

Modulhandbuch

„Witten MBA“

mit dem Abschluss

MASTER of Business Administration  
(MBA)

an der Universität Witten/Herdecke

Fakultät für Wirtschaftswissenschaft

Gültigkeit ab Wintersemester 2020/21

Version für Akkreditierung 1.0

Inhalt	
Vorwort / Introduction .....	3
<b>Studienverlaufsplan</b> .....	3
<b>Pflichtmodule</b> .....	4
Modulbeschreibung: Management Basics.....	5
Modulbeschreibung: Managerial Economics .....	7
Modulbeschreibung: Philosophie und Führung .....	9
Modulbeschreibung: Personalführung .....	12
Modulbeschreibung: Strategie und Organisation .....	14
Modulbeschreibung: Investition und Finanzierung.....	17
Modulbeschreibung: Strategisches Marketing und Sales .....	19
Modulbeschreibung: Controlling.....	22
<b>Wahl/Pflichtmodule</b> .....	25
Modulbeschreibung: Corporate Entrepreneurship .....	26
Modulbeschreibung: Kommunikation und Konfliktmanagement.....	28
Modulbeschreibung: Nachhaltigkeitsmanagement .....	31
Modulbeschreibung: Systemisches Beraten und Coachen .....	34
Modulbeschreibung: Technologie- und Innovationsmanagement.....	37
Modulbeschreibung: Change Management .....	40
<b>Interdisziplinäres Führungsmodul</b> .....	43
Modulbeschreibung: Interdisziplinäres Führungsmodul – LV 1 .....	44
Modulbeschreibung: Interdisziplinäres Führungsmodul – LV 1 .....	46
Modulbeschreibung: Interdisziplinäres Führungsmodul – LV 1 .....	48
Modulbeschreibung: Interdisziplinäres Führungsmodul – LV 1 .....	50
Modulbeschreibung: Interdisziplinäres Führungsmodul – LV 2 .....	52

## Vorwort / Introduction

Das vorliegende Modulhandbuch soll dazu dienen, Studierenden und anderen Interessierten einen detaillierten Einblick in Struktur und Inhalte des Masterstudiengangs „**Master of Business Administration** „(MBA)“ zu geben.

Der Masterstudiengang „Witten MBA“ wird zum Wintersemester 2020/21 akkreditiert.

Die Studiensprache dieses Studiengangs ist grundsätzlich Deutsch.

## Studienverlaufsplan

Empfohlenes Semester	Modulkennziffer	Modultitel/Lehrveranstaltungen	Leistungspunkte
<b>1. Semester Wintersemester</b>	1 Pflicht	Management Basics	6
	2 Pflicht	Managerial Economics	6
	3 Pflicht	Philosophie und Führung	6
		<b>Zwischensumme</b>	<b>18</b>
<b>2. Semester Sommersemester</b>	4 Pflicht	Personalführung	6
	5 Pflicht	Strategie und Organisation	6
	(6/7) Wahlpflicht		6
		<b>Zwischensumme</b>	<b>18</b>
<b>3. Semester Wintersemester</b>	8 Pflicht	Investition und Finanzierung	6
	(9/10) Wahl		6
	11 Wahlpflicht	Interdisziplinäres Führungsmodul	6
		<b>Zwischensumme</b>	<b>18</b>
<b>4. Semester Sommersemester</b>	12 Pflicht	Strategisches Marketing und Sales	6
	13 Pflicht	Controlling	6
	(14/15) Wahlpflicht		6
		<b>Zwischensumme</b>	<b>18</b>
<b>5. Semester Wintersemester</b>	Pflicht	Masterarbeit	18
		Kolloquium zur Masterarbeit	
		<b>Zwischensumme</b>	<b>18</b>
<hr/>			
<hr/>			
<b>1. - 5. Semester</b>		<b>SUMME</b>	<b>90</b>

# **Pflichtmodule**

## **Compulsory Modules**

Modulbeschreibung: Management Basics

Modul-Nr./ Code	UW/H_MBA_M1
Modulbezeichnung	Management Basics
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<p>Dieses Modul ist eine Einführung in die Betriebswirtschaftslehre für Führungskräfte. Die Studierenden erhalten dabei wissenschaftlich fundierte und zugleich praxisnahe Einblicke in die relevanten Gestaltungsfelder eines Unternehmens. Das Modul behandelt die Themenbereiche:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Grundlagen der strategischen, operativen und finanzwirtschaftlichen Unternehmenssteuerung</li> <li>2. Wertorientierte Unternehmensführung</li> <li>3. Strategisches Management</li> <li>4. Marketing</li> <li>5. Rechtsformen &amp; Corporate Governance</li> <li>6. Organisation</li> <li>7. Instrumente der Unternehmenssteuerung</li> <li>8. Finanzberichterstattung</li> </ol>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... diskutieren strukturierende Entscheidungsfragen im Rahmen der Unternehmensstrategie.</li> <li>... führen die verschiedenen Betrachtungsebenen der Betriebswirtschaftslehre im Rahmen der strategischen Planung zusammen.</li> <li>... setzen sich mit zentralen Instrumenten der Unternehmenssteuerung auseinander.</li> <li>... lernen die Aufgaben der Kostenrechnung kennen.</li> <li>... beschäftigen sich mit relevanten Fragen des Jahresabschlusses und der Jahresabschlussanalyse.</li> <li>...sind in der Lage, betriebswirtschaftliche Kennzahlen zu interpretieren und zur Unternehmenssteuerung einzusetzen.</li> <li>... kennen die Vor- und Nachteile unterschiedlicher Rechtsformen</li> </ul>
Studiensemester (ggf. Trimester)	1. Studiensemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Das Modul wird einmal jährlich, immer im Wintersemester angeboten.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	<p>Gesamtworkload 150 Stunden Präsenz- und Kontaktzeit: bis zu 35 h Selbstlernphase: 115 Stunden</p>
Art des Moduls (Pflicht, Wahl etc.)	Pflichtmodul

Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul baut nicht auf anderen Modulen des Studiengangs auf. Es wird – bis dato – nicht polyvalent eingesetzt, könnte aber ggf. im Master General Management der Fakultät eingesetzt werden.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme sind Mathematikkenntnisse auf Abiturniveau.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Erik Strauß/ Prof. Dr. Guido Möllering
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Erik Strauß/ Prof. Dr. Guido Möllering
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mindestens ausreichende Leistung in der schriftlichen Modulabschlussprüfung: Klausur.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,67 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Podcast, Webinar, Übungen, Online-Quiz, Diskussionen, Realfälle
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	Ggf. Praxispartner
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Primärliteratur: Busse von Colbe, W., Coenenberg, A. G., Kajüter, P., & Linnhoff, U. (2011). Betriebswirtschaft für Führungskräfte–Eine Einführung in wirtschaftliches Denken und Handeln für Ingenieure, Naturwissenschaftler, Juristen und Geisteswissenschaftler, 4. Auflage

Modulbeschreibung: Managerial Economics

Modul-Nr./ Code	UW/H_MBA_M2
Modulbezeichnung	Managerial Economics
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<p>1. ausgewählte Kapitel der Mikroökonomik</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Der ökonomische Ansatz: Grundlagen</li> <li>• Mikroökonomik: der traditionelle Ansatz <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Markt und Wettbewerb</li> <li>○ Das Verhalten der Anbieter</li> <li>○ Das Verhalten der Nachfrager</li> <li>○ Koordination von Angebot und Nachfrage</li> <li>○ Markt und Wohlfahrt</li> </ul> </li> <li>• Institutionenökonomik: ein moderner Ansatz <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Prinzipal-Agenten-Theorie</li> <li>○ Transaktionskostenökonomik</li> <li>○ Institutionen im Markt</li> <li>○ Marktversagen vs. Staatsversagen</li> <li>○ Verhaltensökonomik</li> </ul> </li> </ul> <p>2. ausgewählte Kapitel der Makroökonomik</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Makroökonomische Daten und ihre Interpretation</li> <li>• Der langfristige Zusammenhang von Geld und Inflation</li> <li>• Phillipskurve und Wirtschaftspolitik</li> <li>• Das Finanzsystem und seine Bedeutung</li> <li>• Fallstudien zur aktuellen Wirtschaftspolitik, z.B.: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Die Geldpolitik von EZB und Fed im Vergleich</li> <li>○ Verschuldungskrisen: das Beispiel Griechenland</li> <li>○ Währungskrisen: das Beispiel Argentinien</li> </ul> </li> </ul>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden...</p> <p>.... können die Logik des ökonomischen Denkens verstehen und auf reale Phänomene anwenden.</p> <p>... kennen grundlegende Modelle der Mikroökonomik, der Institutionenökonomik, der Verhaltensökonomik und der Makroökonomik.</p> <p>...können grundlegende Überlegungen der Mikro-, Institutionen- sowie Makroökonomik konstruktiv und problemorientiert auf aktuelle Themen(gebiete) anwenden.</p> <p>...verfügen durch die Gruppenarbeit mit Präsentation über ausgeprägte soziale und kommunikative Kompetenzen.</p>
Studiensemester (ggf. Trimester)	1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Das Modul wird einmal jährlich, immer im Wintersemester angeboten.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Gesamtworkload 150h Präsenz- und Kontaktzeit: bis zu 35 h Selbstlernphase: 115 Stunden

Art des Moduls (Pflicht, Wahl etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul baut nicht auf anderen Modulen des Studiengangs auf. Es wird –bis dato– nicht polyvalent eingesetzt, könnte aber ggf. im Master General Management der Fakultät eingesetzt werden.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzungen für die Teilnahme sind das Lesen der Pre-Readings sowie Mathematikkenntnisse auf Abiturniveau. Das Modul baut nicht auf anderen Modulen auf.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Dirk Sauerland
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Dirk Sauerland
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Jeweils ausreichende Leistung in zwei Teilprüfungen: individuelle Hausarbeit in Mikroökonomik (geht mit 60% in die Bewertung ein) sowie Gruppenarbeit mit Präsentation in Makroökonomik (geht mit 40% in die Bewertung ein).
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,67 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Podcast, Pre-Readings, Webinar, Vortrag, Übungen, Diskussionen, Fallstudien & Anwendungen, Präsentationen
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Pflichtliteratur: Mankiw, Gregory N. und Mark P. Taylor: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 6. Aufl., Verlag Schäffer-Poeschel, 2016.</p> <p>Zusätzlich empfohlen: Erlei, Mathias, Martin Leschke und Dirk Sauerland: Institutionenökonomik, 3. Aufl., Verlag Schäffer-Poeschel, 2016.</p> <p>Deutsche Bundesbank: Monatsberichte <a href="https://www.bundesbank.de/de/publikationen/berichte/monatsberichte">https://www.bundesbank.de/de/publikationen/berichte/monatsberichte</a></p> <p>Europäische Zentralbank: Wirtschaftsberichte der Europäischen Zentralbank <a href="https://www.bundesbank.de/de/publikationen/ezb/wirtschaftsberichte">https://www.bundesbank.de/de/publikationen/ezb/wirtschaftsberichte</a></p> <p>Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung: Jahresgutachten <a href="https://www.sachverstaendigenrat-wirtschaft.de/publikationen/jahresgutachten.html">https://www.sachverstaendigenrat-wirtschaft.de/publikationen/jahresgutachten.html</a></p>



