

Modulhandbuch des Fachbereichs Produktion und Wirtschaft

Modulhandbuch des Studienganges/

Modulhandbuch der Studiengänge:

Management mittelständischer Unternehmen (M.Sc.)

Hochschule OWL

Fachbereich Produktion und Wirtschaft

Liebigstrasse 87

32657 Lemgo

Abrufzeitpunkt: 01.08.2017 - 13:50

Masterstudiengang Management mittelständischer Unternehmen M.Sc.

1.-4. Semester

1. Semester 2. Semester 3. Semester 4. Semester

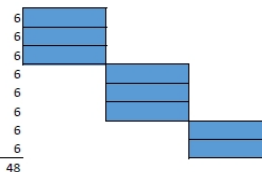
Pflichtbereich 1: Einführung in das Masterstudium

BWL für mittelständische Unternehmen



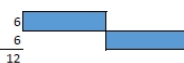
Pflichtbereich 2: Breitenstudium Management

Finanzmanagement
Unternehmenssteuerplanung
Advanced Business and Commercial English
Strategisches Personalmanagement
Unternehmertum und Existenzgründung
Produktionsmanagement
Projektmanagement
Internationales Marketing



Pflichtbereich 3: Quantitative Methoden zur Entscheidungsunterstützung in mittelständischen Unternehmen

Marktforschung und Käuferverhalten
Empirische Wirtschaftsforschung



Pflichtbereich 4: Seminarbereich

Praxisseminar zur angewandten BWL



Wahlbereich: Profilstudium

Wahlblock 1 (wähle 1 aus 2)
Competition Policy
Unternehmensnachfolge- und Sanierungsmanagement



Wahlblock 2 (wähle 1 aus 2)
Unternehmensführung und Unternehmenssteuerung
Personalführung



Wahlblock 3 (wähle 1 aus 2)
Compliance Management Systeme
Supply Chain Management



Masterarbeit & Kolloquium

Masterarbeit
Kolloquium



120 30 30 30 30

Advanced Business and Commercial English

Kurzzeichen:	Workload:	Studiensemester:
MABE	180 h	1. Sem.
Credits:	Dauer:	Häufigkeit des Angebots:
6	1 Semester	Wintersemester
Selbststudium:	Anzahl Studierende:	Kontaktzeit:
120 h	30	4 SWS / 60 h
Modulnummer:	Prüfungsnummer:	Anteil Abschlussnote [%]:
7801	9999	5
Unterrichtssprache:	Stand BPO/MPO min.:	
englisch	MPO-2017	

Lehrveranstaltungen:

Seminaristische Vorlesung: 2 SWS/ 30 h, Übung: 2 SWS/ 30 h

Lernergebnisse/Kompetenzen:

Die Studierenden festigen und intensivieren ihre kommunikative Kompetenz in der Fremdsprache (Englisch) und erweitern ihren berufsrelevanten sprachlichen Handlungsspielraum im Kontext einer künftigen Berufstätigkeit in mittelständischen Unternehmen. Sie verstärken die Fähigkeit, sprachlich und inhaltlich anspruchsvolle längere authentische Textquellen mit Bezug zu mittelständischen Unternehmen zu erschließen und auf ihrer Grundlage in geeigneten Übungsformen die mündliche und schriftliche Sprachproduktion weiter zu fördern. Die Studierenden steigern ihre Fähigkeit einer natürlichen Sprachproduktion auf der Grundlage eines stetigen Kompetenzgewinns im syntaktischen, semantischen, lexikalischen und phonetischen Bereich. Im Rahmen von Partner- und Gruppenarbeiten stärken sie durch aktives Zuhören und aktive Kommunikation ihre Sozialkompetenz. Die Studierenden bewegen sich in der Fremdsprache auf einem

fortgeschrittenen Niveau, was ihr Selbstbewusstsein und ihre Selbstmotivation erhöht.

Inhalte:

Unterschiedliche Lehr-/Lernaktivitäten erschließen verschiedene Themenbereiche mit Bezug zu mittelständischen Unternehmen und erweitern sowie festigen die Sprachkenntnisse in den o. g. Kompetenzfeldern:

- Business across Cultures – Globalization – China and India – Management – Marketing and Sales – Finance – Macroeconomics
- Erstellung und Festigung eines advanced business vocabulary
- Einüben ausgewählter berufsrelevanter Sprachfunktionen wie z. B.: negotiating – presenting – telephoning
- Simulationen und Rollenspiele, um Transferleistungen in der Sprachproduktion zu ermöglichen
- Lesen von längeren Textpassagen aus der Managementliteratur in häuslicher Eigenarbeit mit anschließender Präsentation der Hauptthesen im Seminarplenum
- Internetrecherche unter verschiedenen Fragestellungen mit Präsentation der Ergebnisse vor dem Plenum der Studierenden
- Verschiedene Übungsformen zur Bewusstmachung ausgewählter Problembereiche in Lexik, Syntax und Idiomatik
- Einsatz von audiovisuellen Medien mit lernzielorientierten Übungsformen

Lehrformen:

Seminaristische Vorlesung mit Tafelarbeit, Overhead-Projektor, Flipchart und Moderationstechnik sowie Partner- und Gruppenarbeiten, Diskussionen im Plenum sowie Verwendung von Tonträger- und Videomaterial

Teilnahmevoraussetzungen:

Formal: 6-7 Jahre Schulenglisch

Inhaltlich: Kenntnisse in Wirtschaftsenglisch

Prüfungsformen:

mündliche Prüfung

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

bestandene Modulprüfung

Verwendung des Moduls: (in Semester-Nr.)

(1) Master Management mittelständischer Unternehmen

Stellenwert für die Endnote:

6/120

Modulbeauftragte/r und Hauptamtlich Lehrende:

OStR. i. H. Ulrich Duns

Sonstige Informationen:

Literatur:

Als Lehr- und Lernmaterial dienen authentische Texte aus Zeitungen, Zeitschriften, Fachmagazinen, Wirtschaftslehrbüchern sowie didaktisch aufbereitetes Übungsmaterial aus Sprachlehrbüchern.

Verwendete Fachbücher sind u.a.:

- Böhler, W./Hinck, M., Wirtschaftsenglisch, Business Cases, Know-How, Soft Skills, 4. Aufl., Rinteln, 2007
- Cullen, W./Lehniger, D., B for Business, München, 2000
- France, S. C./Mann, P./Kolossa, B., Thematischer Wirtschaftswortschatz Englisch, Stuttgart, 1995
- Mascull, B., Business Vocabulary in Use, 2. Aufl., Stuttgart, 2010
- McKenzie, I., English for Business Studies, 3. Aufl., Stuttgart, 2010
- PONS, Fachwörterbuch Wirtschaft Englisch, Stuttgart, 2000
- SPIEGEL, Special International Edition: Globalization, The New World, 7/2005
- Welch, J., Winning, New York, 2005

BWL für mittelständische Unternehmen

Kurzzeichen:	Workload:	Studiensemester:
MBWL	180 h	1. Sem.
Credits:	Dauer:	Häufigkeit des Angebots:
6	1 Semester	Wintersemester
Selbststudium:	Anzahl Studierende:	Kontaktzeit:
120 h	30	4 SWS / 60 h
Modulnummer:	Prüfungsnummer:	Anteil Abschlussnote [%]:
7802	9999	5
Unterrichtssprache:	Stand BPO/MPO min.:	
deutsch	MPO-2017	

Lehrveranstaltungen:

Seminaristische Vorlesung: 2 SWS/ 30 h, Übung: 2 SWS/ 30 h

Lernergebnisse/Kompetenzen:

Die Studierenden kennen mittelstandsspezifische Fragestellungen und können sie in einen volkswirtschaftlichen und gesellschaftspolitischen Kontext einordnen. Sie haben sich die besonderen betriebswirtschaftlichen Rahmenbedingungen und Herausforderungen in mittelständischen Unternehmen erarbeitet. Die Studierenden wissen, welche Auswirkungen das Führungsverhalten der Geschäftsleitung auf den Unternehmenserfolg in unterschiedlichen Unternehmensphasen haben kann. Weiterhin verstehen sie die tragende Rolle der mittelständischen Unternehmen für die soziale und wirtschaftliche Entwicklung von Regionen und den europäischen Volkswirtschaften. Durch Einsatz verschiedener kooperativer Lernformen (Gruppenarbeit, Rollenspiele, moderierte Diskussionen, simulierte Verhandlungssituationen) werden die Kompetenzen der Studierenden hinsichtlich Team-, Konflikt-, Führungs-, Kommunikations- und Moderationsfähigkeit gestärkt. Im Rahmen von

Unternehmergesprächen erarbeiten die Studierenden Forschungsfragen zum Fachgebiet Unternehmensführung in mittelständischen Unternehmen. Der unmittelbare Einsatz der Fragebögen und Gesprächsprotokolle kann auch bei der Vorbereitung von Masterarbeiten eingesetzt werden. Durch Exkursionen zu mittelständischen Unternehmen, Unternehmergespräche und deren inhaltliche Nachbearbeitung werden die Studierenden für unternehmerische Konfliktsituationen sensibilisiert, für die Suche nach geeigneten Problemlösungsstrategien gestärkt und so auf die spätere Übernahme entsprechender Führungsverantwortung vorbereitet. Während der Veranstaltung werden Bezüge zu Inhalten des Arbeits- und Sozialrechts, der Rechts-wissenschaft, der betrieblichen Steuerlehre sowie der Psychologie und der Soziologie hergestellt. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der Verbindung betriebswirtschaftlich/einzelwirtschaftlicher Fragestellungen mit politisch/gesamtwirtschaftlichen Fragen.

