konzept, Rosenberg-Modell 6. Storytelling als kommunikative Strategie bei Widerständen, Konflikten und Krisen 7. Öffentlichkeitsarbeit 4.0
Lehr-/Lernformen: Vorlesung, Seminar mit Übung, Planspiele, Simulation realitärer Szenarien, Zukunftswerkstatt, Dozent/innen als Expertenteams, Einsatz von Blended Learning (u.a. Skype-Vorträge und Videokonferenzen)

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Interesse an Fragen der strategischen Kommunikation in Unternehmen, Verwaltung und Politik
Vorbereitung für das Modul	Literaturstudium

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studienprogramms	Vertiefungsmodul im MBA Management and Communication; Weiterer Vertiefungsmodul „Kommunikation in Transformationsprozessen“
Einsatz in anderen Studienprogrammen	Modularer Aufbau; Einsatzmöglichkeit im Step-by-Step-Programm und bei den Erlangungen eines „2. MBAs“.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Nachhaltige Entwicklung und nachhaltiges Handeln im ökonomischen, ökologischen und sozialen Kontext erfordern den lösungsorientierten Umgang mit Widerständen, Konflikten und Krisen. Dazu sind Kenntnisse kommunikativer Strategien und Konzepte sowie praktische Erfahrungen in deren Umsetzung essenziell.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
M30	100

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Rainer Nübel		
Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner Dr. Mirko Häcker, Gerhard Schmücker		
Modulart Vertiefungsfach	ECTS-Punkte 6	Bemerkungen
Workload 6 ECTS-Punkte x 25 = 150 Gesamtstunden		

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
Code 7.1.1	Organisationskommunikation 4.0
Code 7.1.2	Moderation und Verhandlungsführung
Code 7.1.3	Kommunikation im Konflikt- und Krisenkontext
Code 7.1.4	Organisationsentwicklung und Kommunikation
Code 7.1.5	Investor Relations

Ermittlung der Workload des Moduls

150 Stunden / 25 = 6 ECTS-Punkte, mit der folgenden Aufteilung (in %)		
Präsenzstunden 40	Selbststudium (Vor- und Nachbearbeitung) 40	Aufgaben / Gruppenarbeiten 20

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION – MBA MANAGEMENT AND COMMUNICATION / FINANCE / PRODUCTION / REAL ESTATE / STRATEGIC FORESIGHT	
Modulbeschreibung	
Modulnummer 105-021 Code 7.2	Modulbezeichnung Kommunikation in Transformationsprozessen

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (Auswahl): - Die Studierenden kennen die Bedeutung von strategischer Kommunikation als Instrument der Wertschöpfung und deren Relevanz für die Planung, Konzeptionierung und Realisierung von Transformationsprozessen und digitalen Geschäftsmodellen - Sie erwerben differenzierte Kenntnisse von Kommunikationsmodellen und entwickeln Kommunikationsstrategien sowie -konzepte und Resonanzräume mit besonderem Fokus auf die Möglichkeiten und Herausforderungen des digitalen Wandels. - Dabei verfeinern sie die Kompetenz, durch strukturierendes Denken, Design Thinking und fundierte Recherche relevante strategische Ansätze zu generieren und diese schriftlich wie mündlich exakt zu kommunizieren. - Sie kennen die Formen des digitalen, nachhaltigen Leaderships im Kontext des Transformationsmanagements und können sie reflektiert analysieren. - Fertigkeiten der Selbstorganisation erwerben die Studierenden durch das eigenständige Erarbeiten von Kommunikationskonzepten im Kontext simulierter Szenarien der Transformation.
Inhalte (Auswahl): 1. Wertschöpfung von Kommunikation 2. Kommunikationstheorien sowie -modelle und ihre praxisbezogene Anwendung 3. Relevanz kommunikativer Strategien für Transformationsprozesse und deren Umsetzung 4. Möglichkeiten und Herausforderungen des Kommunikations-Controllings 5. Prinzipien und Regeln des Reporting sowie deren praktischer Umsetzung 6. Storytelling als narrative Methode der strategischen Kommunikation 7. Trendforschung, digitale Geschäftsmodelle und ihre kommunikative Vermittlung 8. Innovative Leadership-Modelle und strategische Kommunikation 9. Ethische, rechtliche und politische Faktoren der Transformation
Lehr-/Lernformen: Vorlesung, Seminar mit Übung, Planspiele, Simulation realitärer Szenarien, Zukunftswerkstatt, Dozent/innen als Expertenteams, Einsatz von Blended Learning (u.a. Skype-Vorträge und Videokonferenzen)

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Interesse an Fragen der strategischen Kommunikation in Unternehmen, Verwaltung und Politik
Vorbereitung für das Modul	Literaturstudium

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studienprogramms	Vertiefungsmodul im MBA Management and Communication; Weiterer Vertiefungsmodul „Kommunikation in Transformationsprozessen“
Einsatz in anderen Studienprogrammen	Modularer Aufbau; Einsatzmöglichkeit im Step-by-Step-Programm und bei den Erlangungen eines „2. MBAs“.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Nachhaltige Entwicklung und nachhaltiges Handeln im ökonomischen, ökologischen und sozialen Kontext erfordern den lösungsorientierten Umgang mit Widerständen, Konflikten und Krisen. Dazu sind Kenntnisse kommunikativer Strategien und Konzepte sowie praktische Erfahrungen in deren Umsetzung essenziell.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
StA	100

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Rainer Nübel		
Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner Prof. Dr. Christoph Zanker; Dipl.-Kfm. Martin Strobel		
Modulart Vertiefungsfach	ECTS-Punkte 6	Bemerkungen
Workload 6 ECTS-Punkte x 25 = 150 Gesamtstunden		