Modulbeschreibung: Philosophie und Führung

Modul-Nr./ Code	UW/H_MBA_M3
Modulbezeichnung	Philosophie und Führung: Was macht gute Führung aus und woran orientiert sie sich?
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<p>Das Modul thematisiert die Philosophie guter Unternehmensführung. Die Studierenden erhalten maßgebliche Orientierungen aus Quellen der Philosophie zur Ausbildung einer kompetenten Führungspersönlichkeit. Das Spektrum reicht von einer verlässlichen Werteorientierung über ein durchsetzungsstarkes Handlungsbewusstsein und weltläufiger Entscheidungskompetenz bis zur Aufschlüsselung grundlegender Denkformen, die helfen, den Herausforderungen des Managementalltags mit freiem Kopf und offenem Blick zu begegnen. Sie lernen, sich selbst klug zu hinterfragen sowie zwischen unterschiedlichen Denkformen zu wechseln und erweitern so den Möglichkeitsraum unternehmerischer Entscheidungsfindung. Das Motto des Moduls lautet: „Denken handelt“. Mit welchen Denkansätzen lassen sich welche Ziele am besten erreichen und Hindernisse überwinden? Die praxisorientierte Aufschlüsselung unterschiedlicher Rationalitätstypen und Denkformen ermöglicht den Studierenden, Führungsprobleme eigenständig zu analysieren sowie zielführende Lösungswege im Sinne nachhaltig guter Führung zu entwickeln.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Grundbegriffe, Wertemuster und Konzeptionen der Unternehmens- und Führungsethik</li> <li>2. Kritische Reflexion von Chancen und Grenzen ethischer Interventionen</li> <li>3. Grundlagen und Relevanz persönlichen Reputation-Managements</li> <li>4. Bedeutung, Formen und Systematik der ‚Philosophie des Unternehmens‘</li> <li>5. Triebkräfte und Formen familiärer Ökonomien</li> <li>6. Leitbegriffe, Strategien und Taktiken guter Führung und Machtausübung</li> <li>7. Philosophische Methoden zur Entscheidungsfindung und -durchsetzung</li> <li>8. Denkformen und Rationalitätstypen wirtschaftlichen Handelns</li> <li>9. „Denken handelt“ – Beispiele philosophisch inspirierter ‚Best Practice‘</li> <li>10. Einübung einer philosophischen Denkhaltung und Führungssouveränität</li> </ol>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden ...</p> <p>... beurteilen als moralische Ansprüche an sie herangetragene Forderungen kritisch und übersetzen sie in unternehmerische Souveränität und jeweils angemessene ökonomische Systematik (1, 2)</p>

	<p>... entwickeln eine individuelle Strategie des persönlichen Reputation-Managements und öffentlicher Selbstvertretung des eigenen Standes (3).</p> <p>... diskutieren und konzipieren eine tragfähige Idee, worin das Philosophische eines Unternehmens liegt und wie es sich in der Praxis realisieren ließe (4).</p> <p>... ermitteln und analysieren familiäre Einflussfaktoren und erschließen die daraus folgenden ökonomischen Dynamiken (5).</p> <p>... verfügen über ein systematisch vertieftes und erweitertes Verständnis strategischer und taktischer Machtausübung im Rahmen eines erweiterten Entscheidungshorizonts (6, 7).</p> <p>... begreifen die Logik des in der Wirtschaft verwandten Standard-Rationalitätstypus, lernen alternative Denkformen kennen und sie zielgerichtet einzusetzen (8, 9).</p> <p>... erproben und üben eine philosophische Denkhaltung und die Kunst problemlösenden und open-minded wie out-of-the-box-Querdenkens ein (10).</p>
Studiensemester (ggf. Trimester)	1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Das Modul wird einmal jährlich, immer im Wintersemester angeboten.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Gesamtworkload 150h Präsenz- und Kontaktzeit: bis zu 35 h Selbstlernphase: 115 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist ein Pflichtmodul. Es baut nicht auf anderen Modulen des Studiengangs auf. Es wird –bis dato– nicht polyvalent eingesetzt, ist aber auf die didaktischen Bestandteile und Lernergebnisse aus dem Studium fundamentale abgestimmt.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzungen für die Teilnahme ist die erfolgreiche Immatrikulation im Studiengang.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Birger P. Priddat
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Birger P. Priddat Dr. Wolf Dieter Enkelmann
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mindestens ausreichende Leistung in der schriftlichen Modulabschlussprüfung: Hausarbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,67 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Podcast, Literatur-Selbststudium, Webinar, Übungen, virtuelle Teamarbeit, Diskussion, Interaktion,

	Projektarbeit/Gruppenarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Ggf. Praxispartner
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Primärliteratur:</p> <p>Enkelmann, Wolf Dieter/Kratz, Daniel (Hg.): Denken handelt. Philosophie für Manager, 2017.</p> <p>Priddat, Birger P.: Ökonomie und Ethik. Über Reichweiten, Sinn und Geltung von Wirtschaftsethik, (Manuskript) 2017</p> <p>Nietzsche, Friedrich: Zur Genealogie der Moral. Eine Streitschrift, ‚Vorrede‘ und ‚Erste Abhandlung; „Gut und Böse“, „Gut und Schlecht““ (S. 247-289), in: Ders., Sämtliche Werke Bd. 5, 1980.</p> <p>Hegel, G.W.F.: Phänomenologie des Geistes, ‚Die moralische Weltanschauung‘ (S. 442-452), ThW Bd. 3, 1970.</p> <p>Wiedinger, Nika: Das sinnlose Unternehmen. Spaß auf Arbeit? (Manuskript), 2019.</p> <p>Enkelmann, Wolf Dieter/Ciesielski, Martin: Die Renaissance des Dramatischen im Unternehmen (Manuskript), 2019.</p> <p>Enkelmann, Wolf Dieter: Versuch über die Seele des Unternehmens (Manuskript), 2019</p> <p>Erweiterte Primärliteratur:</p> <p>Heidenreich, Felix: Wirtschaftsethik zur Einführung, 2012.</p> <p>Van Aaken, Dominik/Schreck, Phillip.: Theorien der Wirtschafts- und Unternehmensethik, 2012 (daraus die Beiträge zu Karl Homann, Josef Wieland und Peter Ullrich)</p> <p>Weiterführende Literatur:</p> <p>Schäfer, Georg/Schuster, Sören: Machiavelli und Leadership (Manuskript): 2019</p> <p>Enkelmann, Wolf Dieter: Die St. Galler Managementphilosophie oder die Sinnlosigkeit der Unternehmung (Manuskript), 2019.</p> <p>Enkelmann, Wolf Dieter: Das ‚Zoon logon echon‘: Aristoteles’ Konzeption des Homo oeconomicus (Manuskript), 2010.</p>

Modulbeschreibung: Personalführung

Modul-Nr./ Code	UW/H_MBA_M4
Modulbezeichnung	Personalführung
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<p>Dieses Modul thematisiert die Grundlagen der Personalführung. Die Studierenden erhalten dabei wissenschaftlich fundierte und zugleich praxisnahe Einblicke in zentrale Konzepte im Führungskontext. Dadurch wird aktuellen und zukünftigen Führungskräften unmittelbare Handlungskompetenz für ihren Berufsalltag vermittelt. Als Ausgangspunkt und beständiger Referenzpunkt der Betrachtung fungiert dabei die Bestimmung und kritische Analyse der Grundelemente einer Führungsbeziehung.</p> <p>A. Führung und Führungsbeziehungen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Führung als soziale Tatsache</li> <li>- Führungsbeziehungen als Orte lebendiger Führung</li> <li>- Führungsbeziehungen in sozialen Gebilden</li> </ul> <p>B. Entstehung und Entwicklung von Führungsbeziehungen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Führung und die Sicht des Einzelnen</li> <li>- Führung und die Sicht der Gruppe</li> </ul> <p>C. Ausrichtung von Führungsbeziehungen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Motivierende Führungsbeziehungen</li> <li>- Lernförderliche Führungsbeziehungen</li> <li>- Entscheidungsförderung in Führungsbeziehungen</li> </ul> <p>D. Gestaltung von Führungsbeziehungen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestaltung durch Führungsstile</li> <li>- Gestaltung durch Führungsinstrumente</li> <li>- Gestaltung durch Führungs-Controlling</li> </ul>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden ...</p> <p>... entwickeln ein kritisches Verständnis für die unterschiedlichen Sichtweisen, Stile und Gestaltungsinstrumente von Führung und setzen diese kontextbezogen ein.</p> <p>... setzen sich mit der Grundstruktur einer Führungsbeziehung auseinander und bewerten die Bedeutung von Lernen im Führungskontext.</p> <p>...analysieren den Stellenwert von Motivation im Führungskontext aus wissenschaftlicher Perspektive und stellen diesbezüglich Praxisbezüge her.</p> <p>... diskutieren Handlungsoptionen entscheidungstheoretischer Überlegungen für die Führungspraxis.</p>
Studiensemester (ggf. Trimester)	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester

Häufigkeit des Angebots des Moduls	Das Modul wird einmal jährlich, immer im Sommersemester angeboten.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Gesamtworkload 150h Präsenz- und Kontaktzeit: bis zu 35 h Selbstlernphase: 115 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist ein Pflichtmodul. Es baut nicht auf anderen Modulen des Studiengangs auf. Es wird –bis dato– nicht polyvalent eingesetzt.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme sind Englischkenntnisse auf Abiturniveau.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Marcel Hülsbeck
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Marcel Hülsbeck
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mindestens ausreichende Leistung in der schriftlichen Modulabschlussprüfung: Klausur.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,67 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Podcast, Webinar, Übungen, Online-Quiz, Diskussionen, Realfälle
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	Ggf. Praxispartner
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Primärliteratur: Weibler, Jürgen: Personalführung, 3. Auflage, 2016.</p> <p>Weiterführende Literatur: Glynn, Mary Ann/Raffaelli, Ryan: Uncovering Mechanisms of Theory Development in an Academic Field: Lessons from Leadership Research, in: The Academy of Management Annals, 4(1), S. 359-401, 2010.</p> <p>von Rosenstiel, L./Regnet, E./Domsch, M.: Führung von Mitarbeitern, 7. Auflage, 2014.</p> <p>Weibler, Jürgen: Entzauberung der Führungsmythen, 2013.</p> <p>Weibler, Jürgen: Frauen als Fremdkörper im Management? Eine schonungslose Analyse der Führungssituation von Frauen und eine machtvoll Empfehlung, 2016.</p>