Inhalte:

Grundlagen der Mittelstandsökonomik:

- Volkswirtschaftliche Bedeutung von mittelständischen Unternehmen
- Verhältnis zu Staat und Politik/Einbindung in die Europäische Union
- Bedeutung von mittelständischen Unternehmen für die Regionen
- Mittelständische Unternehmen im Lebenszyklus

Unternehmensführung von mittelständischen Unternehmen:

- Rechtliche und steuerliche Grundlagen der Betriebsführung; Unternehmensformen; Steuerliche Pflichten; Haftungen
- Führungsstile und deren betriebliche Auswirkung
- Institutionen des Mittelstands, Kooperationen und Netzwerke
- Mittelständische Unternehmen als Innovationsmotoren für die Volkswirtschaft
- Mittelständische Unternehmen und nachhaltiges Wirtschaften
- Corporate Social Responsibility

Unternehmergespräch im Mittelstand:

- Fragebogen

- Gesprächsprotokolle

Lehrformen:

Seminaristische Vorlesung und Übung unter Einsatz moderner Medien, Fallstudien, Partner- und Gruppenarbeit, Diskussionen im Plenum sowie Exkursionen in mittelständische Unternehmen und Unternehmergespräche

Teilnahmevoraussetzungen:

Formal: keine

Inhaltlich: Kenntnisse in Allgemeiner Betriebswirtschaftslehre

Prüfungsformen:

In der Regel Klausur oder ansonsten eine nach der Prüfungsordnung vorgesehene andere Prüfungsform

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Verwendung des Moduls: (in Semester-Nr.)

(1) Master Management mittelständischer Unternehmen

Stellenwert für die Endnote:

6/120

Modulbeauftragte/r und Hauptamtlich Lehrende:

Prof. Dr. Daniel Nordhoff, Lehrender: Dipl.-Betriebswirt (FH) Uwe Gotzeina

Sonstige Informationen:

Literatur:

- Becker, L./Gora, W./Ehrhardt, J., Führung, Innovation und Wandel; Düsseldorf; 2008
- Frank, H./Korunka, C./Lueger, M., Konfliktbewältigung in Familienunternehmen, Wien, 2012
- Fueglistaller, U./Halter, F., Führen - Gestalten – Leben, KMU in Bewegung, Eine Auseinandersetzung mit lebenszyklusorientierter Unternehmensführung, St. Gallen, 2006
- Knop, R., Erfolgsfaktoren strategischer Netzwerke kleiner und mittlerer Unternehmen, Ein IT-gestützter Wegweiser zum Kooperationserfolg, Wiesbaden, 2009

- Koeberle-Schmid, A./Fahrion, H.-J./Witt, P. (Hrsg.), Family Business Governance, 2. Aufl., Berlin 2012
- Kraus, S., Strategische Planung und Erfolg junger Unternehmen, Wiesbaden, 2006
- Letmathe, P./Witt, P., Management in kleinen und mittleren Unternehmen, Wiesbaden, 2010
- Meyer, J. A./Lorenzen, K., Internationale Kooperationen von kleinen und mittleren Unternehmen, Lohmar/Köln, 2002
- Mugler, J.; Betriebswirtschaftslehre der Klein- und Mittelbetriebe, Band 1, Wien/New York, 1998
- Mugler, J., Betriebswirtschaftslehre der Klein- und Mittelbetriebe, Band 2, Wien/New York, 1999
- Onstein, J., Der Beirat einer mittelständischen GmbH als Instrument guter Unternehmensführung, Frankfurt am Main, 2010
- Pfohl, H.-C., Betriebswirtschaftslehre der Mittel- und Kleinbetriebe, Berlin, 5. Aufl. 2013
- Witt, P., Management von Familienunternehmen, Wiesbaden, 2009

Competition Policy

Kurzzeichen:

MCTP

Workload:

180 h

Studiensemester:

2. Sem.

Credits:

6

Dauer:

1 Semester

Häufigkeit des Angebots:

Sommersemester

Selbststudium:

120 h

Anzahl Studierende:

15

Kontaktzeit:

4 SWS / 60 h

Modulnummer:

7804

Prüfungsnummer:

9999

Anteil Abschlussnote [%]:

5

Unterrichtssprache:

überwiegend englisch

Stand BPO/MPO min.:

MPO-2017

Lehrveranstaltungen:

Seminaristische Vorlesung: 2 SWS/ 30 h, Übung: 2 SWS/ 30 h

Lernergebnisse/Kompetenzen:

The students are able to read, understand and discuss English literature dealing with issues related to competition policy. They develop an understanding of current (experimental) research on Cournot and Bertrand competition and the current practice of competition policy, in particular the Leniency Notice and other anti-cartel instruments. The students are asked to deal with scientific literature autonomously, both individually and in groups. The hereby developed content then has to be presented in a lecture - as a discussion basis for the entire group. Ultimately, the content of all discussed papers have to be interlinked.

Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit sich mit englischer Originalliteratur aus dem Forschungsfeld der Wettbewerbspolitik (Competition Policy) dezidiert auseinanderzusetzen. Sie entwickeln ein Verständnis für aktuelle Forschung aus den Bereichen der

Experimentellen Wirtschaftsforschung in Hinblick auf Cournot- und Bertrand-Wettbewerb und die aktuell praktizierte Wettbewerbspolitik, insbesondere zur Kronzeugenregelung und weiteren Kartellverhinderungsinstrumenten. Dabei sollen sich die Studierenden alleine und in Gruppen selbstständig mit Originalliteratur befassen. Anschließend präsentieren sie die erarbeiteten Inhalte in einem Referat – als Diskussionsgrundlage für die gesamte Gruppe. Letztlich müssen die Inhalte aller Aufsätze in einen Kontext gebracht werden.

Inhalte:

- Experimental Evidence of Antitrust Issues
- Cournot Competition
- Bertrand Competition
- Leniency and Deterrence

Veranstaltungssprache: überwiegend englisch

Lehrformen:

seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeiten

Teilnahmevoraussetzungen:

Formal: keine

Inhaltlich: keine

Prüfungsformen:

Klausurarbeit oder E-Klausur

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung sowie erfolgreiches Referat

Verwendung des Moduls: (in Semester-Nr.)

(2) Master Management mittelständischer Unternehmen

Stellenwert für die Endnote:

6/120

Modulbeauftragte/r und Hauptamtlich Lehrende:

Prof. Dr. habil. Korbinian von Blanckenburg

Prof.'in Dr. Elke Kottmann

Sonstige Informationen:

Literatur:

- Fonseca, M. A., Normann, H.-T. (2012). Explicit vs. Tacit Collusion. The Impact of Communication in Oligopoly Experiments. *European Economic Review*. 56, 1759–1772.
- Fonseca, M. A., Normann, H.-T. (2014). Endogenous cartel formation. Experimental evidence. *Economics Letters*. 125, 223–225.
- Huck, S., Normann, H.-T., and Oechssler, J. (2004). Two are few and four are many: Number effects in experimental oligopolies. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 53:435-446.
- Motta, M., Polo, M. (2003). Leniency programs and cartel prosecution. *International Journal of Industrial Organization*. 21, 347–379.
- Raab, P. and Schipper, B. C. (2009). Cournot competition among teams: An experimental study. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 72:691-702.

Compliance Management Systeme

Kurzzeichen:

MCMS

Workload:

180 h

Studiensemester:

4. Sem.

Credits:

6

Dauer:

1 Semester

Häufigkeit des Angebots:

Sommersemester

Selbststudium:

120 h

Anzahl Studierende:

15

Kontaktzeit:

4 SWS / 60 h

Modulnummer:

7803

Prüfungsnummer:

9999

Anteil Abschlussnote [%]:

5

Unterrichtssprache:

deutsch

Stand BPO/MPO min.:

MPO-2017

Lehrveranstaltungen:

Seminaristische Vorlesung: 2 SWS/ 30 h, Übung: 2 SWS/ 30 h

Lernergebnisse/Kompetenzen:

Die Studierenden erkennen die Ursachen und wissenschaftlichen Erklärungsansätze für pflichtwidriges Verhalten in mittelständischen Unternehmen und sind in der Lage selbständig Maßnahmen zur Implementierung und Verbesserung eines Compliance-Management-Systems in mittelständischen Unternehmen herzuleiten. Sie erkennen die Wirkungen pflichtwidrigen Verhaltens auf die Gesellschaft und die Rückkopplungseffekte für die Unternehmung (Systemtheorie). Fächerübergreifendes Wissen wird durch Fallstudien gestärkt. Neben Vortrags- und Einzelarbeitsphasen lernen und arbeiten die Studenten gemeinsam in Gruppen. Die Studierenden erwerben somit wirtschaftswissenschaftliche und berufliche Handlungskompetenz.