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
Code 7.1.1	Digitale Geschäftsmodelle und Kommunikation I
Code 7.1.2	Digitale Geschäftsmodelle und Kommunikation II
Code 7.1.3	Kommunikative Herausforderungen, Strategien und Methoden im Kontext der Transform.
Code 7.1.4	Resonanzräume in Unternehmen, Organisationen und Gesellschaft
Code 7.1.5	Transformationsmanagement und digitales, nachhaltiges Leadership

Ermittlung der Workload des Moduls

150 Stunden / 25 = 6 ECTS-Punkte, mit der folgenden Aufteilung (in %)		
Präsenzstunden 40	Selbststudium (Vor- und Nachbearbeitung) 40	Aufgaben / Gruppenarbeiten 20

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION – MBA MANAGEMENT AND COMMUNICATION / FINANCE / PRODUCTION / REAL ESTATE / STRATEGIC FORESIGHT	
Modulbeschreibung	
Modulnummer 105-035 Code 8.1	Modulbezeichnung Zukünfte entwickeln und kommunizieren

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (Auswahl): - - Zentrale qualitative und quantitative Methoden zur Entwicklung von Zukunftsbildern auswählen und anwenden - - Erkenntnisbeiträge und Grenzen der Methoden beurteilen und Methoden sinnvoll kombinieren - - Ergebnisse quantitativer Ansätze wie Delphi-Methode und Indikatorik einordnen - - Zukunftsszenarien mit etablierten Verfahren eigenständig entwickeln und kritisch reflektieren - - Zukunftsbilder stakeholdergerecht visualisieren und kommunizieren - - Zukunftsnarrative mit geeigneten analogen und digitalen Methoden umsetzen
Inhalte (Auswahl): 1. - Qualitative und quantitative Methoden der strategischen Vorausschau 2. - Voraussetzungen, Erkenntnisbeiträge und Grenzen der Methoden 3. - Mixed-Methods-Ansätze 4. - Szenariotechnik nach Gausemeier sowie Geschka und von Reibnitz 5. - Entwicklung und Interpretation von Zukunftsszenarien 6. - Immersive Visualisierung und stakeholderorientierte Zukunftsnarrative 7. - Zukunftsreisen, Visionscoaching, Storytelling, Visualisierung und generative KI-Werkzeuge
Lehr-/Lernformen: Vorlesung; Seminar mit Übungen; Fallstudien; Simulation; Zukunftswerkstatt; Blended Learning

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen Interesse an Zukunftsforschung, komplexen Methoden und strategischem Management	Betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse sind von Vorteil.
--	---

Vorbereitung für das Modul Literaturstudium	Übungen und Fallstudien
--	-------------------------

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studienprogramms Vertiefungsmodul Management and Strategic Foresight	Vertiefungsmodul der Studienrichtung Finance.
Einsatz in anderen Studienprogrammen Modularer Aufbau; Einsatz im Step-by-Step-Programm möglich.	Einsatz im Step-by-Step-Programm aufgrund des modularen Aufbaus sehr gut möglich.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Nachhaltiges Handeln erfordert belastbare Zukunftsszenarien sowie eine immersive und stakeholderorientierte Vermittlung der Ergebnisse.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
StA	100

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Christoph Zanker		
Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner Prof. Dr. Oliver Som		
Modulart Vertiefungsfach	ECTS-Punkte 6	Bemerkungen
Workload 6 ECTS-Punkte x 25 = 150 Gesamtstunden		

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
Code 8.1.1	Methoden und Instrumente zur Entwicklung von Zukunftsbildern
Code 8.1.2	Szenariotechnik
Code 8.1.3	Kommunikation und Visualisierung von Szenarien

Ermittlung der Workload des Moduls

150 Stunden / 25 = 6 ECTS-Punkte, mit der folgenden Aufteilung (in %)		
Präsenz und Online-Lehre 46	Selbststudium 20	Aufgaben / Gruppenarbeiten 34

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION – MBA MANAGEMENT AND COMMUNICATION / FINANCE / PRODUCTION / REAL ESTATE / STRATEGIC FORESIGHT	
Modulbeschreibung	
Modulnummer 105-036 Code 8.2	Modulbezeichnung Zukunftsrobuste Strategien entwickeln und kommunizieren

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (Auswahl): - - Merkmale zukunftsrobuster und wertorientierter Strategien beurteilen - - Vision, Mission und Zielekanon systematisch und wertorientiert entwickeln - - Kernkompetenzen analysieren und weiterentwickeln - - Backcasting und Roadmapping zur Operationalisierung von Strategien anwenden - - Zukunftsstrategien stakeholderorientiert kommunizieren - - Storytelling, Reporting und Storyporting kritisch einsetzen - - Kommunikationskonzepte entwickeln, umsetzen und evaluieren
Inhalte (Auswahl): 1. - Merkmale zukunftsrobuster und wertorientierter Strategien 2. - Vision, Mission, Zielekanon und Dynamisierung von Strategien 3. - Kernkompetenzanalyse und -transformation 4. - Backcasting und Roadmapping 5. - Stakeholderorientierte Strategiekommunikation 6. - Reporting, Storytelling und Storyporting 7. - Analoge und digitale Kommunikationskonzepte
Lehr-/Lernformen: Vorlesung; Seminar mit Übungen; Fallstudien; Simulation; Zukunftswerkstatt; Blended Learning

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen Interesse an Zukunftsforschung, komplexen Methoden und strategischem Management	Betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse sind von Vorteil.
--	---

Vorbereitung für das Modul Literaturstudium	Übungen und Fallstudien
--	-------------------------