Modulbeschreibung: Strategie und Organisation

Modul-Nr./ Code	UW/H_MBA_M5
Modulbezeichnung	Strategie & Organisation
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<p>Dieses Modul thematisiert Strategie und Organisation als grundlegende Funktionen unternehmerischen Handelns. Die Studierenden erhalten wissenschaftlich fundierte und zugleich praxisnahe Einblicke in zentrale Konzepte der übergreifenden Gestaltung und Führung von Unternehmen. Dadurch wird aktuellen und zukünftigen Führungskräften unmittelbare Handlungskompetenz für ihren Berufsalltag vermittelt. Ein besonderer Fokus liegt auf einem realitätsnahen Verständnis von Organisationen und den daraus sich ergebenden strategischen Gestaltungsmöglichkeiten. Durchgängig wird für die besondere Verantwortung von Führungskräften in Strategie- und Organisationsprozessen und deren Auswirkungen auf die Organisationen sensibilisiert.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Grundbegriffe Strategie und Organisation</li> <li>2. Gestaltung organisationaler Strukturen</li> <li>3. Informale Organisation und Unternehmenskultur</li> <li>4. Organisation und Strategie als rekursive Dimensionen</li> <li>5. Stakeholdermanagement in der Organisations- und Strategiearbeit</li> <li>6. Normatives, strategisches und operatives Management</li> <li>7. Strategische Analyse und Unternehmensumwelt</li> <li>8. Strategiebestimmung und -umsetzung</li> <li>9. Prozesse und Praktiken der Strategieentwicklung und -aktivierung</li> </ol>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... erkennen Gegenstand, Prozesse und Herausforderungen der Strategie- und Organisationsgestaltung.</li> <li>... erwerben fundierte Kenntnisse über wichtige Konzepte und Theorien im Bereich Strategie und Organisation.</li> <li>... lernen Organisationen in ihrer Mehrdimensionalität zwischen Strukturen und Akteuren zu verstehen.</li> <li>... überblicken die Analyse- und Gestaltungsmöglichkeiten für Führungskräfte bei der Unternehmensführung.</li> <li>... kooperieren in Teams, um komplexe Herausforderungen von Unternehmen lösungsorientiert zu bearbeiten, indem sie ihre eigenen Anliegen aus ihrer Unternehmenspraxis bearbeiten (so gehen persönliches Lernen und Organisations- und Strategieentwicklung Hand in Hand).</li> <li>... reflektieren kritisch die eigene Rolle als Führungskräfte mit strategisch-organisatorischer Verantwortung.</li> </ul>

	... diskutieren kompetent mit anderen Führungskräften und Experten zu aktuellen Fragen im Bereich Strategie und Organisation.
Studiensemester (ggf. Trimester)	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Das Modul wird einmal jährlich, immer im Sommersemester angeboten.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Gesamtworkload 150h Präsenz- und Kontaktzeit: bis zu 35 h Selbstlernphase: 115 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist ein Pflichtmodul. Es baut thematisch auf dem Modul Management-Basics auf. Es wird -bis dato- nicht polyvalent eingesetzt.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzungen für die Teilnahme sind Management-Basics-Kenntnisse sowie Mathematikkenntnisse auf Abiturniveau.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Guido Möllering
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Guido Möllering
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mindestens ausreichende Leistung in der schriftlichen Modulabschlussprüfung: Hausarbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,67 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Podcast, Webinar, Übungen, Diskussionen, Reflexionsübungen
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	Die Präsenzveranstaltung findet in Zusammenarbeit mit Lehrbeauftragten der Unternehmensberatung Metaplan GmbH statt, einer auf Strategie und Organisationsberatung spezialisierten Beratungsgesellschaft. Dr. Wiebke Gronemeyer (Metaplan GmbH) Dr. Bennet van Well (Metaplan GmbH)
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Primärliteratur: Schreyögg, G./Koch, J.: Grundlagen des Managements, 3. Auflage, 2014.  Weiterführende Literatur: Johnson, G./Whittington, R./Scholes, K./Angwin, D./Regnér, P.: Strategisches Management: Eine Einführung, 11. Aufl., 2018.

	<p>Schreyögg, G./Geiger, D.: Organisation: Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, 6. Auflage, 2016.</p> <p>Ein spezifischer Reader mit ausgewählten Texten der Strategie- und Organisationsliteratur.</p>
--	---



Modulbeschreibung: Investition und Finanzierung

Modul-Nr./ Code	UW/H_MBA_M8
Modulbezeichnung	Investition & Finanzierung
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<p>Dieses Modul thematisiert die Grundlagen von Finanzierung und Investition. Die Studierenden erhalten dabei wissenschaftlich fundierte und zugleich praxisnahe Einblicke in die zentralen Untersuchungsobjekte der betrieblichen Finanzwirtschaft. Im Fokus der Vermittlung und kritischen Analyse stehen dabei maßgebliche Finanzierungsformen und Finanzierungsinstrumente in den Bereichen Außenfinanzierung und Innenfinanzierung. Darüber hinaus gelangen relevante Investitionsrechenverfahren statischer und dynamischer Natur zur Anwendung und kritischen Reflexion.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Einleitung</li> <li>2. Finanzwirtschaftliche Grundlagen</li> <li>3. Beteiligungsfinanzierung</li> <li>4. Kreditfinanzierung</li> <li>5. Innenfinanzierung</li> <li>6. Finanzwirtschaftliche Unternehmensanalyse</li> <li>7. Grundlagen von Investitionsentscheidungen</li> <li>8. Statische Investitionsrechenverfahren</li> <li>9. Dynamische Investitionsrechenverfahren</li> </ol>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... differenzieren die institutionellen Besonderheiten der betrieblichen Finanzwirtschaft (1, 2).</li> <li>... vergleichen und bewerten die Optionen zur Beteiligungsfinanzierung nicht emissionsfähiger und emissionsfähiger Unternehmen (3).</li> <li>... analysieren und reflektieren kritisch zentrale Instrumente der kurzfristigen und langfristigen Kreditfinanzierung (4).</li> <li>... diskutieren kritisch verschiedene Möglichkeiten zur Innenfinanzierung (5).</li> <li>... reflektieren kritisch die Bedeutung der finanzwirtschaftlichen Kennzahlenanalyse (6).</li> <li>... vergleichen und beurteilen kritisch die Aussagefähigkeit statischer und dynamischer Investitionsrechenverfahren (7).</li> <li>... bringen relevante Investitionsrechenverfahren zur Anwendung und beurteilen die absolute wie relative Vorteilhaftigkeit potentieller Investitionsprojekte (8, 9).</li> <li>...analysieren ihr eigenes berufliches Handeln auf der Basis theoretischen, methodischen, praktischen und verantwortungsethischen Wissens (1-9)</li> </ul>
Studiensemester (ggf. Trimester)	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Das Modul wird einmal jährlich, immer im Wintersemester angeboten.

Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Gesamtworkload 150h Präsenz- und Kontaktzeit: bis zu 35 h Selbstlernphase: 115 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist ein Pflichtmodul. Es baut sinnvoll auf dem Modul „Management Basics“ auf. Inhaltlich weist es teilweise Parallelen zu dem Modul „Investition und Finanzierung“ aus dem Masterstudiengang „General Management“ auf.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzungen für die Teilnahme sind Management-Basics-Kenntnisse sowie Mathematikkenntnisse auf Abiturniveau.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Erik Strauß
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Erik Strauß Prof. Dr. Marcel Tyrell
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mindestens ausreichende Leistung in der schriftlichen Modulabschlussprüfung: Klausur.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,67 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Podcast, Webinar, Übungen, Diskussionen, Gruppenarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Ggf. Praxispartner
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Primärliteratur: Pape, Ulrich: Grundlagen der Finanzierung und Investition, 3. Auflage, 2015.  Weiterführende Literatur: Hirth, Hans: Grundzüge der Finanzierung und Investition, 4 Auflage, 2017  Olfert, Klaus: Finanzierung, 17. Auflage, 2017.  Olfert, Klaus: Investition, 13. Auflage, 2015.

Modulbeschreibung: Strategisches Marketing und Sales

Modul-Nr./ Code	UW/H_MBA_M12
Modulbezeichnung	Strategisches Marketing, Marketing Management & Sales
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<p>Dieses Modul thematisiert die Grundlagen des Marketings. Die Studierenden erhalten dabei wissenschaftlich fundierte und zugleich praxisnahe Einblicke in zentrale Aspekte des Marketing - verstanden als Leitkonzept einer markt- und kundenorientierten Unternehmensführung. Dieses anwendungsorientierte Modul ermöglicht es den Studierenden, Marketingprobleme zu analysieren und eigenständig Problemlösungen zu erarbeiten. Im Fokus der Vermittlung, Analyse und Anwendung stehen dabei die Ziele, Aufgaben, Instrumente und Methoden eines modernen Marketingmanagements. Die Veranstaltung ist inhaltlich in drei Teile gegliedert:</p> <p>(I) Strategisches Marketing</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Grundbegriffe und –Konzepte des Marketings</li> <li>3. Wettbewerbsvorteil / Positionierung</li> <li>4. Definition des relevanten Marktes</li> <li>5. Segmentierung (Kunden- und Wettbewerbssegmentierung)</li> <li>6. Targeting (Auswahl von relevanten Märkten)</li> <li>7. Entwicklung von Marketingstrategien (Preis- und Qualitätsführerschaft, Zeit)</li> </ol> <p>(II) Marketing Management</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>8. Marken Management</li> <li>9. Produktpolitik</li> <li>10. Preispolitik</li> <li>11. Kommunikationspolitik</li> </ol> <p>(III) Sales / Vertriebspolitik</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>12. Grundlagen der Vertriebspolitik</li> <li>13. Direkter und indirekter Vertrieb</li> <li>14. Distributionsstruktur</li> <li>15. Besonderheiten des B2B Vertriebs (z.B. Buying- und Selling-Center)</li> <li>16. Verkaufskonzeptionen (z.B. Arten des Verkaufs, Vertrieb je nach Phase der Kundenbeziehung)</li> </ol> <p>Strukturell ergeben sich zwei unterschiedliche Phasen der Veranstaltung:</p> <p>(I) Vermittlung von Grundlagenwissen</p> <p>(II) Anwendung der erworbenen Kenntnisse</p>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden ...</p> <p>... differenzieren die institutionellen Besonderheiten des Marketings je nach zu bearbeitender Zielgruppe und Marktbesonderheiten (1).</p>