Inhalte:

Regelverstöße durch menschliche Handlungen führen regelmäßig zu Strafen für das

Unternehmen und seine Organe. Unternehmen sind daher gezwungen, ihre Prozesse und Systeme permanent auf die Einhaltung regulatorischer Anforderungen zu überprüfen. Das Modul befasst sich mit dem Umfang der allgemeinen Sorgfaltspflicht der Unternehmensleitung im Mittelstand und den sich hieraus ergebenden Maßnahmen zur Sicherstellung der Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen und unternehmensinterner Regeln. Hierzu werden die vertragstheoretischen Erklärungsansätze (z. B. Principal-Agent-Theory, Steuerhinterziehungstheorie) für pflichtwidriges Verhalten diskutiert und anhand ausgewählter Fallstudien (z. B. ordnungsgemäße Buchführung, Steuerdeklaration) die praktischen Konsequenzen für den Aufbau und die Optimierung eines wirksamen Compliance-Management-Systems (CMS) abgeleitet.

Lehrformen:

seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeiten

Teilnahmevoraussetzungen:

Formal: keine

Inhaltlich: keine

Prüfungsformen:

Ausarbeitung mit Präsentation und/oder Klausurarbeit

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulklausur sowie erfolgreiche Ausarbeitung mit Präsentation

Verwendung des Moduls: (in Semester-Nr.)

(4) Master Management mittelständischer Unternehmen

Stellenwert für die Endnote:

6/120

Modulbeauftragte/r und Hauptamtlich Lehrende:

Prof. Dr. Daniel Nordhoff

Sonstige Informationen:

Literatur:

- Seidenbiedel, G. (2014): Corporate Compliance: Grundelemente der strukturellen

Integration von Compliance-Konzepten, 1. Auflage

- Wieland, J. / Steinmeyer, R. (2014): Handbuch Compliance Management: Konzeptionelle Grundlagen, praktische Erfolgsfaktoren, globale Herausforderungen, 2. Auflage
- Bay, K. Ch. / Hastenrath, K. / Bode, A. (2016): Compliance-Management-Systeme: Praxiserprobte Elemente, Prozesse und Tools, 2. Auflage

Empirische Wirtschaftsforschung

Kurzzeichen:

MEWF

Workload:

180 h

Studiensemester:

2. Sem.

Credits:

6

Dauer:

1 Semester

Häufigkeit des Angebots:

Sommersemester

Selbststudium:

120 h

Anzahl Studierende:

30

Kontaktzeit:

4 SWS / 60 h

Modulnummer:

7805

Prüfungsnummer:

9999

Anteil Abschlussnote [%]:

5

Unterrichtssprache:

deutsch

Stand BPO/MPO min.:

MPO-2017

Lehrveranstaltungen:

Seminaristische Vorlesung: 2 SWS/ 30 h, Übung: 2 SWS/ 30 h

Lernergebnisse/Kompetenzen:

Die Studierenden sind in der Lage unterschiedliche empirische, vorwiegend ökonometrische Analyseverfahren zu differenzieren, anzuwenden und Ergebnisse zu interpretieren. Dabei können sie empirische Analysen selbstständig unter Nutzung von Rohdaten durchführen – manuell und mit statistischer Software. Sie sind weiterhin dazu fähig statistische Standardsoftware wie „R“, Eviews und/oder STATA anwendungsbezogen und in Bezug auf konkrete statistische Problemstellungen anzuwenden.

Inhalte:

- Ökonometrische Methoden zur empirischen Analyse von Datensätzen
- Einführung in „R“, Eviews und/oder STATA
- Vorbereitung, Analyse und Interpretation von anwendungsbezogenen Daten

Lehrformen:

seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeiten im PC-Pool

Teilnahmevoraussetzungen:

Formal: keine

Inhaltlich: Wirtschaftsmathematik und Statistik

Prüfungsformen:

Klausur oder E-Klausur

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Verwendung des Moduls: (in Semester-Nr.)

(2) Master Management mittelständischer Unternehmen

Stellenwert für die Endnote:

6/120

Modulbeauftragte/r und Hauptamtlich Lehrende:

Prof. Dr. Korbinian von Blanckenburg (Prof. Dr. Christian Faupel)

Sonstige Informationen:

Literatur:

- Behr/Pötter (2010): Einführung in die Statistik mit R, 2. Aufl., Vahlen.
- Kleiber/Zeileis (2008): Applied Econometrics with R, Springer.
- Kohler/Kreuter (2016): Datenanalyse mit Stata - Allgemeine Konzepte der Datenanalyse und ihre praktische Anwendung, De Gruyter.
- Kozhan (2009): Financial Econometrics With Eviews, bookboon.com.

Finanzmanagement

Kurzzeichen:

MFIM

Workload:

180 h

Studiensemester:

1. Sem.

Credits:

6

Dauer:

1 Semester

Häufigkeit des Angebots:

Wintersemester

Selbststudium:

120 h

Anzahl Studierende:

30

Kontaktzeit:

4 SWS / 60 h

Modulnummer:

7806

Prüfungsnummer:

9999

Anteil Abschlussnote [%]:

5

Unterrichtssprache:

deutsch

Stand BPO/MPO min.:

MPO-2017

Lehrveranstaltungen:

Seminaristische Vorlesung: 2 SWS/ 30 h, Übung: 2 SWS/ 30 h

Lernergebnisse/Kompetenzen:

Die Studierenden erkennen die theoretischen Grundlagen und Strukturen der Finanzierungs- und Kapitalmarktheorie und deren praktische Bedeutung für das Finanzmanagement in mittelständischen Unternehmen. Sie erarbeiten sich die vielfältigen Aufgabenfelder eines Finanzbereichs in mittelständischen Unternehmen und darüber hinaus auch Querschnittsthemen wie die integrierte Bilanz-, Erfolgs- und Finanzplanung, die Unternehmens- und Beteiligungsbewertung sowie die wertorientierte Unternehmensführung. Die Studierenden haben in Übungseinheiten ihre Sachkompetenz weiter vertieft. Ferner haben sie gelernt, sich neue fachliche Aspekte unter Zeitdruck selbstständig zu erarbeiten, erlernte theoretische Grundlagen auf neue komplexe praktische Fragestellung anzuwenden und diese für eine weiterführende Gruppenarbeit sowie eine abschließende Plenumsdiskussion aufzubereiten. Sie können anspruchsvolle Probleme des

Finanzmanagements in mittelständischen Unternehmen sowohl allein als auch in Kleingruppen lösen, in angemessener Form in einer wissenschaftlichen Ausarbeitung verschriftlichen, im Plenum präsentieren und daraus resultierende Fachdiskussionen moderieren. Fächerübergreifendes Wissen, insbesondere hinsichtlich der rechtlichen, steuerrechtlichen sowie quantitativen Bezüge des Finanzmanagement in mittelständischen Unternehmen, wird durch den Einsatz von komplexen, interdisziplinären Fallstudien zum Finanzmanagement vertieft. Durch die Arbeit in Kleingruppen sind die Kommunikations-, Team- und Konfliktfähigkeiten gestärkt worden. Die Studierenden erwerben somit wirtschaftswissenschaftliche und berufliche Handlungskompetenz.

Inhalte:

Folgende Themengebiete werden mit dem Fokus auf mittelständische Unternehmen behandelt:

- Überblick über das Finanzmanagement in mittelständischen Unternehmen
- Aufbau- und Ablauforganisation des Finanzbereichs
- Grundlagen der Finanzierungs- und Kapitalmarkttheorie
- Cash- und Liquiditätsmanagement
- Working Capital Management
- Finanzrisikomanagement
- Asset Management
- Bankenmanagement und -politik
- Finanzmanagement in besonderen Situationen
- Integrierte Bilanz-, Erfolgs- und Finanzplanung
- Unternehmens- und Beteiligungsbewertung
- Wertorientierte Unternehmensführung

Lehrformen:

Seminaristische Vorlesung und Übung mit dem Einsatz von Tafel, Präsentationsfolien, Beamer, Computer, Overhead-Projektor, Flipchart, Medienkoffer sowie Partner-/Gruppen-/Projektarbeiten, wissenschaftliche Recherchen, Fallstudien und Plenumsdiskussionen

Teilnahmevoraussetzungen:

Formal: keine

Inhaltlich: Kenntnisse in Investitionsrechnung, externem und internem Rechnungswesen, Wirtschaftsprivatrecht, betriebliche Steuerlehre und quantitativen Methoden

Prüfungsformen:

Ausarbeitung mit Präsentation und/oder Kolloquium bzw. Klausur; ansonsten eine nach der Prüfungsordnung vorgesehene andere Prüfungsform

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Verwendung des Moduls: (in Semester-Nr.)