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studienprogramms Vertiefungsmodul Management and Strategic Foresight	Vertiefungsmodul der Studienrichtung Finance.
Einsatz in anderen Studienprogrammen Modularer Aufbau; Einsatz im Step-by-Step-Programm möglich.	Einsatz im Step-by-Step-Programm aufgrund des modularen Aufbaus sehr gut möglich.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Nachhaltigkeit ist Bestandteil der Strategieentwicklung und wird in die Operationalisierung zukunftsrobuster Strategien integriert.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
StA	100

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Christoph Zanker		
Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner Prof. Dr. Rainer Nübel		
Modulart Vertiefungsfach	ECTS-Punkte 6	Bemerkungen
Workload 6 ECTS-Punkte x 25 = 150 Gesamtstunden		

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
Code 8.2.1	Werteorientierte Strategieentwicklung
Code 8.2.2	Strategien handlungsleitend operationalisieren
Code 8.2.3.	Stakeholderorientierte Kommunikation von Zukunftsstrategien

Ermittlung der Workload des Moduls

150 Stunden / 25 = 6 ECTS-Punkte, mit der folgenden Aufteilung (in %)		
Präsenz und Online-Lehre 44	Selbststudium 22	Aufgaben / Gruppenarbeiten 34

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION – MBA MANAGEMENT AND COMMUNICATION / FINANCE / PRODUCTION / REAL ESTATE / STRATEGIC FORESIGHT	
Modulübersichten der Vertiefungsrichtungen und der Pflichtveranstaltungen	
Vertiefungs- module	<u>Management and Finance</u> 4.1 Risikomanagement 4.2 Finanzökonomie <u>Management and Real Estate</u> 5.1 Immobilienökonomie 5.2 Immobilienmanagement <u>Management and Production</u> 6.1 Produktionsmanagement 6.2 Globales Supply Chain Management <u>Management and Communication</u> 7.1 Umgang mit Widerständen, Konflikten, Krisen 7.2 Kommunikation in Transformationsprozessen <u>Management and Strategic Foresight</u> 105-035 Zukünfte entwickeln und kommunizieren 105-036 Zukunftsrobuste Strategien entwickeln und kommunizieren
Pflichtmodule für alle Vertiefungen	1.1 Nachhaltige Transformation 1.2 Mensch und Natur/Planetare Grenzen 1.3 Mathematisches Denken 1.4 Strategische Vorausschau und Futures Literacy 2.1 Leadership und Ethik 2.2 Medien und Krisenkommunikation 2.3 Empirische Forschung / Betriebliches Projekt 3.2 Global Markets 3.3 Workshop: Management Science 8.0 Masterarbeit

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION – MBA MANAGEMENT AND COMMUNICATION / FINANCE / PRODUCTION / REAL ESTATE / STRATEGIC FORESIGHT	
Modulbeschreibung	
Modulnummer 105-040 Code 1.1	Modulbezeichnung Nachhaltige Transformation (hier muss alles geändert werden!)

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (Auswahl): - Die Absolvent:innen kennen die Treiber und Herausforderungen der nachhaltigen Transformation und können ihre Wechselwirkungen praxisorientiert analysieren. - Die Absolvent:innen können die Ebenen der nachhaltigen Entwicklung (Ökologie, Soziales, Ökonomie) sowie die ESG-Kriterien auf verschiedene Praxisfelder wie Finance, Immobilien und Produktion reflektiert und anwendungsorientiert übertragen. - Sie kennen zentrale transformative Skills der Nachhaltigkeit wie systemisches Denken und Visionsfähigkeit und können sie in praxisnahen Managementbereichen anwenden. - Studierende verstehen, wie sich Geschäftslogiken ändern können, welche ökonomischen und technologischen Transformationstreiber diese befördern und welche Implikationen geänderte Geschäftslogiken auf die Organisation haben. - Studierende verstehen insbesondere dienstleistungsorientierte und plattformbasierte Geschäftslogiken und -modelle - Studierende sind in der Lage, plattformbasierte Geschäftsmodelle zu bewerten und aktiv zu gestalten.
Inhalte (Auswahl): 1. Treiber und Herausforderungen der Transformation (u.a. Digitalisierung, Globalisierung, demografischer Wandel, politische und kulturelle Veränderungen) und ihre Wechselwirkungen 2. Ebenen und Strukturfaktoren der nachhaltigen Entwicklung 3. Bedeutung und praxisorientierte Reflexion der ESG-Kriterien 4. Transformative Skills der Nachhaltigkeit (u.a. systemisches Denken, Visionsfähigkeit) 5. Geschäftsmodelle 6. Grundlogik Plattformbasierte Geschäftsmodelle 7. Gestaltungsfelder Plattformbasierter Geschäftsmodelle
Lehr-/Lernformen Im Zentrum der seminaristischen Lehrveranstaltung stehen praxisorientierte Übungen und die Analyse von Fallbeispielen.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	
Vorbereitung für das Modul	Literaturstudium

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Strategische Vorausschau und Futures Thinking; Leadership und Ethik; Mensch und Natur
Einsatz in anderen Studiengängen	Geeignet.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte:	
Zusammenhang zwischen Transformation und Nachhaltigkeit wird verdeutlicht	

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K120	100

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Christoph Zanker		
Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner Prof. Dr. Rainer Nübel		
Modulart Pflichtfach	ECTS-Punkte 6	Bemerkungen

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
Code 1.1.1	Grundlagen der nachhaltigen Transformation
Code 1.1.2	Innovative Geschäftsmodelle
Code 1.1.3	Plattformbasierte Geschäftsmodelle

Ermittlung der Workload des Moduls

150 Stunden / 25 = 6 ECTS-Punkte, mit der folgenden Aufteilung (in %)		
Präsenzstunden 40	Selbststudium (Vor- und Nachbearbeitung) 40	Aufgaben / Gruppenarbeiten 20