	<p>... vergleichen und bewerten den Einsatz strategischer Analyseinstrumente anhand verschiedener relevanter Praxisbeispiele (1,2).</p> <p>... erstellen einen Marketingplan für ein konstruiertes Marketingprojekt und reflektieren kritisch mögliche Problemfelder (2).</p> <p>... entwickeln (in kooperativer Gruppenarbeit) Positionierungs-, Marken-, Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationsstrategien für ein selbst konstruiertes Marketingprojekt (2,3).</p> <p>... analysieren und reflektieren über ihr eigenes berufliches Handeln auf der Basis des theoretischen, methodischen, praktischen und verantwortungsethischen Wissens (4).</p>
Studiensemester (ggf. Trimester)	4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Das Modul wird einmal jährlich, immer im Sommersemester angeboten.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Gesamtworkload 150h Präsenz- und Kontaktzeit: bis zu 35 h Selbstlernphase: 115 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist ein Pflichtmodul. Es baut thematisch nicht auf anderen Modulen des Studiengangs auf. Es wird -bis dato- nicht polyvalent eingesetzt.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme sind Englisch- und Mathematikkenntnisse auf Abiturniveau.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Michael Steiner
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Michael Steiner
Lehrsprache	Deutsch & Englisch (Planspiel)
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mindestens ausreichende Leistungen in der schriftlichen Modulabschlussprüfung: Hausarbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,67 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Podcast, Webinar, Übungen, virtuelle Teamarbeit, Diskussion, Interaktion, Projektarbeit/ Gruppenarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Planspiel in englischer Sprache
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Primärliteratur: Meffert, Heribert/Burmann, Christoph/Kirchgeorg, Manfred/Eißenbeiß, Maik: Marketing, 13. Auflage, 2018.

	<p>Erweiterte Primärliteratur: Backhaus, Klaus/Schneider/Helmut: Strategisches Marketing, 3. Auflage, 2019.</p> <p>Weiterführende Literatur: Albers, Sönke/Krafft, Manfred: Vertriebsmanagement, 2013.</p> <p>StratX: Markstrat Manual, 2019.</p>
--	---

Modulbeschreibung: Controlling

Modul-Nr./ Code	UW/H_MBA_M13
Modulbezeichnung	Controlling
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<p>Dieses Modul thematisiert die Grundlagen des Controllings. Die Studierenden erhalten dabei wissenschaftlich fundierte und zugleich praxisnahe Einblicke in die unterschiedlichen Themenkomplexe des Fachs. Die steigenden Anforderungen an das Zusammenspiel zwischen Controllern und Managern bilden dabei den beständigen Horizont einer Darstellungsweise, die zum einen betriebswirtschaftlich-theoretisch agiert, und zum anderen maßgeblich auf Praxiserfahrungen rekurriert. Dieses Vorgehen ermöglicht es den Studierenden, Kernfragen und zentrale Problemfelder des Controllings zu identifizieren, zu analysieren und mögliche Problemlösungen zu bedenken respektive eigenständig zu erarbeiten. Im Fokus der Vermittlung und Analyse stehen dabei die Ziele, Aufgaben, Konzepte und Instrumentarien verschiedener Ebenen moderner Controllertätigkeit.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Controller, Controllership und Controlling: Grundlagen und Abgrenzung</li> <li>2. Controlling als Rationalitätssicherung der Führung</li> <li>3. Plankoordination als Kontext des Controllings</li> <li>4. Grundfragen der Informationsversorgung</li> <li>5. Kennzahlen und Kennzahlensysteme</li> <li>6. Verrechnungspreise</li> <li>7. Berichtswesen</li> <li>8. Grundfragen der Planung und Kontrolle</li> <li>9. Operative Planung und Kontrolle</li> <li>10. Taktische Planung und Kontrolle</li> <li>11. Strategische Planung und Kontrolle</li> <li>12. Grundfragen der Gestaltung des Controllerbereichs</li> <li>13. Organisation des Controllerbereichs</li> <li>14. Controllerbezogene Gestaltungsfragen</li> <li>15. Der Controllererfolg</li> </ol>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... differenzieren die institutionellen Besonderheiten des Controllings und der relevanten Controllingkonzeptionen (1,2, 3, 4).</li> <li>... beurteilen kritisch verschiedene Kennzahlen des Controllings und berechnen diese (5).</li> <li>... analysieren Grundfragen der Planung und Kontrolle in operativer, taktischer und strategischer Hinsicht und beurteilen und reflektieren diese kritisch (3, 8, 9, 10, 11).</li> <li>... formulieren Gestaltungsempfehlungen für das Berichtswesen und diskutieren diese kritisch (7).</li> </ul>

	<p>... diskutieren theoretisch fundiert controllerbezogene Gestaltungsfragen und setzen sich mit Möglichkeiten zur Messung des Controllererfolgs kritisch auseinander (12, 13, 14).</p> <p>... werden dazu befähigt, sich auf wissenschaftlichem Niveau mit Fachvertretern über Daten, Informationen, Denkansätze, Probleme und Problemlösungsoptionen im Kontext des Controllings kritisch auszutauschen (1-14).</p> <p>...analysieren ihr eigenes berufliches Handeln auf der Basis theoretischen, methodischen, praktischen und verantwortungsethischen Wissens (1-14)</p>
Studiensemester (ggf. Trimester)	4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Das Modul wird einmal jährlich, immer im Sommersemester angeboten.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Gesamtworkload 150h Präsenz- und Kontaktzeit: bis zu 35 h Selbstlernphase: 115 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist ein Pflichtmodul. Es baut inhaltlich sinnvoll auf dem Modul „Management-Basics“ auf. Es wird -bis dato- nicht polyvalent eingesetzt.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzungen für die Teilnahme sind Management-Basics-Kenntnisse sowie Mathematikkenntnisse auf Abiturniveau.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Erik Strauß
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Erik Strauß
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mindestens ausreichende Leistung in der schriftlichen Modulabschlussprüfung: Klausur
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,67 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Podcast, Webinar, Übungen, Diskussion, Berechnungen
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Ggf. Praxispartner
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Primärliteratur: Weber, Jürgen/Schäffer, Utz: Einführung in das Controlling, 15. Auflage, 2016.

	<p>Weiterführende Literatur:</p> <p>Fischer, Thomas M./Möller, Klaus/Schultze, Wolfgang: Controlling: Grundlagen, Instrumente und Entwicklungsperspektiven, 2. Auflage, 2015.</p> <p>Hoffjahn, Andreas/Kanuer, Thorsten/Wömpener, Andreas (Hrsg.): Controlling, : Konzeptionen - Instrumente - Anwendungen, 2017.</p> <p>Weber, Jürgen/Schäffer, Utz Binder/Christoph: Einführung in das Controlling - Übungen und Fallstudien mit Lösungen, 3. Auflage, 2016.</p>
--	--



# **Wahl/Pflichtmodule**

## **Selectable Modules**

Modulbeschreibung: Corporate Entrepreneurship

Modul-Nr./ Code	UW/H_MBA_M6
Modulbezeichnung	Corporate Entrepreneurship
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<p>Um nachhaltige Wettbewerbsvorteile zu realisieren, sind Unternehmen zunehmend herausgefordert, neue Entwicklungsperspektiven jenseits klassischer Maßnahmen wie M&amp;A, kontinuierlicher Verbesserung oder inkrementeller Innovation zu realisieren. Das Corporate Entrepreneurship (CE) beschreibt in diesem Kontext die Identifikation, Entwicklung und Realisierung neuer Unternehmen, Geschäftseinheiten oder Geschäftsmodelle aus der bestehenden Organisation heraus. Die Herausforderung liegt darin, geeignete Managementansätze für das CE zu identifizieren und bestehende Rigiditäten zu überwinden. Das Modul adressiert diese Thematik theoriebasiert und praxisnah und vermittelt den Teilnehmenden relevante Kompetenzen um eine aktive Rolle im CE, als Geschäftsführer, Intrapreneur oder als Berater einzunehmen. Das Modul thematisiert die Herausforderungen, etablierte Unternehmen unternehmerisch (entrepreneurial) zu gestalten. Entlang eines unternehmerischen Prozesses werden hierzu wesentliche Fragen erörtert und Lösungsansätze erarbeitet: Worum handelt es sich und worin grenzt sich CE von klassischem Unternehmertum ab? Warum wird CE benötigt? Welche wesentlichen Herausforderungen stellen sich und welche Widerstände müssen überwunden werden? Welche Maßnahmen bestehen, um CE in der Organisation zu verankern?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Grundlagen und Bedeutung des Corporate Entrepreneurship</li> <li>2. Formen und Merkmale des Corporate Entrepreneurship</li> <li>3. Organisationale und individuelle Hürden des Corporate Entrepreneurship</li> <li>4. Rolle und Funktionen der Stakeholder im Corporate Entrepreneurship</li> <li>5. Ansatzpunkte zur Veränderung von Unternehmen im Sinne von Corporate Entrepreneurship</li> </ol>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>...können die organisationalen und unternehmerischen Implikationen des CE kritisch bewerten.</li> <li>... erkennen die Bedeutung des CE für die Realisierung nachhaltiger Wettbewerbsvorteile.</li> <li>... können potenziellen Hürden des CE proaktiv begegnen.</li> <li>... sind in der Lage alternative Maßnahmen zur Umsetzung von CE systematisch zu bewerten und auszuwählen.</li> <li>... können geeignete Tools und Methoden des CE einsetzen.</li> </ul>

Studiensemester (ggf. Trimester)	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Das Modul wird einmal jährlich, immer im Sommersemester angeboten.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Gesamtworkload 150h Präsenz- und Kontaktzeit: bis zu 35 h Selbstlernphase: 115 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Teil des Schwerpunkts „Sustainable Entrepreneurship“. Es baut nicht auf anderen Modulen auf. Es wird -bis dato- nicht polyvalent eingesetzt.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme ist die Wahl des Schwerpunkts „Sustainable Entrepreneurship“.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Marcel Hülsbeck
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Thomas Claus
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mindestens ausreichende Leistung in der Modulabschlussprüfung: Gruppenpräsentation eines festgelegten Themas und die schriftliche Lernprozessdokumentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,67 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Podcast, Webinar, Übungen, virtuelle Teamarbeit, Diskussion, Interaktion, Projektarbeit/ Gruppenarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Beitrag eines Praxispartners
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Primärliteratur: Engelen, A./ Engelen, M./ Bachmann, J.T (2015): Corporate Entrepreneurship – Unternehmerisches Management in etablierten Unternehmen, Springer Gabler Verlag, Wiesbaden  Weitere Literatur ist abhängig von aktuellen Entwicklungen und Fragestellungen und wird zu Beginn des Moduls bekannt gegeben.