(1) Master Management mittelständischer Unternehmen

Stellenwert für die Endnote:

6/120

Modulbeauftragte/r und Hauptamtlich Lehrende:

Prof. Dr. Jens Kümmel

Sonstige Informationen:

Literatur:

- Ballwieser, W./Hachmeister, D., Unternehmensbewertung, 5. Aufl., Stuttgart, 2016
- Beike, R./Schlütz, J., Finanznachrichten lesen – verstehen – nutzen, 6. Aufl., Stuttgart, 2015
- Bodemer, S./Disch, R., Corporate Treasury Management, Stuttgart, 2014
- Bösch, M., Finanzwirtschaft, 3. Aufl., München, 2016
- Coenenberg, A. G./Salfeld, R./Schultze, W., Wertorientierte Unternehmensführung, 3. Aufl., Stuttgart, 2015
- Copeland, T. E./Weston, J. F./Shastri, K., Finanzierungstheorie und Unternehmenspolitik, 4. Aufl., München, 2008
- Drukarczyk, J./Schüler, A., Unternehmensbewertung, 7. Aufl., München, 2016
- Eayrs, W. E./Ernst, D./Prexl, S., Corporate Finance Training, 2. Aufl., Stuttgart, 2011

- Eilers, S./Rödding, A./Schmalenbach, D., Unternehmensfinanzierung, 2. Aufl., München, 2014
- Ernst, D./Häcker, J. (Hrsg.), Financial Modeling, 2. Aufl., Stuttgart, 2016
- Ertl, M., Finanzmanagement in der Unternehmenspraxis, München, 2001
- Heesen, B., Cash- und Liquiditätsmanagement, 3. Aufl., Wiesbaden, 2016
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A., Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Aufl., München, 2016
- Portisch, W. (Hrsg.), Finanzierung im Unternehmenslebenszyklus, 2. Aufl., Berlin, 2016
- Schüler, A., Finanzmanagement mit Excel, 2. Aufl., München, 2016
- Schulte, C., Corporate Finance, München, 2005
- Volkart, R./Wagner, A. F., Corporate Finance, 6. Aufl., Zürich, 2014
- Wöhe, G./Bilstein, J./Ernst, D./Häcker, J., Grundzüge der Unternehmensfinanzierung, 11. Aufl., München, 2013

Internationales Marketing

Kurzzeichen:

MIMT

Workload:

180 h

Studiensemester:

3. Sem.

Credits:

6

Dauer:

1 Semester

Häufigkeit des Angebots:

Wintersemester

Selbststudium:

120 h

Anzahl Studierende:

30

Kontaktzeit:

4 SWS / 60 h

Modulnummer:

7807

Prüfungsnummer:

9999

Anteil Abschlussnote [%]:

5

Unterrichtssprache:

deutsch

Stand BPO/MPO min.:

MPO-2017

Lehrveranstaltungen:

Seminaristische Vorlesung: 2 SWS/ 30 h, Übung: 2 SWS/ 30 h

Lernergebnisse/Kompetenzen:

Die Studierenden kennen den Prozess der Internationalisierung sowie dessen besondere Implikationen für mittelständische Unternehmen und sind in der Lage, Strategien der Internationalisierung zu entwickeln und zu analysieren. Sie beherrschen die Entscheidungstatbestände und Problemfelder im internationalen Marketing und können die aus dem Konsumgüter- und Investitionsgütermarketing bekannten Entscheidungsfelder auf das internationale Marketing mittelständischer Unternehmen transferieren. Die Studierenden kennen die wichtigsten Bewertungskriterien zur Abschätzung des Ländereintrittsrisikos und haben sich die in der Praxis eingesetzten Instrumente des internationalen Marketings erarbeitet. Ferner haben sie die besondere Ressourcensituation der mittelständischen Unternehmen im Bereich des Internationalen Marketings erkannt. Die Studierenden haben ein ausgeprägtes Problembewusstsein für marketingspezifische Fragestellungen im

internationalen Kontext, kennen verschiedene Lösungsstrategien und können sie in die Praxis mittelständischer Unternehmen umsetzen. Sie sind damit auf die Übernahme von Verantwortung bei unternehmerischen und marketingspezifischen Entscheidungen in mittelständischen Unternehmen fachlich vorbereitet. Die Studierenden können das erworbene fachliche Wissen auf konkrete Sachverhalte anwenden. Dies wird in Praxisfallstudien trainiert. Durch den Einsatz unterschiedlicher kooperativer Lernformen (z. B. Gruppenarbeit, moderierte Diskussionen) werden die Kompetenzen der Studierenden hinsichtlich Team-, Konflikt-, Führungs-, Kommunikations- und Moderationsfähigkeit weiter verstärkt. Während der Veranstaltung werden Bezüge zu mit dem Thema verbundenen Inhalten der Statistik, der Psychologie sowie der Medienwissenschaften hergestellt. Durch Präsentation und Diskussion aktueller Fallstudien und Praxisberichte wird das Urteilsvermögen sowie die Argumentationsfähigkeit, Kritikfähigkeit, Selbstreflexionsfähigkeit und Kooperationsfähigkeit weiter geschärft und optimiert.

Inhalte:

Folgende Themenbereiche werden mit Fokus auf mittelständische Unternehmen behandelt:

- Internationalisierung von mittelständischen Unternehmen (Bedeutung, Hindernisse und Erfolgsfaktoren, Internationalisierungsstrategien)
- Einführung zum Internationalen Marketing (Begriff, Abgrenzung und Unterscheidung zwischen dem „klassischen“ Marketing und Internationalen Marketing, Bedeutung des Internationalen Marketings im Kontext des Globalisierungsprozesses)
- Internationale Marktforschung (Prozessablauf und Schwerpunkte bei multinationalen Forschungsprozessen, Probleme bei der Übertragung nationaler Forschungsansätze auf internationale Gegebenheiten, Ansätze zur Bestimmung und Vergleich von Länderrisiken, Methoden der Länderbewertung, Methoden der Länderauswahl)
- Zielbestimmung (Formulierung internationaler Marketingziele)
- Marktsegmentierung (Unterschiede nationaler Zielgruppen, Einflüsse verschiedener Kulturen, Methoden der Segmentierung internationaler Märkte)
- Internationale Marketingstrategien (Eintrittsstrategien für ausländische Märkte, Festlegung strategischer Stoßrichtungen, Möglichkeiten der Übertragbarkeit nationaler Marketingstrategien auf Auslandsmärkte, Anwendung strategischer Analysekonzepte)

- Marketingmix im Internationalen Marketing (Standardisierung versus Differenzierung, Internationale Produktpolitik, internationale Kommunikationspolitik, internationale Preispolitik, internationale Distributionspolitik)
- Implementierung (Installation eines internationalen Konzepts im Unternehmen, Probleme der Internationalisierung, notwendige Voraussetzungen der Internationalisierung)
- Steuerung und Kontrolle (Überprüfung der Maßnahmen des Internationalen Marketings auf ihre Wirksamkeit und Strategiekonformität)
- Fallstudien und Praxisbeispiele

Lehrformen:

Seminaristische Vorlesung und Übung mit dem Einsatz von Tafel, Präsentationsfolien, Beamer, Computer, Overhead-Projektor, Flipchart, Medienkoffer sowie Partner-/Gruppen-/Projektarbeiten, wissenschaftliche Recherchen, Fallstudien und Plenumsdiskussionen

Teilnahmevoraussetzungen:

Formal: keine

Inhaltlich: Kenntnisse in Marketing

Prüfungsformen:

In der Regel Klausur oder ansonsten eine nach der Prüfungsordnung vorgesehene andere Prüfungsform

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Verwendung des Moduls: (in Semester-Nr.)

(3) Master Management mittelständischer Unternehmen

Stellenwert für die Endnote:

6/120

Modulbeauftragte/r und Hauptamtlich Lehrende:

Prof. Dr. Ingo Kracht, Lehrender: N. N.

Sonstige Informationen:

Literatur:

- Albaum, G./Duerr, E./Strandskov, J., International Marketing and Export Management, 5th, Edition, New Jersey, 2005
- Berndt, R./Fantapié Altobelli, C/, Sander, M., Internationales Marketing-Management, 5. Aufl. Wiesbaden, 2016
- Backhaus, K./Voeth, M., Internationales Marketing, 6. Aufl., Stuttgart, 2010
- Berndt, R. (Hrsg.), Management-Konzepte für kleine und mittlere Unternehmen, Berlin, 2006
- Curry, J. E., Internationales Marketing, Köln, 2000
- Homburg, C., Marketingmanagement, 4. Aufl., Wiesbaden, 2012
- Kotler, P./Keller, K. L./Opresnik, M. O., Marketing-Management, 14. Aufl., Hallbergmoos, 2015
- Kruse, P., Internationalisierung der Absatzmärkte für kleine und mittelständische Unternehmen, Wiesbaden, 2010
- Meffert, H./Burmann, C./Kirchgeorg, M., Internationales Marketing-Management, 4. Aufl., Stuttgart, 2010
- Nienaber, K., Internationalisierung mittelständischer Unternehmen, Hamburg, 2003
- Renker, C., Marketing im Mittelstand, 4. Aufl., Berlin, 2012
- Zentes, J./Swoboda, B./Schramm-Klein, H., Internationales Marketing, München, 2013

Kolloquium

Kurzzeichen:

MKOL

Workload:

120 h

Studiensemester:

4. Sem.

Credits:

4

Dauer:

1 Semester

Häufigkeit des Angebots:

Sommersemester

Selbststudium:

120 h

Anzahl Studierende:
Kontaktzeit:

-

Modulnummer:

7808

Prüfungsnummer:

9999

Anteil Abschlussnote [%]:

3,33

Unterrichtssprache:

deutsch

Stand BPO/MPO min.:

MPO-2017

Lehrveranstaltungen:

Selbststudium, Wiederholung der Inhalte sämtlicher Module des Studiengangs sowie umfangreiche Auskunftsfähigkeit hinsichtlich der selbst erstellten Masterarbeit

Lernergebnisse/Kompetenzen:

Die Studierenden beherrschen die wichtigsten Lehr- und Lerninhalte der Module ihres Studiengangs. Im Rahmen der Verteidigung ihrer Masterarbeit können sie deren spezifische Inhalte in den Kontext der (Besonderheiten der) Betriebswirtschaftslehre für mittelständische Unternehmen stellen. Sie sind in der Lage, betriebswirtschaftliche (Detail-)Fragestellungen in Gesamtzusammenhänge einzuordnen und selbstständig zu bewerten. In der Diskussion mit den Prüfern stellen die Studierenden ihre Stressresistenz unter Beweis und zeigen, dass sie selbstbewusst und zugleich selbstreflektiert ihre fachlichen Positionen auf einem hohen wissenschaftlichen und fachlichen Niveau vertreten können.