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION – MBA MANAGEMENT AND COMMUNICATION / FINANCE / PRODUCTION / REAL ESTATE / STRATEGIC FORESIGHT	
Modulbeschreibung	
Modulnummer 105-047 Code 1.2	Modulbezeichnung Mensch und Natur/Planetare Grenzen

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (Auswahl): - Die Studierenden sind motiviert, sich weiter mit den Wechselwirkungen zwischen Menschen und Natur zu befassen und diese Wechselwirkungen in Entscheidungen zur berücksichtigen. - Die Studierenden begreifen Umweltschäden makroökonomisch als Risiko für die Lebensgrundlagen der Menschheit und mikroökonomisch als Risiko für Unternehmen. - Die Studierenden sind befähigt, Entscheidungen auch in ihrer Auswirkung auf die natürliche Umwelt zu beurteilen. - Die Teilnehmenden erfahren, wie sich ethische Grundhaltungen auf den sozialen und wirtschaftlichen Erfolg eines Projektes auswirken können. - Die Absolventen verstehen die Resilienz von Ökosystemen als wichtige Voraussetzung für die Verfügbarkeit von natürlichen Ressourcen.
Inhalte (Auswahl): 1. Was ist eigentlich „Natur“ und was geht mich das an? 2. Naturschutz - Risikomanagement oder Altruismus? 3. Umgang mit Schutzgütern (Boden, Wasser, Luft) aus Sicht christlicher Ethik 4. Ethische Entscheidungsfindung und Umgang mit ethischen Dilemmata 5. Grundsätzliche Vorgehensweise bei der Projektentwicklung eines Gewerbeareals 6. Strategien für die Recherche von Informationen über Areal und Beteiligte im Internet 7. Exkursion: Nationalpark Schwarzwald
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Die Veranstaltung wird maßgeblich durch Fallbeispiele gestaltet. Werkstatt- und Laborsituation. Exkursionen.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Grundlagen zum wissenschaftlichen Arbeiten;
Vorbereitung für das Modul	Während des Moduls wird Literatur empfohlen, im Vorfeld ist keine Vorbereitung vonnöten

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Der Bezug zum Risikobegriff im Finanzmanagement wird hergestellt. Harvard-Kurs Inhalte zur Frage „Zweck von Unternehmen“ und „Shared Value“ werden thematisiert. Für das Modul „Mensch und Natur“ ist unerheblich, ob „Finanzmanagement“ und „Harvard Kurs“ vor oder nach dem vorliegenden Modul gelehrt werden
Einsatz in anderen Studiengängen	In herausragender Weise möglich und sinnvoll. Anrechenbarkeit ist problemlos möglich.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte - Begriff der Natur und Naturschutz; Wechselwirkung Mensch und Natur - Ökologischer Fußabdruck und planetare Grenzen - Zusammenhänge ökonomischer, sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit werden verdeutlicht
--

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
StA	100

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Kurt M. Maier		
Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner Moritz Franz-Gerstein		
Modulart Pflichtfach	ECTS-Punkte 6	Bemerkungen

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
Code 1.2.1 a	Was ist eigentlich „Natur“ und Was geht mich das an?
Code 1.2.2 b	Naturschutz – Risikomanagement oder Altruismus?
Code 1.2.3	Ethisches Entscheiden – Beispiel: Immobilienwirtschaft

Ermittlung der Workload des Moduls

150 Stunden / 25 = 6 ECTS-Punkte, mit der folgenden Aufteilung (in %)		
Präsenzstunden 40	Selbststudium (Vor- und Nachbearbeitung) 40	Aufgaben / Gruppenarbeiten 20

Master of Business Administration – MBA Management and Communication / FINANCE / PRODUCTION / REAL ESTATE
--

Modulbeschreibung	
Modulnummer 105-041 Code 1.3	Modulbezeichnung Mathematisches Denken

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (Auswahl): - - Die Studierenden identifizieren die Bedeutung der Mathematik und ausgewählter Methoden der Statistik als Basis für finanz- und immobilienwirtschaftliche Theorien, Modelle und praktische Entscheidungen. - Sie beurteilen Renditeziele durch Hinterfragen der damit verbundenen Risiken kritisch. - Die Studierenden sind befähigt, grundlegende Instrumente und Methoden zur zielorientierten Gestaltung der Vermögensstruktur und zur Bewertung verzinslicher Wertpapiere anzuwenden. - Die Studierenden diskutieren in den Lehrveranstaltungen mit den Mitgliedern der Gruppe über sinnvolle Lösungen zu den Business Cases.
Inhalte (Auswahl): 1. Zins- und Renten- und Tilgungsrechnung 2. Unsicherheit, Risiken und schwarze Schwäne 3. Verfahren zur Bestimmung der Vorteilhaftigkeit bei Investitionsentscheidungen 4. Verfahren der Finanzplanung und Cash Flow Betrachtungen 5. Barwertprinzip zur Bewertung von Assets 6. Aktives Bondmanagement 7. Leverage-Effekt als Ausgangspunkt der Verschuldungsproblematik und des Risikomanagements
Lehr-/Lernformen: Im Mittelpunkt der seminaristischen Veranstaltung stehen Übungen, aktuelle Fallbeispiele und Business Cases zur Verdeutlichung des Einsatzes der mathematisch-statistischen Theorien und Methoden und zur Festigung der Fähigkeit, komplexe Fragestellungen strukturiert aufzuarbeiten. Seminaristische Veranstaltungen mit Übungen, Einbeziehung der Erfahrungen der Teilnehmenden aus der Praxis

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Kompetenz, die während des Erststudiums erworbenen (mathematischen und statistischen) Fertigkeiten auf finanzwirtschaftliche Fragestellung zu übertragen.
Vorbereitung für das Modul	Die Teilnehmer bereiten sich auf der Basis von Fallstudien und Aufgaben auf die Veranstaltung vor.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studienprogramms	Das Modul vermittelt die mathematisch-statistische Basis für das gesamte MBA-Programm.
Einsatz in anderen Studienprogrammen	In hervorragender Weise möglich.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Die Studierenden erkennen, dass der zielgerechte Einsatz von Ressourcen eine zentrale Voraussetzung für die Nachhaltigkeit von Finanzentscheidungen darstellt.
--