Modulbeschreibung: Kommunikation und Konfliktmanagement

Modul-Nr./ Code	UW/H_MBA_M7
Modulbezeichnung	Kommunikation und Konfliktmanagement
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<p>Dieses Modul thematisiert die theoretischen und praktischen Grundlagen alltäglicher und professioneller Kommunikation und bezieht diese auf die Möglichkeiten des nachhaltigen Konfliktmanagements in Organisationen und in Teams. Die Studierenden erhalten dabei wissenschaftlich fundierte und zugleich praxisnahe Einblicke in die relevanten Gestaltungsfelder professioneller Konfliktarbeit in Organisationen und im Teamkontext. Im Fokus der Vermittlung und Analyse stehen dabei relevante Methoden und Interventionsstrategien zur Konfliktlösung - auch für den Fall stark eskalierter Organisations- und Teamkonflikte.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sozialwissenschaftliche, insbesondere sozialpsychologische und soziologische, u.a. humanistische und systemische Kommunikationstheorien</li> <li>2. Organisationstheorien und Theorie der Gruppendynamik</li> <li>3. Sozialwissenschaftliches, insbesondere systemtheoretisches Organisations-, Team- und Konfliktverständnis</li> <li>4. Methoden systemischer Konfliktklärung, u.a. klassische Mediation und systemische Aufstellungen in Gruppen, Teams und im Einzelsetting</li> </ol>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>...erlangen einen Zuwachs an kognitiven Wissens-, emotionalen Haltungs- und aktionalen Handlungskompetenzen.</li> <li>... haben sich mit ihren eigenen Erfahrungen in Organisationen und Teams, insbesondere auch bei Konflikten auseinandergesetzt sowie reflektiert, welche Rolle sie bisher diesbezüglich hatten.</li> <li>... haben sich klassische und aktuelle Kommunikationstheorien erarbeitet und können diese anwenden, um soziale Situationen in Organisations- und Teamkontexten zu beschreiben, zu erklären und zu bewerten.</li> <li>... kennen Organisations-, Team- und Konflikttheorien, können diese nutzen, um alltägliche Problemstellungen in ihren Arbeitskontexten zu beschreiben, zu erklären und zu bewerten.</li> <li>... können Konflikte in Organisationen sowie in Teamkontexten beschreiben und erklären sowie methodisch professionell und situationsangemessen interviewen.</li> <li>... können Gespräche zur Konfliktklärung in Organisationen- und in Teams professionell vorbereiten und durchführen.</li> <li>... können spezifische Methoden und Techniken nutzen, um in konflikthaften Situationen sowohl deeskalierend zu wirken als</li> </ul>

	auch Konfliktklärungen herbeizuführen, etwa durch die Methode der Mediation.
Studiensemester (ggf. Trimester)	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Das Modul wird einmal jährlich, immer im Sommersemester angeboten.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Gesamtworkload 150h Präsenz- und Kontaktzeit: bis zu 35 h Selbstlernphase: 115 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Teil des Schwerpunkts „Change Management“. Es baut nicht auf anderen Modulen auf. Es wird – bis dato – nicht polyvalent eingesetzt.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme ist die Wahl des Schwerpunkts „Change Management“.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Heiko Kleve
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Heiko Kleve
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mindestens ausreichende Leistung in der Modulabschlussprüfung: Gruppenpräsentation eines festgelegten Themas und die schriftliche Lernprozessdokumentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,67 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Podcast, Webinar, Übungen, virtuelle Teamarbeit, Diskussion, Interaktion, Projektarbeit/ Gruppenarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Praxispartner
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Primärliteratur: Plate, Markus: Grundlagen der Kommunikation. Gespräche effektiv gestalten, 2015.  Besemer Christoph: Mediation. Die Kunst der Vermittlung in Konflikten, 2016.  Erweiterte Primärliteratur:  Baecker, Dirk: Kommunikation, 2002/2012.

	<p>Kolodej, Christa: Strukturaufstellungen für Konflikte, Mobbing und Mediation. Wiesbaden, 2016/2019.</p> <p>Schulz von Thun, Friedemann et al.: Miteinander reden. 4 Bände, 2019.</p> <p>Watzlawick, Paul et al.: Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien, 1969.</p>
--	---

Modulbeschreibung: Nachhaltigkeitsmanagement

Modul-Nr./ Code	UW/H_MBA_M9
Modulbezeichnung	Nachhaltigkeitsmanagement
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<p>Klimawandel, Plastik, Menschenrechte in der Lieferkette, Tierwohl – immer mehr Nachhaltigkeitsthemen drängen in den Verantwortungsbereich von Unternehmen. Aber wie gelingt es Unternehmen „Nachhaltigkeit“ ganzheitlich und systematisch in das strategische Management zu integrieren, so dass sich dauerhafte Wettbewerbsvorteile generieren lassen? Wie können bestehende Geschäftsmodelle nachhaltiger gestaltet werden und wo sind disruptive Modelle notwendig, will das Unternehmen die license to operate nicht in den nächsten Jahren verlieren?</p> <p>In diesem Modul werden vor dem Hintergrund der UN Sustainability Goals die Grundlagen eines nachhaltigeren Wirtschaftens aus theoretischer und praktischer Sicht vermittelt.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definition und Abgrenzung: Nachhaltigkeitsmanagement, Nachhaltiges Wirtschaften, Corporate (Social) Responsibility, Corporate Citizenship</li> <li>2. Dynamisches Phasen-Modell: Nachhaltiger Wirtschaften (Risikomanagement/Effizienz, Changemanagement/Innovation, Transformation/gesellschaftliche Wirkung)</li> <li>3. Aktuelle Beispiele aus der Unternehmenspraxis</li> </ol> <p>So lernen die Studierenden bestehende Geschäftsmodelle in Punkto Nachhaltigkeit zu reflektieren, einzuordnen und mögliche Entwicklungspfade für das eigene Unternehmen zu erkennen. Zudem werden im Modul verschiedene instrumentale/methodische Kompetenzen vermittelt (Integrierte Managementsysteme, Wesentlichkeits-Matrix, Anspruchsgruppen-Analyse, Hot-Spot-Screening, Klimabilanzierung).</p> <p>Vor dem Hintergrund der erlernten fachlichen und methodischen Kompetenzen werden schließlich die zentralen Elemente eines Nachhaltigkeitsmanagementsystems identifiziert und Erfolgsfaktoren und Stolpersteine bei der Umsetzung von Nachhaltigkeit erörtert.</p>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden...</p> <p>... kennen die Grundlagen der Idee der Nachhaltigkeit und können die Herkunft des Begriffs wiedergeben.</p> <p>...können die wichtigsten Schwerpunkte der internationalen und deutschen Nachhaltigkeitspolitik nennen.</p> <p>...definieren, bewerten, vergleichen Konzepte des nachhaltigen Wirtschaftens</p>

	<p>...hinterfragen kritisch theoretische Ansätze durch deren Überprüfung an praktischen Beispielen im Spannungsfeld zwischen Gewinn- und Gemeinwohlorientierung</p> <p>...lernen wie sich der Status quo von Nachhaltigkeit in Unternehmen messen und bewerten lässt und welche Reifephasen ein Unternehmen auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit durchlaufen kann.</p> <p>...beschreiben diese Phasen und illustrieren sie mit Beispielen aus der Praxis.</p> <p>...kennen sie die wichtigsten Elemente eines funktionierenden Nachhaltigkeitsmanagements (z.B. Wesentlichkeitsmatrix) und</p> <p>...beurteilen, welche Strategien und/oder Instrumente in welchem Anwendungskontext geeignet sind.</p> <p>...können zentrale Herausforderungen für die Umsetzung von Nachhaltigkeit benennen und Gründe darlegen, warum nachhaltigeres Wirtschaften ökonomisch rational ist.</p>
Studiensemester (ggf. Trimester)	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Das Modul wird einmal jährlich, immer im Wintersemester angeboten.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Gesamtworkload 150h Präsenz- und Kontaktzeit: bis zu 35 h Selbstlernphase: 115 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Teil des Schwerpunkts „Sustainable Entrepreneurship“. Es baut nicht auf anderen Modulen auf. Es wird -bis dato- nicht polyvalent eingesetzt.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme ist die Wahl des Schwerpunkts „Sustainable Entrepreneurship“.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Dr. Christian Geßner Dr. Axel Kölle
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Dr. Christian Geßner Dr. Axel Kölle
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mindestens ausreichende Leistung in der schriftlichen Modulabschlussprüfung: Hausarbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,67 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Podcast, Vortrag, Diskussionen, virtuelle Gruppenarbeit, Praxisfallbeispiele
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Gastvorträge von Unternehmensvertretern



<p>Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<p>Pflichtliteratur:</p> <p>Geßner, C./ Kölle, A./ Ludemann, K./ Schäfer, F./ Rübhelke-Alo, M./ Diekmann, V. (2016): Nachhaltiger Wirtschaften: Vom Selbst-Check zum zertifizierbaren ZNU-Standard, in: Grothe, A. (Hrsg.): Bewertung unternehmerischer Nachhaltigkeit – Modelle und Methode zur Selbstbewertung, Erich Schmidt Verlag, Berlin, S.131-137</p> <p>Geßner, C./ Kölle, A./ Ludemann, K. et al (2018) ZNU Standard Nachhaltiger Wirtschaften, ZNU-Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung, Universität Witten/Herdecke. Download unter <a href="https://www.znu-standard.com/download/">https://www.znu-standard.com/download/</a> Dokumente Z1 und Z2.</p> <p>Geßner, Christian (2008) Unternehmerische Nachhaltigkeitsstrategien – Konzeption und Evaluation. Peter Lang Verlag. Kapitel 4 (Pflicht), Kapitel 2 und 3 (empfohlen).</p> <p>Kölle, Axel (2008) Risikomanagement als strategisches Instrument zum Nachhaltigen Wirtschaften. Verlag Dr. Kovac.</p> <p>Zusätzlich empfohlen:</p> <p>Grothe, A. (Hrsg.): Bewertung unternehmerischer Nachhaltigkeit – Modelle und Methode zur Selbstbewertung, ESV Erich Schmidt Verlag, Berlin</p> <p>Buchenau, P./Geßner, M./ Geßner, C./ Kölle, A. (Hrsg.) (2015) Chefsache Nachhaltigkeit. - Praxisbeispiele aus Unternehmen, Springer Gabler Verlage, Wiesbaden.</p>
---	--