Inhalte:

Das Kolloquium bezieht sich vornehmlich auf die Inhalte, die sich aus dem Thema der

Masterarbeit ergeben. Das Thema der Masterarbeit wird in den Kontext der Lehr- und Lerninhalte der übrigen Module des Studiengangs gestellt und somit auf der übergeordneten Ebene der Betriebswirtschaftslehre für mittelständische Unternehmen erörtert.

Lehrformen:

-

Teilnahmevoraussetzungen:

Formal: Sämtliche Modulprüfungen des Studiengangs müssen bestanden sein.

Inhaltlich: Die Inhalte sämtlicher Module des Studiengangs müssen beherrscht werden.

Prüfungsformen:

Mündliche Prüfung

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Prüfung

Verwendung des Moduls: (in Semester-Nr.)

(4) Master Management mittelständischer Unternehmen

Stellenwert für die Endnote:

4/120

Modulbeauftragte/r und Hauptamtlich Lehrende:

Erstprüferin/Erstprüfer

Sonstige Informationen:

-

Marktforschung und Käuferverhalten

Kurzzeichen:

MMFK

Workload:

180 h

Studiensemester:

1. Sem.

Credits:

6

Dauer:

1 Semester

Häufigkeit des Angebots:

Wintersemester

Selbststudium:

120 h

Anzahl Studierende:

30

Kontaktzeit:

4 SWS / 60 h

Modulnummer:

7810

Prüfungsnummer:

9999

Anteil Abschlussnote [%]:

5

Unterrichtssprache:

deutsch

Stand BPO/MPO min.:

MPO-2017

Lehrveranstaltungen:

Seminaristische Vorlesung: 2 SWS/ 30 h, Übung: 2 SWS/ 30 h

Lernergebnisse/Kompetenzen:

Die Studierenden kennen marktforschungsspezifische Fachausdrücke. Sie beherrschen die Fähigkeit Informationsprobleme aus Marketingproblemen abzuleiten und üben die Formulierung von Marktforschungsproblemen. Sie beherrschen generelle strukturierte Vorgehensweisen bei der Bearbeitung von Marktforschungsproblemen und besitzen Kenntnis des praxisrelevanten Instrumentariums zur Auswahl der Untersuchungsobjekte sowie der Datenerhebung und der Datenanalyse. Die Studierenden kennen die Bestimmungsfaktoren des Konsumentenverhaltens und erlangen die Fähigkeit Marktforschungsergebnisse zu interpretieren. Sie kennen Methoden zur Einstellungsmessung und wenden ausgewählte multivariate Analysemethoden an. Dabei erlernen sie schrittweise die mathematische Funktionsweise der vorgestellten multivariaten Analysemethoden. Deren Anwendung wird an für den Mittelstand praxisrelevanten

Aufgabenstellungen, welche aus durchgeführten Projekten stammen, geübt. Die tiefgehende Besprechung multivariater Analysemethoden schafft eine sichere Methodenwahl bei praktischen Fragestellungen und schult das analytische Denkvermögen. Dieses Modul vermittelt außerdem die Zerlegung komplexer Problemstrukturen in Einzelprobleme um mit dem erlernten Instrumentarium handlungsfähig zu sein. Neben der Vermittlung von Theorie steht die Anwendung dieser anhand durchgeführter praktischer Beispiele im Vordergrund. Dadurch schaffen die Studierenden einen erleichterten Transfer des Erlernen in die praktische Berufswelt mittelständischer Unternehmen.

Inhalte:**Vorlesung:**

- Marktforschung: Marktforschungsprozess, Messniveaus und Skalen, Auswahlverfahren, Erhebungsmethoden, Informationsauswertung (Häufigkeitsverteilung, Kreuztabelle, Mittelwerte, Streuungsmaße, Korrelationsanalyse, Multivariate Analyseverfahren),
- Käuferverhalten: Kaufentscheidungsträger und -typen, Kaufentscheidungsmodelle, Bestimmungsfaktoren des Käuferverhaltens, kognitive Prozesse, Methoden der Einstellungsmessung. Kaufverhalten von Organisationen

Übungen:

- Übungsaufgaben,
- Fallstudien in Gruppenarbeit bzw. Selbststudium lösen,
- Übungen mit spezieller Software

Lehrformen:

Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von EDV-gestützte Präsentation, Tafel, Präsentationsfolien, Flipchart, Beamer, Smartboard, Programme zur Statistik.

Teilnahmevoraussetzungen:

Formal: keine

Inhaltlich: Grundlegende Erkenntnisse über Wirtschaftsmathematik, Wirtschaftsstatistik und Marketing

Prüfungsformen:

Klausur oder eine nach der Prüfungsordnung vorgesehene Prüfungsform

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Verwendung des Moduls: (in Semester-Nr.)

(1) Master Management mittelständischer Unternehmen

Stellenwert für die Endnote:

6/120

Modulbeauftragte/r und Hauptamtlich Lehrende:

Prof. Dr. Ingo Kracht

Sonstige Informationen:

Literatur:

- Backhaus, K.; et. al.; Multivariate Analysemethoden; 14. Aufl.; Berlin et al.; 2015
- Berekoven, L.; Eckert, W.; Ellenrieder, P.; Marktforschung; Methodische Grundlagen und praktische Anwendungen; 12. Aufl.; Wiesbaden; 2009
- Foscht, T.; Swoboda, B.; Käuferverhalten; Grundlagen – Perspektiven – Anwendungen; 5. Aufl.; Wiesbaden; 2015
- Kuß, A.; Marktforschung: Grundlagen der Datenerhebung und Datenanalyse; 5. Aufl.; Wiesbaden; 2014
- Pepels, W.; Käuferverhalten: Basiswissen für Kaufentscheidungen von Konsumenten und Organisationen mit Aufgaben und Lösungen; 2. Aufl.; Berlin; 2013
- Solomon, M.; Bamossy, G.; Askegaard, S.; Konsumentenverhalten; Der europäische Markt; München; 2001
- Weis, H. Ch.; Steinmetz, P.; Marktforschung (Modernes Marketing für Studium und Praxis); 8. Aufl.; Ludwigshafen; 2012

Masterarbeit

Kurzzeichen:

MMAB

Workload:

600 h

Studiensemester:

4. Sem.

Credits:

20

Dauer:

1 Semester

Häufigkeit des Angebots:

Sommersemester

Selbststudium:

600 h

Anzahl Studierende:
Kontaktzeit:

-

Modulnummer:

7809

Prüfungsnummer:

9999

Anteil Abschlussnote [%]:

16,67

Unterrichtssprache:

deutsch

Stand BPO/MPO min.:

MPO-2017

Lehrveranstaltungen:

Eigenständige Untersuchung einer konkreten Aufgabenstellung

Lernergebnisse/Kompetenzen:

Die Studierenden intensivieren im Rahmen ihrer Masterarbeit weiter die Kompetenz, die in ihren bisherigen Studien erarbeiteten Kenntnisse und Fähigkeiten auf eine ihnen unbekannte, umfangreiche und komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellung aus dem Bereich des Managements mittelständischer Unternehmen anzuwenden. Sie sind in der Lage, bei der Aufgabenlösung die in ihren bisherigen Studien erlernten wissenschaftlichen Methoden souverän einzusetzen und selbstkritisch zu hinterfragen. Die Studierenden stärken ihre Selbstkompetenz weiter, indem sie den Prozess der Erstellung der Masterarbeit professionell managen. Insbesondere bei Masterarbeiten in mittelständischen Unternehmen erwerben sie darüber hinaus weitere berufspraktische Erfahrungen und vertiefen weiter ihre erworbenen Fach-, Methoden-, Sozial- und Selbstkompetenzen vor dem Hintergrund des unternehmerischen Alltags im Mittelstand. Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit

der Aufgabenstellung bewegt sich insgesamt auf einem hohen Niveau. Auf Grund unterschiedlicher Aufgabenstellungen können bestimmte der vorgenannten Kompetenzen in besonderer Weise erworben und weiter ausgebaut werden.

Inhalte:

Die Inhalte der Masterarbeit richten sich jeweils nach deren konkreter Aufgabenstellung.

Lehrformen:

-

Teilnahmevoraussetzungen:

Formal: Grundsätzlich müssen sämtliche Modulprüfungen des Studiengangs bestanden sein. In Ausnahmefällen können bei der Anmeldung zur Masterarbeit noch 2 Module nicht abgeschlossen sein, wenn diese in naher Zukunft aller Voraussicht nach bestanden werden.