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K120	100

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Kurt M. Maier		
Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner Prof. Dr. Andreas Schittenhelm und Dr. Stefanie Schulz		
Modulart Pflichtfach	ECTS-Punkte 6	Bemerkungen

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
Code 1.3.1	Umgang mit Zahlen und Zahlungen
Code 1.3.2	Performance und Risiken messen und managen
Code 1.3.3	Management der Vermögensstruktur
Code 1.3.4	Bewertung von Finanzinstrumenten

Ermittlung der Workload des Moduls

150 Stunden / 25 = 6 ECTS-Punkte, mit der folgenden Aufteilung (in %)		
Präsenzstunden 30	Selbststudium (Vor- und Nachbearbeitung) 40	Aufgaben / Gruppenarbeiten 30

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION – MBA MANAGEMENT AND COMMUNICATION / FINANCE / PRODUCTION / REAL ESTATE / STRATEGIC FORESIGHT	
Modulbeschreibung	
Modulnummer 105-042 Code 1.4	Modulbezeichnung Strategische Vorausschau und Futures Literacy

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (Auswahl): - Bedeutung und Ebenen strategischer Vorausschau für Unternehmen einordnen - Methoden und Instrumente der strategischen Vorausschau auswählen und ihre Grenzen beurteilen - Trends systematisch erfassen, analysieren und bewerten - Geeignete Informationsquellen für Trendanalysen nutzen - Relevante Trends und Transformationsfaktoren für eine Organisation ableiten - Organisationsspezifische Innovationspotenziale und erste strategische Implikationen bestimmen
Inhalte (Auswahl): 1. Begriffe, Konzepte und Entwicklung strategischer Vorausschau 2. Bedeutung für Unternehmensführung und strategischen Managementprozess 3. Voraussetzungen, Rahmenbedingungen und Erkenntnisgrenzen 4. Trenderkennung, Trendscouting, Trendmonitoring und Trendbewertung 5. Aufbereitung und Kommunikation von Trends 6. Vom generischen Trend zum organisationsspezifischen Innovationspotenzial 7. Schnittstellen zu Trend- und Innovationsmanagement
Lehr-/Lernformen: Vorlesung; Seminar mit Übungen; Fallstudien; Simulation; Zukunftswerkstatt; Blended Learning

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen Interesse an Zukunftsforschung und strategischem Management	Betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse sind von Vorteil.
--	---

Vorbereitung für das Modul Literaturstudium	Übungen und Fallstudien
--	-------------------------

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studienprogramms Grundlagenmodul für strategische Vorausschau und Futures Literacy	Vertiefungsmodul der Studienrichtung Finance.
Einsatz in anderen Studienprogrammen Modularer Aufbau; Einsatz im Step-by-Step-Programm möglich.	Einsatz im Step-by-Step-Programm aufgrund des modularen Aufbaus sehr gut möglich.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Strategische Vorausschau unterstützt den Umgang mit unterschiedlichen Zukünften und die Bewertung ökonomischer, ökologischer und sozialer Transformationsfaktoren.
--

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
StA	100

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Christoph Zanker		
Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner Prof. Dr. Antje Bierwisch; Dr. Maximilian Panthen		
Modulart Pflichtfach	ECTS-Punkte 6	Bemerkungen
Workload 6 ECTS-Punkte x 25 = 150 Gesamtstunden		

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
Code 1.4.1	Strategische Vorausschau: Überblick und Wirkung
Code 1.4.2	Transformationsfaktoren frühzeitig erkennen und analysieren
Code 1.4.3	Vom Trend zum organisationsspezifischen Innovationspotenzial

Ermittlung der Workload des Moduls

150 Stunden / 25 = 6 ECTS-Punkte, mit der folgenden Aufteilung (in %)		
Präsenz und Online-Lehre 44	Selbststudium 22	Aufgaben / Gruppenarbeiten 34

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION – MBA MANAGEMENT AND COMMUNICATION / FINANCE / PRODUCTION / REAL ESTATE / STRATEGIC FORESIGHT	
Modulbeschreibung	
Modulnummer 105-025 Code 2.1	Modulbezeichnung Leadership und Ethik

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (Auswahl): - Die Studierenden lernen die wesentlichen fachlichen Grundlagen der Unternehmensethik nebst den damit verbundenen gesellschaftsrechtlichen Elementen. - Kennenlernen der wesentlichen Begriffe rund um Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit - Die Studierenden erkennen die Wechselwirkungen zwischen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen und dem Recht als integralem Bestandteil jeglichen unternehmerischen Handelns, insbesondere im unternehmerischen Bereich. - Sie sind in der Lage, rechtliche Grenzziehungen bei der Ausgestaltung ihrer unternehmerischen Entscheidungen zu berücksichtigen und ihr Handeln danach auszurichten. - stärkere Einbeziehung von Nachhaltigkeitsaspekten bei der Beurteilung wirtschaftlicher Entwicklungen - Reflexion des eigenen Verhaltens in- und außerhalb von Unternehmen, z.B. im Rahmen von Ausbildung und Praktika - Einbindung nachhaltigen Denkens und Handelns in verschiedene Funktionen des Unternehmens (z.B. Personal, Beschaffung, Vertrieb, Produktion)
Inhalte (Auswahl): - Die Vorlesung befasst sich mit den Grundzügen der Unternehmensethik, insbesondere unter Nachhaltigkeitsaspekten - Erarbeitet werden die Inhalte der Corporate Governance und der Corporate Compliance sowie der Corporate Social Responsibility (incl. Social entrepreneurship und shared value). - Geschichte des Nachhaltigkeitsbegriffs - Formen der Nachhaltigkeit: Ökonomische, ökologische und gesellschaftliche Nachhaltigkeit - Nachhaltigkeitsberichterstattung und Anforderungen an Nachhaltigkeitsberichte - Management von Nachhaltigkeitsfonds - Ethische Dimension im Unternehmen und neue Fragestellungen in der Digitalisierung
Lehr-/Lernformen: Interaktive Vorlesungen und praktische Fälle, bei deren Lösungserarbeitung der Studierende in aktiver und eigeninitiativer Fallbearbeitung im Team unter Anleitung des Dozenten Kenntnisse und Fähigkeiten entwickeln. Eigenständige Vertragsgestaltung unter Anleitung. Diskussionen, Übungen, Fallanalysen, fragend-entwickelnde Gruppenarbeiten Seminarvorträge und Diskussion in der Gruppe