Modulbeschreibung: Systemisches Beraten und Coachen

Modul-Nr./ Code	UW/H_MBA_M10
Modulbezeichnung	Systemisches Beraten & Coachen
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<p>In diesem Modul werden die Grundlagen des professionellen Coachings in Führungs-, Beratungs- und Alltagssituationen thematisiert. Die Studierenden erhalten theoretisch fundierte und zugleich praxisnahe Einblicke in die relevanten Gestaltungsfelder systemischer Beratungs- und Coaching-Arbeit. Im Fokus der Vermittlung und Analyse stehen dabei die Basiskonzepte der humanistischen Psychologie und des systemischen Denkens und Handelns – vor dem Hintergrund der Ausgestaltung einer systemischen Haltung und Methodik. Darauf aufbauend erfahren zentrale Interventionsinstrumente der Gesprächsführung und der systemischen Visualisierung eine praxisorientierte Auseinandersetzung. Dabei werden Möglichkeiten zum Aufbau einer konstruktiven, von Empathie, Akzeptanz und Kongruenz geprägten professionellen Beratungs- und Coaching-Beziehung erörtert, diskutiert und anhand von Übungen eingeübt.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Systemisches Arbeiten in Beratung und Coaching ist Wissen um soziale Komplexität, Haltung im Umgang mit dieser Komplexität und Handlungskompetenz, um passend zu intervenieren</li> <li>2. Ablauf eines systemischen Gesprächs in Beratung und Coaching</li> <li>3. Klientenzentrierte und systemische Gesprächsführung</li> <li>4. Interventionsinstrumente in der Praxis, u.a. Arbeit mit systemischen Aufstellungen</li> <li>5. Selbstcoaching und Psychohygiene</li> </ol>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden...</p> <p>... haben sich mit den Grundlagen der sozialwissenschaftlichen Systemtheorie auseinandergesetzt und können Beratung und Coaching systemisch beschreiben und erklären.</p> <p>... kennen die Geschichte und Aktualität des Beratungs- und Coaching-Konzeptes in Identität und Differenz zur Therapie und Supervision.</p> <p>... können komplexe Problemsituationen und soziale Herausforderungen für Menschen in unterschiedlichen Kontexten, insbesondere in Organisationen und Teams systemisch beschreiben, erklären und bewerten.</p> <p>... haben unterschiedliche, insbesondere klientenzentrierte und lösungsorientierte Methoden der Gesprächsführung kennengelernt, eingeübt und als eigene praktische Handlungskonzepte integriert.</p> <p>... können Beratungs- und Coaching-Anfragen hinsichtlich der jeweiligen Kontextfaktoren, der Kontrakt- und Kontaktfragen</p>

	<p>einschätzen und auftragsbezogene Unterstützungsangebote machen.</p> <p>... haben an zahlreichen Beispielen aus dem eigenen privaten wie beruflichen Leben erfahren können, welche Anregungspotentiale systemische Verfahren der Beratung und des Coachings haben.</p> <p>... können realistisch abschätzen, in welcher Weise, wie, wann und wo Beratungs- und Coaching-Konzepte für die eigene berufliche Praxis integriert und genutzt werden können.</p>
Studiensemester (ggf. Trimester)	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Das Modul wird einmal jährlich, immer im Wintersemester angeboten.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	<p>Gesamtworkload 150h</p> <p>Präsenz- und Kontaktzeit: bis zu 35 h</p> <p>Selbstlernphase: 115 Stunden</p>
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Teil des Schwerpunkts „Change Management“. Es baut nicht auf den anderen Modulen des Studiengangs auf. Es wird -bis dato- nicht polyvalent eingesetzt.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme ist die Wahl des Schwerpunkts „Change Management“.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Heiko Kleve
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Heiko Kleve
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mindestens ausreichende Leistung in der schriftlichen Modulabschlussprüfung: Hausarbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,67 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Podcast, Webinar, Übungen, virtuelle Teamarbeit Diskussion, Rollenspiele, Projektarbeit/ Gruppenarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Ggf. Praxispartner
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Primärliteratur:</p> <p>Kleve, Heiko: Beratung. Methodische und theoretische Fragmente, 2010</p>

	<p>Radatz, Sonja: Einführung in das systemische Coaching, 2010.</p> <p>Wirth, Jan V.; Kleve, Heiko: Lexikon des systemischen Arbeitens. Grundbegriffe der systemischen Praxis, Methodik und Theorie, 2012.</p> <p>Erweiterte Primärliteratur</p> <p>Barthelmess, Manuel: Die systemische Haltung. Was systemisches Arbeiten im Kern ausmacht, 2016.</p> <p>Daimler, Renate/Sparrer, Insa/Varga von Kibéd, Matthias: Das unsichtbare Netz. Erfolg im Beruf durch systemisches Wissen. Aufstellungsgeschichten, 2003.</p> <p>Dierwolf, Kirsten: Lösungsorientiertes Teamcoaching, 2013.</p> <p>Königswieser, Roswita/Hillebrand, Martin: Einführung in die systemische Organisationsberatung, 2005.</p> <p>Müller, Gabriele/Hoffman, Kay: Systemisches Coaching - Handbuch für die Beraterpraxis, 2008.</p> <p>Stadler, Christian; Krees, Bärbel: Praxishandbuch Aufstellungsarbeit, 2020.</p>
--	--

Modulbeschreibung: Technologie- und Innovationsmanagement

Modul-Nr./ Code	UW/H_MBA_M14
Modulbezeichnung	Technologie- und Innovationsmanagement
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<p>In diesem Modul werden die Grundlagen beider Themengebiete vermittelt, um im Anschluss Instrumente des strategischen und operativen Innovationsmanagements kennenzulernen.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Begriffe</li> <li>2. Ideen entwickeln und bewerten</li> <li>3. Bedingungen für Innovationen</li> <li>4. Technologielebenszyklen</li> <li>5. Strategische Instrumente des Innovationsmanagements</li> <li>6. Operatives Innovationsmanagement</li> <li>7. Chancen und Risiken von Umweltanalysen</li> <li>8. Einfluss von Technologie auf Produktneuentwicklungen.</li> </ol> <p>Das Modul vermittelt die Grundlagen des Technologie- und Innovationsmanagements (TIM). Aufbauend auf den grundlegenden Modellen und Theorien werden Methoden und Tools des Technologie- und Innovationsmanagements eingeführt. Diesem konzeptionellen Teil des Moduls schließt sich ein operativer und angewandter Teil an, der sich mit dem Management von Innovationsprojekten, Kreativitätstechniken und betriebswirtschaftlichen Instrumenten der Produktentwicklung widmet. Die Studierenden verstehen die Rahmenbedingungen und die Relevanz für ein Produktmanagement im Kontext der Plattformökonomie und digitaler Geschäftsmodelle (Smarte Produkte und Services, Digital Leadership). Sie beherrschen die Grundlagen und Techniken der digitalen Marktforschung (Design Thinking, Innovation Labs, Customer Journey und Prototyping) und Produktentwicklung (Lean Start-up, Agiles Projektmanagement wie z.B. Scrum und Kanban). Hieraus wird ein strategischer Managementansatz zum TIM entwickelt.</p>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>...beherrschen die Grundlagen des Innovationsmanagements in der unternehmerischen Praxis</li> <li>...sind mit den Kernaufgaben und wichtigsten Instrumenten zur Gestaltung von Innovationsvorhaben vertraut.</li> <li>...können eigene Innovationsprozesse planen und umsetzen</li> <li>...wenden Methoden und Instrumente des Innovationsmanagements an um aktuelle Fragestellungen lösungsorientiert zu beantworten.</li> <li>...identifizieren und analysieren Erfolgsfaktoren im Innovationsmanagement.</li> <li>...sind in der Lage Instrumente und Methoden des TIM auf ihre Angemessenheit und Wirkungsgrade in spezifischen Kontexten zu hinterfragen.</li> </ul>

	Das Modul besteht aus interaktiven Vorlesungen, welche durch die Student*innen vorbereitet werden (reverse classroom). Die Student*innen sind in der Lage die Konzepte und Modelle des TIM auf konkrete praktische Fälle anzuwenden. Insbesondere können sie diese operativ anwenden.
Studiensemester (ggf. Trimester)	4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Das Modul wird einmal jährlich, immer im Sommersemester angeboten.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Gesamtworkload 150h Präsenz- und Kontaktzeit: bis zu 35 h Selbstlernphase: 115 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Teil des Schwerpunkts „Sustainable Entrepreneurship“. Es baut nicht auf anderen Modulen auf. Es wird -bis dato- nicht polyvalent eingesetzt.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme ist die Wahl des Schwerpunkts „Sustainable Entrepreneurship“.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Marcel Hülsbeck
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Dr. Anne Katarina Heider
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mindestens ausreichende Leistung in der Modulabschlussprüfung: Gruppenpräsentation eines festgelegten Themas und die schriftliche Lernprozessdokumentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,67 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Podcast, Reverse Classroom, Webinar, Übungen, virtuelle Teamarbeit Diskussion, Interaktion, Projektarbeit/ Gruppenarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Praxispartner: Dirk Müller, CEO Schacht ONE
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Hauschildt, J.; Salomo, S.; Schultz, C.; Kock, A. (2016): Innovationsmanagement, Vahlen Handbücher 2016.  Corsten, H.; Gössinger, R.; Müller-Seitz, G. und Schneider, H. (2016): Grundlagen des Technologie- und Innovationsmanagements. Vahlen Handbücher 2016.