Inhaltlich: Es werden umfangreiche Kenntnisse aus den Modulen des Studiengangs sowie in dem jeweils gewählten fachlichen Profil des Wahlbereichs erwartet.

Prüfungsformen:

Schriftliche Abschlussarbeit

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Prüfung

Verwendung des Moduls: (in Semester-Nr.)

(4) Master Management mittelständischer Unternehmen

Stellenwert für die Endnote:

20/120

Modulbeauftragte/r und Hauptamtlich Lehrende:

Erstprüferin/Erstprüfer

Sonstige Informationen:

-

Personalführung

Kurzzeichen:

MPEF

Workload:

180 h

Studiensemester:

3. Sem.

Credits:

6

Dauer:

1 Semester

Häufigkeit des Angebots:

Wintersemester

Selbststudium:

120 h

Anzahl Studierende:

30

Kontaktzeit:

4 SWS / 60 h

Modulnummer:

7813

Prüfungsnummer:

9999

Anteil Abschlussnote [%]:

5

Unterrichtssprache:

deutsch

Stand BPO/MPO min.:

MPO-2017

Lehrveranstaltungen:

Seminaristische Vorlesung: 2 SWS/ 30 h, Übung: 2 SWS/ 30 h

Lernergebnisse/Kompetenzen:

Die Studierenden verstehen, welche Bedeutung Personalführung für Mitarbeiter Einstellungen und -verhalten und für den Unternehmenserfolg in mittelständischen Unternehmen hat. Sie kennen verschiedene Führungsfunktionen und können Führungsverhalten auf der Grundlage von Führungs- und Motivationstheorien kritisch reflektieren. Darüber hinaus kennen sie Instrumente operativer Führung und Praktiken der Führungskräfteentwicklung und können geeignete Lösungsansätze für typische Fragen der Personalführung in mittelständischen Unternehmen entwickeln. Dabei erkennen sie anhand von Beispielfällen das Zusammenwirken von Führungssituation, Führungskraft und Geführten.

Inhalte:

- Grundlagen der Personalführung: Begriffe, Akteure und Funktionen

- Motivation und Verhalten von Individuen und Teams in Organisationen
- Führungsstile und Führungstheorien
- Instrumente der Personalführung
- Führungskräfteentwicklung

Lehrformen:

Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von DV-gestützte Präsentation, Beamer, Tafel, Präsentationsfolien, Flipchart, Fallstudien, Gruppenarbeit

Teilnahmevoraussetzungen:

Formal: keine

Inhaltlich: Inhalte des Moduls BWL für mittelständische Unternehmen

Prüfungsformen:

Ausarbeitung mit Präsentation

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Verwendung des Moduls: (in Semester-Nr.)

(3) Master Betriebswirtschaftslehre

Stellenwert für die Endnote:

6/120

Modulbeauftragte/r und Hauptamtlich Lehrende:

Prof. Dr. Anja Iseke

Sonstige Informationen:

Literatur (Auswahl):

- Domsch, M.E./Regnet, E./von Rosenstiel, L. (Hrsg.) (2012): Führung von Mitarbeitern: Fallstudien zum Personalmanagement, 3. Aufl., Stuttgart.
- Felfe, J. (2009): Mitarbeiterführung. Göttingen
- Neuberger, O. (2002): Führen und führen lassen: Ansätze, Ergebnisse und Kritik der Führungsforschung, 6. Aufl., Stuttgart.
- Weibler, J. (2012): Personalführung. München.

Praxisseminar zur angewandten BWL

Kurzzeichen:

MPAB

Workload:

360 h

Studiensemester:

3. Sem.

Credits:

12

Dauer:

1 Semester

Häufigkeit des Angebots:

Wintersemester

Selbststudium:

240 h

Anzahl Studierende:
Kontaktzeit:

8 SWS / 120 h

Modulnummer:

7811

Prüfungsnummer:

9999

Anteil Abschlussnote [%]:

10

Unterrichtssprache:

deutsch

Stand BPO/MPO min.:

MPO-2017

Lehrveranstaltungen:

Seminaristische Vorlesung: 8 SWS/ 120 h

Lernergebnisse/Kompetenzen:

Die Studierenden können in der Praxis auftretende Aufgabenstellungen selbstständig strukturieren und verschiedene fachliche Inhalte eines betriebswirtschaftlichen Studiums auf konkrete Fragestellungen anwenden. Sie können mit Unsicherheit und komplexen Wirkungszusammenhängen umgehen und haben gelernt Lösungsansätze für verschiedene Probleme selbstständig zu entwickeln.

Sie konnten sich mit dem Gedanken einer eigenen Gründung bzw. der Übernahme unternehmerischer Verantwortung auseinandersetzen. Sie erkennen Chancen/Risiken und sind in der Lage an Geschäftsmodellen zu arbeiten.

Wesentliche Bestandteile dieses Moduls sind:

- Selbstständiges, teamorientiertes Bearbeiten einer betriebswirtschaftlichen, praxisorientierten Aufgabenstellung
- Selbstständige Informationssuche und Bewertung von Informationen hinsichtlich deren Relevanz für die Aufgabenstellung.
- Anfertigen von schriftlichen Zwischenberichten über den Fortgang der Bearbeitung und Besprechung mit dem betreuenden Dozenten.
- Ausarbeitung einer schriftlichen, nachvollziehbaren Dokumentation der geforderten Aufgabenstellung.
- Erarbeitung von praxisbeständigen Lösungsansätzen.
- Einüben der Fähigkeit des Transfers der theoretischen Inhalte auf eine Praxisaufgabe.

Inhalte:

Die Studierenden arbeiten in Kleingruppen, die mit der Erstellung eines Businessplans bzw. der betriebswirtschaftlichen Durchdringung eines Geschäftsmodells oder einer anderen komplexen Aufgabenstellung aus der unternehmerischen Praxis beauftragt werden. Die Gruppen erhalten Feedback von den Betreuern, sie steuern und organisieren sich aber grundsätzlich selbst.

In diesem Modul können eigene Gründungsideen ausgearbeitet werden. Damit werden auch Themen aus dem Modul „Unternehmertum und Existenzgründung“ aufgegriffen und weiter vertieft. Die Studierenden werden angehalten, sich mit der Gründung oder Übernahme eines Unternehmens auseinanderzusetzen. Dabei werden gezielt Kontakte zwischen den Studierenden und Gründern bzw. Unternehmern aus der Region aufgebaut.

Wesentliche Schritte sind:

- kick-off zur Gruppenbildung und Themenfindung
- Aufgabenzuordnung in den Gruppen und Erstellung eines Projektplans
- Erarbeitung der geplanten Inhalte, Vorbereitung und Durchführung regelmäßiger Status-Meetings mit den Betreuerteams
- Abstimmung der Einzelinhalte und Erstellung einer zusammenfassenden Darstellung (Businessplan mit ergänzenden, vertiefenden Informationen zu einzelnen fachlichen

Sachverhalten)

- Präsentation der Ergebnisse vor den Betreuerteams
- Präsentation und Verteidigung des Gruppenergebnisses vor einer externen Fachjury (Unternehmer aus der Region)

Lehrformen:

Projektarbeiten, Gruppenarbeiten

Teilnahmevoraussetzungen:

Formal: keine

Inhaltlich: Kenntnis der Inhalte des Mastermoduls „Unternehmertum und Existenzgründung“

Prüfungsformen:

Ausarbeitung mit Präsentation

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung sowie Teilnahme an der Projektarbeit

Verwendung des Moduls: (in Semester-Nr.)

(3) Master Management mittelständischer Unternehmen

Stellenwert für die Endnote:

12/120

Modulbeauftragte/r und Hauptamtlich Lehrende:

Prof. Dr. Elke Kottmann, Prof. Dr. Ingo Kracht

Sonstige Informationen:

Literatur:

- Themenorientierte Fachliteratur

Produktionsmanagement

Kurzzeichen:

MPDM

Workload:

180 h

Studiensemester:

2. Sem.

Credits:

6

Dauer:

1 Semester

Häufigkeit des Angebots:

Sommersemester

Selbststudium:

120 h

Anzahl Studierende:

30

Kontaktzeit:

4 SWS / 60 h

Modulnummer:

7812

Prüfungsnummer:

9999

Anteil Abschlussnote [%]:

5

Unterrichtssprache:

deutsch

Stand BPO/MPO min.:

MPO-2017

Lehrveranstaltungen:

Seminaristische Vorlesung: 2 SWS/ 30 h, Übung: 2 SWS/ 30 h

Lernergebnisse/Kompetenzen:

Die Studierenden erkennen die Notwendigkeit der Bestimmung zieloptimaler Produktfeld-Markt-Kombinationen, der Planung und Steuerung von Produktionsprozessen sowie der Ermittlung operativer Produktionsprogramme in mittelständischen Unternehmen. Sie analysieren selbständig produktionswirtschaftliche Entscheidungsprobleme unter Einsatz von Methoden der Mathematik, der Statistik sowie des Operations Researchs. Sie sind in der Lage, eigenständig Methoden zur Beantwortung produktionswirtschaftlicher Fragestellungen in mittelständischen Unternehmen auszuwählen, anzuwenden und zu reflektieren.