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Grundlagen zum wissenschaftlichen Arbeiten.
Vorbereitung für das Modul	Gezieltes Literaturstudium für die Erstellung der Seminararbeit.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studienprogramms	Basisveranstaltung für das gesamte MBA-Programm.
Einsatz in anderen Studienprogrammen	In hervorragender Weise möglich.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Einbindung nachhaltigen Denkens und Handelns in verschiedene Funktionen des Unternehmens (z.B. Personal, Beschaffung, Vertrieb, Produktion).
--

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K90 + StA	50/50

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Kurt M. Maier		
Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner		
Modulart Pflichtfach	ECTS-Punkte 6	Bemerkungen
Workload 6 ECTS-Punkte x 25 = 150 Gesamtstunden		
Workload Anzahl ECTS-Punkte x 25 = Anzahl der Gesamtstunden		

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
Code 1.2.1	Führung und Ethik / Unternehmensethik
Code 1.2.2	Nachhaltige Unternehmensführung
Code 1.2.3	Digitale Ethik

Ermittlung der Workload des Moduls

150 Stunden / 25 = 6 ECTS-Punkte, mit der folgenden Aufteilung (in %)		
Präsenzstunden 40	Selbststudium (Vor- und Nachbearbeitung) 40	Aufgaben / Gruppenarbeiten 20

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION – MBA MANAGEMENT AND COMMUNICATION / FINANCE / PRODUCTION / REAL ESTATE / STRATEGIC FORESIGHT	
Modulbeschreibung	
Modulnummer 105-043 Code 2.2	Modulbezeichnung Medien und Krisenkommunikation

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (Auswahl): - Die Studierenden erwerben detaillierte Kenntnisse über journalistisches Arbeiten im Bereich der Massenmedien. - Durch das Verfassen von Pressemitteilungen und Simulieren von Pressekonferenzen entwickeln sie ihre Kommunikations-, Sprach- und Schreibkompetenz. - Im Zuge eigener protokollierter Recherchen, des Verfassens von Texten und des Erarbeitens von Inhalten einer Pressekonferenz erwerben die Studierenden Kenntnisse der Selbstorganisation und Fertigkeiten der eigenständigen Analyse und Organisation kommunikativer Handlungen, auch im juristischen Kontext. - Die Absolventen kennen die wesentlichen Aufgaben von Investor-Relations-Managern. - Die Absolventen werden die Principal-Agent-Theorie für ihre Beziehung zum Investor Relations Manager nutzen. - Den Absolventen sind sich den vielseitigen und komplexen Aufgaben und Anforderungen in einem sich schnell veränderndem Kapitalmarkt bewusst - Die Teilnehmer sind befähigt spezifische Themen und Anlässe für die TV-Berichterstattung zu erkennen und auf die berufliche Praxis zu übertragen, um Finanzthemen medienwirksam und erfolgreich zu kommunizieren. - Ferner erkennen Sie die wesentlichen Unterschiede der TV-Berichterstattung im Vergleich zur schriftlichen Pressemitteilung. - Die Absolventen sind in der Lage, TV-Interviews im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit sicher, selbstbewusst und unter Beachtung der journalistischen Praxis und Gepflogenheiten erfolgreich zu bewältigen. - Ferner erkennen Sie die wesentlichen Unterschiede der TV-Berichterstattung im Vergleich zur schriftlichen Pressemitteilung. Sie können die unterschiedlichen Medien dementsprechend für ihre unternehmensinternen Öffentlichkeitsarbeit nutzen. - Die Absolventen sind in der Lage, TV-Interviews im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit sicher, selbstbewusst und unter Beachtung der journalistischen Praxis und Gepflogenheiten erfolgreich zu bewältigen.
Inhalte (Auswahl): - Kommunikationstheorien mit Praxisbeispielen - Strukturen und Spielregeln medialer Realität - Öffentlichkeitsarbeit als Teil des Mediensystems - Pressemitteilungen und Fachkommentaren - Strategien der nachhaltigen, Stakeholder-orientierten Kommunikation - Zielgruppen von Investor Relations und deren Besonderheiten - Was Finanzjournalisten wollen!" - Studiotalk: TV-Reporter interviewt Finanzmanager vor Ort - Aufgaben einer TV-Wirtschaftsredaktion
Lehr-/Lernformen: Seminaristischer Unterricht, Präsentationen in Gruppen, Übungen und Fallbeispiele aus der Praxis, Übungen, Rollenspiele, Diskussionen Konkrete TV-Interviews und Übungen im RTL-Fernsehstudio in Köln

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Aufgeschlossenheit für Neues
Vorbereitung für das Modul	Beobachtung der Medienwelt