	<p>Brandes et al. (2014): Management Y: Agile, Scrum, Design Thinking &amp; Co.: So gelingt der Wandel zur attraktiven und zukunftsfähigen Organisation, Frankfurt.</p> <p>Jung, H.; Kraft, P. (2017): Digital vernetzt. Szenarien, Optionen und Erfolgsmodelle für smarte Geschäftsmodelle, Produkte und Services, München.</p> <p>Olsen, D. (2015): The Lean Product Playbook: How to Innovate with Minimum Viable Products and Rapid Customer Feedback, New Jersey.</p> <p>Pichler, R. (2010): Agile Product Management with Scrum: Creating Products that Customers Love, Upper Saddle River et al.</p> <p>Schrader, M. (2017): Transformationale Produkte: Der Code von digitalen Produkten, die unseren Alltag erobern und die Wirtschaft revolutionieren, Hamburg.</p> <p>Weitere Texte werden im Rahmen des Moduls bekanntgegeben.</p>
--	--

Modulbeschreibung: Change Management

Modul-Nr./ Code	UW/H_MBA_M15
Modulbezeichnung	Change – Veränderungsprozesse erfolgreich gestalten
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<p>Dieses Modul thematisiert die Grundlagen von Change Management. Die Studierenden erhalten dabei wissenschaftlich fundierte und zugleich praxisnahe Einblicke in die unterschiedlichen Facetten unternehmerischen Wandels. Im Fokus der Vermittlung und Analyse stehen die für ein Gelingen von Change-Management-Projekten relevanten Erfolgsfaktoren: Person, Vision, Kommunikation, Partizipation, Integration, Re-Edukation, Projekt-Organisation, Konsultation, Evolution.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Change Management – Der Weg zum Ziel</li> <li>2. Auslöser von Unternehmenswandel</li> <li>3. Hemmnisse des Wandels</li> <li>4. Ursachen gescheiterten Unternehmenswandels</li> <li>5. Ein Erfolgsfaktorenmodell des Change Managements</li> <li>6. Erfolgsfaktor Person – Richtige Führung im Wandel</li> <li>7. Erfolgsfaktor Vision – Motivierende Ziele setzen</li> <li>8. Erfolgsfaktor Kommunikation – Widerstände vermeiden und überwinden</li> <li>9. Erfolgsfaktor Partizipation – Betroffene beteiligen</li> <li>10. Erfolgsfaktor Integration – Unterschiede überwinden</li> <li>11. Erfolgsfaktor Re-Edukation – Personal gezielt entwickeln</li> <li>12. Erfolgsfaktor Projektorganisation – Komplexität richtig steuern</li> <li>13. Erfolgsfaktor Konsultation – Professionelle Berater einsetzen</li> <li>14. Erfolgsfaktor Evolution – Permanenten Wandel initiieren</li> </ol>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... setzen sich mit möglichen externen und internen Auslösern von Unternehmenswandel auseinander.</li> <li>... diskutieren potentielle Wandelhemmnisse - aus individueller, kollektiver und wirtschaftlicher Perspektive.</li> <li>... analysieren einen beispielhaften Fall hinsichtlich des Vorliegens vorhandener Widerstände in Sachen Unternehmenswandel.</li> <li>... werden mit der Feldtheorie und dem Drei-Phasen-Modell des Wandels (nach Lewin) vertraut gemacht.</li> <li>... unterscheiden zwischen transaktionaler und transformatorischer Führung.</li> <li>... reflektieren die verschiedenen Rollen transformatorischer Führung.</li> <li>... erstellen einen Kommunikationsplan und Partizipationsplan für ein konstruiertes Change-Management-Projekt.</li> <li>... bestimmen die Erfolgsbeiträge von Integration und Re-Edukation für einen gelingenden Unternehmenswandel.</li> </ul>



	<p>... lernen die Methode des Agilen Projektmanagements kennen.</p> <p>... diskutieren Vor- und Nachteile der Anwendung verschiedener Beratungsmethoden im Rahmen eines Change-Management-Projekts.</p> <p>... vergleichen verschiedene Methoden zur Generierung einer evolutionsoffenen Unternehmensumwelt miteinander</p>
Studiensemester (ggf. Trimester)	4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Das Modul wird einmal jährlich, immer im Sommersemester angeboten.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	<p>Gesamtworkload 150h</p> <p>Präsenz- und Kontaktzeit: bis zu 35 h</p> <p>Selbstlernphase: 115 Stunden</p>
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Teil des Schwerpunkts „Change Management“. Es baut nicht auf den anderen Modulen des Studiengangs auf. Es wird -bis dato- nicht polyvalent eingesetzt.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme ist die Wahl des Schwerpunkts „Change Management“.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Marcel Hülsbeck
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Marcel Hülsbeck
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mindestens ausreichende Leistung in der Modulabschlussprüfung: Gruppenpräsentation eines festgelegten Themas und die schriftliche Lernprozessdokumentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,67 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Podcast, Webinar, Übungen, virtuelle Teamarbeit Diskussion, Interaktion, Projektarbeit/ Gruppenarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Primärliteratur: Lauer, Thomas: Change Management, 3. Auflage, 2019.</p> <p>Weiterführende Literatur: Doppler, Klaus/Lauterburg, Christoph: Change Management, 13. Auflage, 2014.</p> <p>Hayes, John: The Theory and Practice of Change Management, 2014.</p>

	Steinle, Claus/Eggers, Bernd/Ahlers, Friedel: Change Management, 2008.
--	--

# **Interdisziplinäres Führungsmodul**

## **Interdisciplinary leadership module**

Modulbeschreibung: Interdisziplinäres Führungsmodul – LV 1

Modul-Nr./ Code	UW/H_MBA_M11_1
Modulbezeichnung	Interdisziplinäres Führungsmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>Sustainable Leadership</b> , Mindful Leadership, Führung von Familienunternehmen, Ausgewählte Fragestellungen
Inhalte des Moduls	<p>Führungskräfte sind zunehmend als Change Agents gefordert, d.h. sie sollen Trends frühzeitig erkennen, interpretieren, für das eigene Unternehmen übersetzen und nutzbar machen. Dabei gilt es vor allem aus einer ganzheitlichen Wahrnehmung heraus Komplexität zu reduzieren; d.h. die wesentlichen Zukunftsthemen mit den Beteiligten zu ermitteln und Ziele/ Maßnahmen abzuleiten und umzusetzen. Soll dies nachhaltig gelingen, gilt es nicht nur die Führungskultur (mit Elementen wie Partizipation, Integration/ persönlicher Beitrag, Dialogkultur...) in den Blick zu nehmen, sondern auch die Frage nach der Richtung zu reflektieren (Welche Rolle spielt das Unternehmen als gesellschaftlicher Akteur heute und in Zukunft? Welchen Sinn hat unser Geschäftsmodell? Welche Haltung haben wir zu kritischen Themen? Welche Philosophie/Werte vertreten wir?). Die persönliche Rolle von Führungskräften unternehmerischen Wandlungsprozessen ist herausfordernd, insbesondere, wenn Gestaltungswille und intrinsische Motivation für nachhaltigeres Wirtschaften im Unternehmen unterschiedlich ausgeprägt sind.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Theoretische und praktische Elemente einer Nachhaltigen Unternehmensführung</li> <li>2. Herausforderungen von Change Agents for Sustainability</li> <li>3. Systemische und kommunikative Gestaltungskompetenzen</li> <li>4. Business Case for Sustainable Action</li> </ol>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... erkennen und verstehen die Relevanz von Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor für eine zukunftsfähige Unternehmensführung.</li> <li>... können aktuelle Nachhaltigkeitstrends identifizieren und daraus Entwicklungspotenziale ableiten.</li> <li>... können ihre eigene Führungsrolle und ihr Führungsverhalten in Bezug auf die Merkmale einer nachhaltigeren Führung reflektieren ...erkennen Dynamiken von Wandlungsprozessen in Richtung Nachhaltigkeit.</li> <li>... können diese in praktischen Situationen (z.B. Projekte für Klimaschutz, Plastikvermeidung...) anwenden und mit Augenmaß in laufende betriebliche Abläufe einbringen.</li> <li>...präsentieren ihre entwickelten Strategien vor externen Gremien und ...verfügen über ein vielfältiges Repertoire zur Argumentation und Verteidigung ihrer Ideen für mehr Nachhaltigkeit.</li> </ul>
Studiensemester (ggf. Trimester)	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Das Modul wird einmal jährlich, immer im 3. Semester angeboten.

Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS 3 ECTS LV-1 3 ECTS LV-2
Gesamtworkload	Gesamtworkload 150h Präsenz- und Kontaktzeit: bis zu 35 h Selbstlernphase: 115 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflicht
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul baut nicht auf anderen Modulen des Studiengangs auf. Es wird -bis dato- nicht polyvalent eingesetzt.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme ist die Wahl der Lehrveranstaltung aus vier möglichen.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Dr. Christian Geßner Dr. Axel Kölle
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Dr. Christian Geßner Dr. Axel Kölle
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mindestens ausreichende Leistung in der schriftlichen Abschlussprüfung der Lehrveranstaltung: Gruppenpräsentation + Lernprozessdokumentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,67 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Podcast, Webinar, Übungen, Realfälle Diskussion, Rollenspiel, Gruppenarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Gastvortrag einer Nachhaltigkeitsmanagerin/eines Nachhaltigkeitsmanagers aus der Praxis, Die Ergebnisse der Gruppenarbeiten sind vor einem Gremium aus Experten/Praktikern zu präsentieren
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Wird abhängig von der Fragestellung zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.

Modulbeschreibung: Interdisziplinäres Führungsmodul – LV 1

Modul-Nr./ Code	UW/H_MBA_M11_2
Modulbezeichnung	Interdisziplinäres Führungsmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Sustainable Leadership, Mindful Leadership, Führung von Familienunternehmen, <b>Ausgewählte Fragestellungen</b>
Inhalte des Moduls	Diese LV ergänzt die in den anderen Modulen des Studiengangs vermittelten Kompetenzen. Im Mittelpunkt steht die Übertragung der erworbenen Erkenntnisse auf aktuelle Fragestellungen und die Praxis. In jedem Turnus werden aktuelle Themen aus den Bereichen Führung & Organisation aufgegriffen. Studierende haben die Möglichkeit auch eigene Themenvorschläge zu unterbreiten.
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden  ... sind in der Lage, sich mit aktuellen Fragen aus unterschiedlichen Themenbereichen wissenschaftlich auseinanderzusetzen, die mit den Inhalten des Studiengangs korrespondieren. ... können erworbene Kenntnisse auf aktuelle Problemstellungen und Praxisanforderungen übertragen und Lösungsvorschläge erarbeiten. ... wenden erlernte Instrumentarien problemorientiert an. ... sind in der Lage, die Komplexität von unternehmerischen Prozessen und Entscheidungen zu durchdringen, zu präsentieren und Lösungsvorschläge abzuleiten und zu evaluieren.
Studiensemester (ggf. Trimester)	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Das Modul wird einmal jährlich, immer im Wintersemester angeboten.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS 3 ECTS LV-1 3 ECTS LV-2
Gesamtworkload	Gesamtworkload 150 h Präsenz- und Kontaktzeit: bis zu 35 h Selbstlernphase: 115 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflicht
Verwendbarkeit des Moduls	Das Teilmodul baut nicht auf anderen Modulen des Studiengangs auf. Es wird, allerdings zu anderen Themenschwerpunkten, im Masterstudiengang „General Management“ angeboten.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme ist die Wahl der Lehrveranstaltung aus vier möglichen.

Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Marcel Hülsbeck
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Marcel Hülsbeck
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mindestens ausreichende Leistung in der schriftlichen Abschlussprüfung der Lehrveranstaltung: Gruppenpräsentation + Lernprozessdokumentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,67 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Podcast, Webinar, Übungen, Realfälle Diskussion, Gruppenarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Praxispartner
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Wird abhängig von der Fragestellung zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.

Modulbeschreibung: Interdisziplinäres Führungsmodul – LV 1

Modul-Nr./ Code	UW/H_MBA_M11_3
Modulbezeichnung	Interdisziplinäres Führungsmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Sustainable Leadership, Mindful Leadership, <b>Führung von Familienunternehmen</b> , Ausgewählte Fragestellungen
Inhalte des Moduls	<p>Diese LV gibt einen grundlegenden Überblick über die besonderen Dynamiken von Familienunternehmen. Die Studierenden erhalten einen multiperspektivischen Einblick in die (Wechsel-) Beziehungen zwischen den Einflussfaktoren Familie, Gesellschafter und Unternehmen. Anhand spezifischer Fragestellungen in Familienunternehmen werden in diesem Modul die Besonderheiten eines Familienunternehmens vermittelt.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rolle von Familienunternehmen in der Wirtschaft</li> <li>2. Besonderheiten von Familienunternehmen</li> <li>3. Corporate Governance &amp; Family-Governance</li> <li>4. Strategieentwicklung in Familienunternehmen</li> <li>5. Innovation &amp; Geschäftsmodellentwicklung in Familienunternehmen</li> <li>6. Familiendynamik, Krisen &amp; Konflikte</li> <li>7. Unternehmensnachfolge</li> </ol>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden...</p> <p>... können die Besonderheiten eines Familienunternehmens benennen und ihre Wechselbeziehungen zueinander beschreiben.</p> <p>...erkennen, welche Relevanz der Faktor „Familie“ für die Führung und Nachfolge in einem solchen Unternehmen hat.</p> <p>...integrieren Kenntnisse und Fähigkeiten zur Strategieentwicklung in den Kontext eines Familienunternehmens.</p> <p>... unterstützen Strategieentwicklung in Familienunternehmen bei spezifischen Fragestellungen und Konflikten.</p> <p>... entwerfen eigene Unternehmensstrategien für Familienunternehmen und können diese präsentieren und evaluieren.</p>
Studiensemester (ggf. Trimester)	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Das Modul wird einmal jährlich, immer im Wintersemester angeboten.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS 3 ECTS LV-1 3 ECTS LV-2
Gesamtworkload	Gesamtworkload 150 h Präsenz- und Kontaktzeit: bis zu 35 h Selbstlernphase: 115 Stunden



Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflicht
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul baut nicht auf anderen Modulen des Studiengangs auf. Es wird, allerdings zu anderen Themenschwerpunkten, im Masterstudiengang „General Management“ angeboten.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme ist die Wahl der Lehrveranstaltung aus vier möglichen.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Marcel Hülsbeck Dr. Tom Rösen
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Marcel Hülsbeck Dr. Tom Rösen
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mindestens ausreichende Leistung in der schriftlichen Abschlussprüfung der Lehrveranstaltung: Gruppenpräsentation + Lernprozessdokumentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,67 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Podcast, Webinar, Übungen, Realfälle Diskussion, Gruppenarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Beitrag eines Praxispartners
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Wird abhängig von der Fragestellung zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.

Modulbeschreibung: Interdisziplinäres Führungsmodul – LV 1

Modul-Nr./ Code	UW/H_MBA_M11_4
Modulbezeichnung	Interdisziplinäres Führungsmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Sustainable Leadership, <b>Mindful Leadership</b> , Führung von Familienunternehmen, Ausgewählte Fragestellungen
Inhalte des Moduls	Diese LV thematisiert die Grundlagen emotionaler Intelligenz und Achtsamkeitstrainings im Kontext von Führung. Die Studierenden erhalten wissenschaftliche Hintergründe aus Psychologie, Gehirn- und Mediationsforschung und praxisnahe Anregungen u. a. in Form von Körperarbeit zur Implementierung von Achtsamkeitstrainings für die eigene Praxis. Dadurch werden aktuellen und zukünftigen Führungskräften Kompetenzen im Umgang mit Stress und zur Stärkung der Selbststeuerung vermittelt.
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden...  ... setzen sich mit zentralen Ansätzen und Methoden der Achtsamkeitsforschung auseinander. ...erwerben konkrete Methoden, wie Achtsamkeitstrainings zur Stressreduktion im beruflichen Alltag eingesetzt werden können. ...lernen die Fähigkeit zur Körperwahrnehmung und zur Regulation der eigenen Emotionen und setzen sich kritisch mit ihren Denk-, Fühl- und Verhaltensmustern auseinander. ...reflektieren ihre eigenen Bewusstseinsprozesse, ihre Reiz-Reaktionsmuster und stärken ihre Selbststeuerungsfähigkeit.
Studiensemester (ggf. Trimester)	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Das Modul wird einmal jährlich, immer im Wintersemester angeboten.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS 3 ECTS LV-1 3 ECTS LV-2
Gesamtworkload	Gesamtworkload 150 h Präsenz- und Kontaktzeit: bis zu 35 h Selbstlernphase: 115 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflicht
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul baut nicht auf anderen Modulen des Studiengangs auf. Es wird -bis dato- nicht polyvalent eingesetzt.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme ist die Wahl der Lehrveranstaltung aus vier möglichen.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Marcel Hülsbeck

Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Rudi Ballreich
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mindestens ausreichende Leistung in der schriftlichen Abschlussprüfung der Lehrveranstaltung: Gruppenpräsentation + Lernprozessdokumentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,67 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Podcast, Webinar, Übungen, Realfälle Diskussion, Gruppenarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Geführte Meditationen
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Goleman, Daniel: Emotionale Intelligenz, 2. Auflage 1997 Bauer, Joachim: Selbststeuerung, 3. Auflage 2015

Modulbeschreibung: Interdisziplinäres Führungsmodul – LV 2

Modul-Nr./ Code	UW/H_MBA_M11_5
Modulbezeichnung	Interdisziplinäres Führungsmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>Verhandlungsmanagement</b>
Inhalte des Moduls	<p>Diese LV thematisiert die Grundlagen eines effektiven Verhandlungsmanagements. Die Studierenden erhalten dabei wissenschaftlich (interdisziplinär) fundierte und zugleich praxisnahe Einblicke in die zentralen Aspekte einer zielgerichteten Planung und Steuerung von Verhandlungsprozessen. Ausgehend von einer Analyse der zentralen Schlüsselfaktoren im Verhandlungskontext werden dabei Möglichkeiten gemeinsamer Wertschöpfung und individueller Wertbeanspruchung diskutiert. Darüber hinaus stehen zum einen Fragen der Verhandlungsvorbereitung im Fokus; zum anderen erfolgt eine Auseinandersetzung mit relevanten Werkzeugen zur kommunikativen und problemlösungsorientierten Steuerung der Interaktion am Verhandlungstisch. Zudem werden verschiedene Strategien zur Gestaltung des Spielfelds einer Verhandlung kritisch reflektiert.</p> <p>1. Teil. Analyse</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Erkennen Sie Ihr Verbesserungspotential</li> <li>2. Analysieren Sie die Verhandlungssituation</li> <li>3. Nutzen Sie die Dynamik von Wertschöpfung und Wertbeanspruchung</li> </ol> <p>2. Teil. Werkzeuge</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Bereiten Sie sich auf die Verhandlung vor</li> <li>5. Steuern Sie die Interaktion am Verhandlungstisch</li> </ol> <p>3. Teil. Strategien</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>6. Gestalten Sie das Spielfeld</li> </ol> <p>Reflektierte Übung macht den Meister</p>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden ...</p> <p>... lernen ihre eigene Verhandlungs- und Konflikthaltung kennen und setzen sich mit Möglichkeiten zur Optimierung individuellen Verhandlungsgeschicks auseinander.</p> <p>... analysieren die typische Entscheidungslage einer Verhandlungssituation und werden mit relevanten Rationalitätsfallen im Verhandlungskontext vertraut gemacht.</p> <p>... diskutieren Techniken zur Vergrößerung des Gesamtwerts einer Einigung ebenso wie Taktiken zur Sicherung individueller Gewinnanteile.</p> <p>... reflektieren Methodiken für ein effektives Management des klassischen Verhandlungsdilemmas.</p> <p>... berechnen den Wert von Einigungsoptionen und Nichteinigungsalternativen.</p> <p>... erörtern strategische Optionen hinsichtlich einer Erweiterung oder Beschränkung von Verhandlungsgegenstand und/oder Teilnehmerkreis.</p>

	... setzen sich mit Fragen der Organisation des Verhandlungsteams sowie der Reihenfolgenplanung einzelner Verhandlungen auseinander. ... diskutieren Chancen und Risiken der Nutzung von Auktionsstrukturen in Verhandlungen.
Studiensemester (ggf. Trimester)	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Das Modul wird einmal jährlich, immer im Wintersemester angeboten.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS 3 ECTS LV-1 3 ECTS LV-2
Gesamtworkload	Gesamtworkload 150 h Präsenz- und Kontaktzeit: bis zu 35 h Selbstlernphase: 115 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflicht
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul baut nicht auf anderen Modulen des Studiengangs auf. Es wird -bis dato- nicht polyvalent eingesetzt.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung zur Teilnahme an dieser Lehrveranstaltung ist die Immatrikulation im Studiengang.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Dr. René Pfromm
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Dr. René Pfromm
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mindestens ausreichende Leistung in der mündlichen Abschlussprüfung der Lehrveranstaltung: Rollenspiel
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,67 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Podcast, Webinar, Übungen, Diskussion, Rollenspiel, Simulationen, Reflexion
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Interdisziplinäres Verhandlungstraining (Rollenspiel)
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Primärliteratur: Bühning-Uhle, Christian/Eidenmüller, Horst/Nelle, Andreas: Verhandlungsmanagement, 2. Auflage, 2017.  Weiterführende Literatur: Lax, David A./Sebenius, James K.: 3-d Negotiation, 2006.  Lewicki, Roy J./Saunders, David M./Barry, Bruce: Negotiation, 7. Auflage, 2014.