Inhalte:

Die Aufgabe des Produktionsmanagements besteht in der Gestaltung und Durchführung des betrieblichen Wertschöpfungsprozesses. Gegenstand der Veranstaltung sind Planungs-

und Entscheidungsprobleme im Bereich des strategischen, taktischen und operativen Produktionsmanagements. Dazu zählen insbesondere die Standortwahl, die Produktionsprogrammgestaltung, das Qualitätsmanagement, das Technologiemanagement, die Kapazitätsgestaltung, die Reihenfolgeplanung bei Fließ- und Serienfertigung und die Losgrößenplanung. Darüber hinaus werden integrierte Ansätze der Produktionsplanung unter besonderer Berücksichtigung hierarchischer Planungsmodelle sowie die verschiedenen Ansätze zur Bewältigung des Problems der Produktionsplanung und -steuerung in der betrieblichen Praxis behandelt. Im Rahmen der vorlesungsbegleitenden Übungen werden ausgewählte Probleme des Produktionsmanagements diskutiert sowie die zugehörigen Aufgabenstellungen bearbeitet.

Lehrformen:

seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeiten

Teilnahmevoraussetzungen:

Formal: keine

Inhaltlich: keine

Prüfungsformen:

Klausur und Ausarbeitung mit Präsentation

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulklausur sowie erfolgreiche Ausarbeitung und erfolgreiche Präsentation

Verwendung des Moduls: (in Semester-Nr.)

(2) Master Management mittelständischer Unternehmen

Stellenwert für die Endnote:

6/120

Modulbeauftragte/r und Hauptamtlich Lehrende:

N.N.

Sonstige Informationen:

Literatur:

- Steven, M. (2014), Produktionsmanagement,

- Corsten, H. (2009), Produktionswirtschaft, 12. Auflage
- Günther, H.-O., Tempelmeier, H. (2011): Produktion und Logistik, 9. Auflage
- Kistner, K.-P., Steven, M (2001).: Produktionsplanung, 3. Auflage

Projektmanagement

Kurzzeichen:

MPJM

Workload:

180 h

Studiensemester:

3. Sem.

Credits:

6

Dauer:

1 Semester

Häufigkeit des Angebots:

Wintersemester

Selbststudium:

120 h

Anzahl Studierende:

30

Kontaktzeit:

4 SWS / 60 h

Modulnummer:

7814

Prüfungsnummer:

9999

Anteil Abschlussnote [%]:

5

Unterrichtssprache:

deutsch

Stand BPO/MPO min.:

MPO-2017

Lehrveranstaltungen:

Seminaristische Vorlesung: 2 SWS/ 30 h, Übung: 2 SWS/ 30 h

Lernergebnisse/Kompetenzen:

Die Studierenden beherrschen die instrumentellen und methodischen Grundlagen des Projektmanagements. Sie sind darüber hinaus für notwendige Soft Skills und soziale Aspekte der Teamarbeit und Teamführung sensibilisiert. Sie wissen, wie Projektmanagement in Unternehmen angewendet wird. Sie können eigenständig Projekte planen, durchführen, dokumentieren und den Erfolgsfortschritt kontrollieren. Darüber hinaus wenden sie die erworbenen Kompetenzen an, um eine konkrete Problemstellung innerhalb eines realen mittelständischen Unternehmens der Region in einem Team zu lösen. Die Studierenden eignen sich gleichermaßen Kompetenzen in verschiedenen Schlüsselqualifikationen an, u. a. Teamfähigkeit, Selbstreflexionsfähigkeit, Präsentationskompetenz, unternehmerische Handlungskompetenz, Stressbewältigung, Selbstständigkeit, Konflikt- und Kooperationsfähigkeit.

Inhalte:

- Methodik des Projektmanagements: Projektskizze, Lasten- und Pflichtenheft, Projektstrukturplan, Meilensteinplanung, Gantt-Chart
- Merkmale, Strukturen und Organisation eines Projektes, Rollen innerhalb eines Projektes
- Zielbestimmung eines Projektes, Maßnahmenverfolgung, Messung des Erfolgsfortschrittes (Earned Value Analyse)
- Moderation und Informationsversorgung als Aufgaben des Projektcontrollers
- Projektcontrolling zum überwachen, steuern und kontrollieren von Projekten
- Nutzung von Software im Projektmanagement
- Umsetzung von Projektmanagement in Unternehmen

Konkrete Themenstellungen werden von kooperierenden mittelständischen Unternehmen der Region individuell vergeben. Themen werden in der Bereichen Unternehmensführung und -steuerung, insbesondere Strategie, Controlling, Finanzen und Kostenmanagement bearbeitet.

Lehrformen:

Blockveranstaltung zur Methodik des Projektmanagements.

Begleitete Bearbeitung eines realen Projekts mit Unternehmen, Zwischenpräsentationen und abschließender Präsentation der Ergebnisse vor einer Hochschul- und Unternehmensjury.

Teilnahmevoraussetzungen:

Formal: keine

Inhaltlich: keine

Prüfungsformen:

i. d. R. Ausarbeitung mit Präsentation und Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren oder eine nach der Prüfungsordnung vorgesehene Prüfungsform

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Verwendung des Moduls: (in Semester-Nr.)

(3) Master Management mittelständischer Unternehmen

Stellenwert für die Endnote:

6/120

Modulbeauftragte/r und Hauptamtlich Lehrende:

Prof. Dr. Christian Faupel

Sonstige Informationen:

Literatur:

- Schreckeneder, B. C., Projektcontrolling: Projekte überwachen, steuern präsentieren (in aktueller Auflage). Freiburg.
- Sterrer, C., Winkler, G., Setting Milestones: Projektmanagement Methoden, Prozesse, Hilfsmittel (in aktueller Auflage). Berlin.
- Coy, D. et al., Führen mit Projekten: Leitfaden für Führungskräfte (in aktueller Auflage). Burgrieden.
- Heintel, P., Krainz, E., Projektmanagement: Hierarchiekrise, Systemabwehr, Komplexitätsbewältigung (in aktueller Auflage). Wiesbaden.
- Burghardt, M., Einführung in Projektmanagement: Definition, Planung, Kontrolle, Abschluss (in aktueller Auflage). Erlangen.

Strategisches Personalmanagement

Kurzzeichen:

MSPM

Workload:

180 h

Studiensemester:

2. Sem.

Credits:

6

Dauer:

1 Semester

Häufigkeit des Angebots:

Sommersemester

Selbststudium:

120 h

Anzahl Studierende:

30

Kontaktzeit:

4 SWS / 60 h

Modulnummer:

7816

Prüfungsnummer:

9999

Anteil Abschlussnote [%]:

5

Unterrichtssprache:

deutsch

Stand BPO/MPO min.:

MPO-2017

Lehrveranstaltungen:

Seminaristische Vorlesung: 2 SWS/ 30 h, Übung: 2 SWS/ 30 h

Lernergebnisse/Kompetenzen:

Die Studierenden erkennen die strategische Bedeutung des Personalmanagements für den Erfolg von mittelständischen Unternehmen. Sie verstehen, welchen Einfluss externe Rahmenbedingungen und die Organisationsmerkmale auf die Gestaltung des strategischen Personalmanagements haben. Sie kennen die zentralen Gestaltungsfelder des strategischen Personalmanagements mit ihren spezifischen Instrumenten und Praktiken und begreifen die Notwendigkeit, dass diese Instrumente und Praktiken zueinander und zu den externen Rahmenbedingungen passen. Sie kennen die Unterschiede zwischen kontroll-, qualifikations- und bindungsorientierten Personalmanagementsystemen. Auf der Grundlage von Personalmanagement-Theorien und empirischen Studien sind die Studierenden in der Lage, Personalmanagementsysteme und ihre Wirkungen kritisch zu reflektieren. Durch die Auseinandersetzung mit Fallbeispielen aus der Unternehmenspraxis, die in Teamarbeit

erfolgt, können die Studierenden gemeinsam Lösungsstrategien für zentrale Herausforderungen des Personalmanagements im Mittelstand entwickeln.

Inhalte:

- Bedeutung des strategischen Personalmanagements
- Interne und externe Rahmenbedingungen des strategischen Personalmanagements
- Zentrale Gestaltungsfelder des strategischen Personalmanagements
 - Employer Branding: Mitarbeitergewinnung, -auswahl und -bindung
 - Personalentwicklung
 - Arbeitsgestaltung und Arbeitszeitmanagement
 - Materielle und immaterielle Anreize
 - Downsizing und Outsourcing
- Idealtypische Personalmanagementsysteme: kontroll-, qualifikations- oder commitent-orientiert

Lehrformen:

Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von DV-gestützte Präsentation, Beamer, Tafel, Präsentationsfolien, Flipchart, Fallstudien, Gruppenarbeit

Teilnahmevoraussetzungen:

Formal: keine

Inhaltlich: Inhalte des Moduls BWL für mittelständische Unternehmen

Prüfungsformen:

Klausur

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Verwendung des Moduls: (in Semester-Nr.)