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studienprogramms	Modulübergreifende Veranstaltung; Persönlichkeitsprägung
Einsatz in anderen Studienprogrammen	Angebot im Rahmen des Step-by-Step-Programms.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Wir gezielt in allen Veranstaltungen des Moduls thematisiert.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
StA	100

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Rainer Nübel		
Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner Dr. Hans Richter, Raimund Brichta		
Modulart Pflichtfach	ECTS-Punkte 6	Bemerkungen

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
Code 2.2.1 a	Umgang mit Medien
Code 2.2.2 b	Investor Relations
Code 2.2.3	Kommunikation und TV-Medientraining

Ermittlung der Workload des Moduls

150 Stunden / 25 = 6 ECTS-Punkte, mit der folgenden Aufteilung (in %)		
Präsenzstunden	Selbststudium (Vor- und Nachbearbeitung)	Aufgaben / Gruppenarbeiten
40	40	20

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION – MBA MANAGEMENT AND COMMUNICATION / FINANCE / PRODUCTION / REAL ESTATE / STRATEGIC FORESIGHT	
Modulbeschreibung	
Modulnummer 105-044 Code 2.3	Modulbezeichnung Empirische Forschung / Betriebliches Projekt

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (Auswahl): ➤ Die Teilnehmer lernen den Prozess wissenschaftlichen Forschens und Erkennens aus der Perspektive verschiedener Ansätze kennen und entwickeln einen differenzierten, wissenschaftlichen Blick auf Kenntnisse und Wissen. ➤ Die Absolventen werden befähigt, Herausforderungen in ihrem beruflichen Umfeld zu erkennen und im Rahmen eines Projektes abzuarbeiten. Sie sind in der Lage einen wissenschaftlich fundierten Projektbericht zu erstellen. ➤ Die Studierenden setzen ihr praktisches und wissenschaftliches Know-how zur Lösung einer unternehmerischen Fragestellung ein. ➤ Die Studierenden sind geübt, nicht zuletzt im Hinblick auf die Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit (Master-Thesis oder Promotion), effizient und zielorientiert zu arbeiten, ihre Zeit optimal zu managen.
Inhalte (Auswahl): ➤ Der Forschungsprozess und Planung einer empirischen Untersuchung ➤ Diskussion der Forschungsfragen und des Forschungsdesigns ➤ Fragebogenerstellung, Datenerhebung und -aufbereitung ➤ Diskussion der Fragebögen und Durchführung einer Umfrage ➤ Diskussion der Stichproben und Auswertung der Daten) Erstellung der schriftlichen Arbeit und Präsentation der Projektergebnisse im Plenum Studienarbeit
Lehr-/Lernformen: Vorlesung, Übungen, Fallstudien und Selbststudium.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Analyse- und Ausdrucksfähigkeit
Vorbereitung für das Modul	

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studienprogramms	Ist insbesondere mit der Erstellung der Masterarbeit sichergestellt.
--	--

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Die Themen Nachhaltigkeit und Ethik sollen im Rahmen der Studienarbeit Berücksichtigung finden.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
StA	100

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Kurt M. Maier		
Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner Prof. Dr. Andreas Frey		
Modulart Pflichtfach	ECTS-Punkte 6	Bemerkungen
Workload 6 ECTS-Punkte x 25 = 150 Gesamtstunden		
Workload Anzahl ECTS-Punkte x 25 = Anzahl der Gesamtstunden		

Ermittlung der Workload des Moduls

150 Stunden / 25 = 6 ECTS-Punkte, mit der folgenden Aufteilung (in %)		
Präsenzstunden 30	Selbststudium (Vor- und Nachbearbeitung) 50	Aufgaben / Gruppenarbeiten 20

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION – MBA MANAGEMENT AND COMMUNICATION / FINANCE / PRODUCTION / REAL ESTATE / STRATEGIC FORESIGHT	
Modulbeschreibung	
Modulnummer 105-045 Code 3.2	Modulbezeichnung Global Markets

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele: - Die Studierenden verfügen über eine um die internationale Dimension erweiterte fachliche Kompetenz. - Sie sind in der Lage, ihre fachlichen Kenntnisse und ihre beruflichen Fähigkeiten in einen erweiterten internationalen Rahmen vergleichend einzuordnen und zu bewerten. - Die Teilnehmer erweitern ihren persönlichen Erfahrungshorizont und bauen bestehende Vorbehalte gegenüber Neu- und Andersartigem ab. - Die Studierenden verfügen über eine erhöhte Bereitschaft kulturelle, ethische und soziale Unterschiede zu erkennen, zu bewerten und auch zu akzeptieren.
Inhalte: 1. Im Rahmen des MBA-Studiums wird ein Modul im Ausland abgeleistet, und zwar entweder – in Form einer Studienreise in ein Land von besonderer ökonomischer, gesellschaftlicher und kultureller Bedeutung (z.B. Dubai, China) oder – in Gestalt eines klar definierten Studienprogramms an einer ausländischen Partnerhochschule (z.B. in Fresno (USA) oder in Olten (Schweiz)) 2. Die inhaltlichen Schwerpunkte liegen dabei auf Themen wie – International Finance and Real Estate Markets – Business and Culture in a Global Environment 3. Mit der California State University, Fresno (USA) ist das Programm "Entrepreneurship: Doing Business in a Global Environment" erarbeitet worden und wird seit 2010 angeboten. Schwerpunkte sind dabei Social Entrepreneurship, Analysing market opportunities and cultural barriers.
Lehr-/Lernformen: Neuartige in dem jeweiligen Land übliche Lehr- und Lernformen (z.B. USA), Besuch von Vorlesungen und Seminaren an den Partnerhochschulen; Gruppendiskussionen und Präsentation von Fallstudien. Besuch von ausländischen Firmen, Organisationen und politischen Gremien und intensive Diskussionen mit Vorständen, Fachkräften oder politischen Funktionsträgern.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Interesse an allem Neuen. Bereitschaft, in fremde Kulturen einzutauchen. Aufgeschlossenheit gegenüber neuen Inhalten, Ideen, Lehr- und Lernmethoden
--	--

Vorbereitung für das Modul	1. Ein i.d.R. zweitägiges Vorbereitungsseminar in Deutschland. 2. Einstimmung in den Studienaufenthalt über gezielte Literatur, Expertenvorträge, Dia- oder Filmpräsentationen. 3. Nachbereitung: Workshop mit Präsentation der Prüfungsleistungen (Seminararbeit) und Bewertung.
-----------------------------------	---

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studienprogramms	Schlüsselmodul mit Beziehung zu fast allen anderen Modulen
Einsatz in anderen Studienprogrammen	Derzeit nicht geplant.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Nachhaltigkeit Diskussion im internationalen Kontext.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
StA	100

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Kurt M. Maier		
Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner		
Modulart Pflichtfach	ECTS-Punkte 6	Bemerkungen Auslandsaufenthalt

Ermittlung der Workload des Moduls

150 Stunden / 25 = 6 ECTS-Punkte, mit der folgenden Aufteilung (in %)		
Präsenzstunden 50	Selbststudium (Vor- und Nachbearbeitung) 40.	Aufgaben / Gruppenarbeiten 10.

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION – MBA MANAGEMENT AND COMMUNICATION / FINANCE / PRODUCTION / REAL ESTATE / STRATEGIC FORESIGHT	
Modulbeschreibung	
Modulnummer 105-046 Code 3.3	Modulbezeichnung Workshop: Management Science

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (Auswahl): - - Komplexe Problemstellungen analysieren, beschreiben und strukturieren - - Forschungsprojekte planen und geeignete Forschungsfragen formulieren - - Wissenschaftliche Literatur systematisch recherchieren, bewerten und nutzen - - Passende Forschungsdesigns und Methoden auswählen und anwenden - - Ergebnisse und den eigenen Erkenntnisbeitrag kritisch reflektieren - - Komplexe Sachverhalte wissenschaftlich und adressatengerecht darstellen
Inhalte (Auswahl): 8. - Forschungszyklus und anwendungsorientierte Forschungsprojekte 9. - Systematische Literaturrecherche, Quellenbewertung, Literature Review und Forschungslandkarten 10. - Theorien, Modelle sowie definitorische, theoretische und konzeptionelle Bezugsrahmen 11. - Forschungsprobleme, Forschungsfragen und Hypothesen 12. - Qualitative, quantitative und gemischte Forschungsdesigns 13. - Fragebogen, Interviews, Fokusgruppen, Beobachtung und Dokumentenanalyse 14. - Sachlogischer Aufbau wissenschaftlicher und praxisorientierter Arbeiten 15. - Exposé als Forschungs- und Projektplan
Lehr-/Lernformen: Workshop; seminaristischer Unterricht; Übungen; Fallstudien; selbstständige Projektarbeit

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens und des Moduls Empirische Forschung	Betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse sind von Vorteil.
--	---

Vorbereitung für das Modul Literaturstudium und Vorbereitung eines möglichen Forschungsthemas	Übungen und Fallstudien
---	-------------------------

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studienprogramms Vertiefung des Moduls Empirische Forschung und Vorbereitung der Masterarbeit	Vertiefungsmodul der Studienrichtung Finance.
Einsatz in anderen Studienprogrammen Einsatz in anderen weiterbildenden Studienprogrammen möglich.	Einsatz im Step-by-Step-Programm aufgrund des modularen Aufbaus sehr gut möglich.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Nachhaltigkeits- und Ethikaspekte werden bei der Wahl und Reflexion von Forschungsproblemen berücksichtigt.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
StA	100

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Christoph Zanker		
Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner Prof. Dr. Rainer Nübel; Prof. Dr. Kurt M. Maier		
Modulart Pflichtfach	ECTS-Punkte 4	Bemerkungen
Workload 4 ECTS-Punkte x 25 = 100 Gesamtstunden		

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
Code 3.3.1	Forschungsprozess, Literatur und Theorie
Code 3.3.2	Forschungsfragen, Forschungsdesign und Methodenwahl
Code 3.3.3	Aufbau wissenschaftlicher Arbeiten und Exposé

Ermittlung der Workload des Moduls

100 Stunden / 25 = 4 ECTS-Punkte, mit der folgenden Aufteilung (in %)		
Präsenzstunden 40	Selbststudium (Vor- und Nachbearbeitung) 40	Aufgaben / Gruppenarbeiten 20

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION – MBA MANAGEMENT AND COMMUNICATION / FINANCE / PRODUCTION / REAL ESTATE / STRATEGIC FORESIGHT	
Modulbeschreibung	
Modulnummer 105-048 Code 9.0	Modulbezeichnung Masterarbeit

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (Auswahl):
Inhalte (Auswahl):
Lehr-/Lernformen:

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse sind von Vorteil.
--	---

Vorbereitung für das Modul	Übungen und Fallstudien
----------------------------	-------------------------

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studienprogramms	Vertiefungsmodul der Studienrichtung Finance.
Einsatz in anderen Studienprogrammen	Einsatz im Step-by-Step-Programm aufgrund des modularen Aufbaus sehr gut möglich.

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
S + M20	75/25

Organisation

Modulverantwortliche/r		
Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner		
Modulart Pflichtfach	ECTS-Punkte 20	Bemerkungen
Workload 20 ECTS-Punkte x 25 = 500 Gesamtstunden		

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	

Ermittlung der Workload des Moduls

500 Stunden / 25 = 20 ECTS-Punkte, mit der folgenden Aufteilung (in %)		
Präsenzstunden	Selbststudium	Aufgaben / Gruppenarbeiten