(2) Master Management mittelständischer Unternehmen

Stellenwert für die Endnote:

6/120

Modulbeauftragte/r und Hauptamtlich Lehrende:

Prof. Dr. Anja Iseke

Sonstige Informationen:

Literatur (Auswahl):

- Baron, J.N./Kreps, D.M. (1999): Strategic Human Resources – Frameworks for General Managers. New York.
- Gmür, M/Thommen, J.-P. (2011): Human Resource Management: Strategien für Führungskräfte und das Personalmanagement. Zürich.
- Kolb, M. (2010): Personalmanagement. Grundlagen und Praxis des Human Resources Managements. 2. Aufl., Wiesbaden

Supply Chain Management

Kurzzeichen:

MSCM

Workload:

180 h

Studiensemester:

4. Sem.

Credits:

6

Dauer:

1 Semester

Häufigkeit des Angebots:

Sommersemester

Selbststudium:

120 h

Anzahl Studierende:

15

Kontaktzeit:

4 SWS / 60 h

Modulnummer:

7815

Prüfungsnummer:

9999

Anteil Abschlussnote [%]:

5

Unterrichtssprache:

deutsch

Stand BPO/MPO min.:

MPO-2017

Lehrveranstaltungen:

Seminaristische Vorlesung: 2 SWS/ 30 h, Übung: 2 SWS/ 30 h

Lernergebnisse/Kompetenzen:

Die Studierenden erkennen die technischen, menschlichen und organisatorischen Anforderungen an „Kooperation“ im Allgemeinen und im "Supply Chain Management“ im Besonderen. Sie entwickeln eigenständig Forschungsfragen zum Supply Chain Management in mittelständischen Unternehmen. Unter Einsatz quantitativer und/oder qualitativer Forschungsmethoden diskutieren die Studierenden eigenständig und in Gruppen mögliche Einsatzfelder des Supply Chain Managements in mittelständischen Unternehmen. Sie präsentieren und verteidigen ihre wissenschaftlichen Ergebnisse.

Inhalte:

Kooperation, auch im Supply Chain Management, ist ein Konzept, welches die Handlungen mehrerer Partner zu einer optimalen Konsequenz führen will. Dabei ist Kooperation von einer altruistischen Einstellung des gegenseitigen Helfens deutlich zu unterscheiden.

Vielmehr handelt es sich um eine kalkülgestützte Verfahrensweise, die zwischen den Anreizen, Motiven und Prozessen (Handlungsmöglichkeiten) stattfindet. Das Modul gibt den Studierenden Einblicke in die Voraussetzungen, Konzepte und Methoden des Supply Chain Managements sowie in die angrenzenden Themenbereiche des Supplier Relationship Managements und des Customer Relationship Management. Es werden prozessuale und ethische Fragen der individuellen und zugleich gemeinschaftlichen Nutzenmaximierung diskutiert.

Lehrformen:

seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeiten

Teilnahmevoraussetzungen:

Formal: keine

Inhaltlich: Erkenntnisse aus dem Modul Produktionsmanagement

Prüfungsformen:

Ausarbeitung mit Präsentation

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Erfolgreiche Ausarbeitung mit Präsentation

Verwendung des Moduls: (in Semester-Nr.)

(4) Master Management mittelständischer Unternehmen

Stellenwert für die Endnote:

6/120

Modulbeauftragte/r und Hauptamtlich Lehrende:

N.N.

Sonstige Informationen:

Einführende Literatur:

- Chopra, S. / Meindl, P. (2014), Supply Chain Management, 5. Auflage
- Eßig, M, et. Al (2013), Supply Chain Management, 1. Auflage

Unternehmensführung und Unternehmenssteuerung

Kurzzeichen:	Workload:	Studiensemester:
MUFU	180 h	3. Sem.
Credits:	Dauer:	Häufigkeit des Angebots:
6	1 Semester	Wintersemester
Selbststudium:	Anzahl Studierende:	Kontaktzeit:
120 h	15	4 SWS / 60 h
Modulnummer:	Prüfungsnummer:	Anteil Abschlussnote [%]:
7817	9999	5
Unterrichtssprache:	Stand BPO/MPO min.:	
deutsch	MPO-2017	

Lehrveranstaltungen:

Seminaristische Vorlesung: 2 SWS/ 30 h, Übung: 2 SWS/ 30 h

Lernergebnisse/Kompetenzen:

Die Studierenden beherrschen die grundlegenden Forschungsansätze und die Methoden der Unternehmensführung und -steuerung und können diese auf verschiedene unternehmerische Sachverhalte mittelständischer Unternehmen anwenden.

Darüber hinaus können sie die Zusammenhänge der Unternehmensführung und -steuerung sowie die wesentlichen Konzepte einer operativen und strategischen Führung interpretieren. Die Studierenden sind in der Lage, interne und externe Unternehmensanalysen durchzuführen und auf Basis dieser Ergebnisse Strategieempfehlungen für den Mittelstand auszuarbeiten. Sie sind in der Lage diese in die strategische Unternehmensplanung zu integrieren.

Außerdem können die Studierenden die wichtigsten Steuerungskonzepte anwenden sowie die wesentlichen Wertsteigerungsmöglichkeiten der betriebswirtschaftlichen Forschung beschreiben und bewerten. Des Weiteren kennen die Studierenden die wichtigsten Kennzahlen zur Steuerung und können diese beurteilen sowie daraus entsprechende Maßnahmen ableiten. Die Studierenden werden befähigt, ganzheitliche Managementsysteme unter Berücksichtigung von Unternehmenscharakteristika (Branche, Größe etc.) zu entwickeln. Sie können darüber hinaus den Nutzen und die gesetzliche Notwendigkeit eines Risikomanagements bestimmen.

Durch Teamarbeit und Heterogenität von Gruppenmeinungen eignen sich die Studierenden gleichermaßen Kompetenzen in verschiedenen Schlüsselqualifikationen an, u. a. Teamfähigkeit, Konfliktfähigkeit, Kritikfähigkeit, Selbstreflexion und Offenheit für Veränderungen.

Inhalte:

- Leitbild und Werte als Grundlage der Unternehmensführung und -steuerung
- Zentrale Konzepte und Methoden der Unternehmensführung und -steuerung, Aufbau und Wirkungsweise eines Managementsystems
- Zusammenhänge der Unternehmensführung und -steuerung
- Zentrale Kennzahlen der Unternehmenssteuerung: Kennzahlen systematisch entwickeln und darstellen
- Steuerungsperspektiven: Auswahl und Bewertung möglicher Steuerungsperspektiven und dazugehöriger Messgrößen, wertorientierte Steuerungsperspektiven
- Unternehmenskennzahlen und Performance Measurement: strategische Kennzahlen, operative Kennzahlen, Prozesskennzahlen, Indikatoren
- Strategische und operative Ziele: Zielbeschreibung mit strategischen und operativen Messgrößen, Zielwerte, Zielerreichungsgrad, Bestimmung von Schwellenwerten, internes und externes Benchmarking
- Strategie: Beschreibung des Leistungsspektrums, Maßnahmenverfolgung und Sicherstellung der Zielerreichung
- Mission und Vision: Unternehmensentwicklung, Strategie- und Steuerungsentwicklung

- Risikomanagement: Gesetzliche Anforderungen, Risikomanagementprozess, methodische und instrumentale Unterstützung des Risikomanagements
- Business Engineering, Change Management, Methoden der Prozessanalyse und beschreibung

Lehrformen:

Abhängig von der Gruppengröße entweder Vorlesung mit einem Handout, das teilweise während der Vorlesung entwickelt sowie vervollständigt und mit seminaristischen Übungen ergänzt wird oder eigenständige Ausarbeitung von Themenschwerpunkten durch Studierende mit anschließender Präsentation und Gruppendiskussion.

Teilnahmevoraussetzungen:

Formal: keine

Inhaltlich: keine

Prüfungsformen:

i. d. R. Klausurarbeit und E-Klausur oder Ausarbeitung mit Präsentation oder eine nach der Prüfungsordnung vorgesehene Prüfungsform

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Verwendung des Moduls: (in Semester-Nr.)

(3) Master Management mittelständischer Unternehmen

Stellenwert für die Endnote:

6/120

Modulbeauftragte/r und Hauptamtlich Lehrende:

Prof. Dr. Christian Faupel (Prof. Dr. Korbinian von Blanckenburg)

Sonstige Informationen:

Literatur:

- Ballwieser, W., Unternehmensbewertung: Prozeß, Methoden und Probleme. (in aktueller Auflage). Stuttgart.
- Coenenberg, A.-G., Salfeld, R., Wertorientierte Unternehmensführung: Vom

Strategieentwurf zur Implementierung. Stuttgart.

- Fischer, T., Wertorientierte Unternehmenssteuerung und internationale Rechnungslegung. (in aktueller Auflage). Leipzig.
- Krüger, K., Unternehmensführung: Grundlagen des Managements (in aktueller Auflage). Stuttgart.
- Seiler, K., Unternehmensbewertung (in aktueller Auflage). München.
- Weber, J., Malz, R., Lührmann, T., Excellence im Management-Reporting: Transparenz für die Unternehmenssteuerung (in aktuelle Auflage). Weinheim.
- Weber, J., Bramseman, U., Heineke, C., Hirsch, B., Wertorientierte Unternehmensführung: Konzepte – Implementierung – Praxisstatements (in aktueller Auflage). Wiesbaden.
- Welge, M., Al-Laham, A., Strategisches Management: Grundlagen – Prozesse – Implementierung (in aktueller Auflage), Wiesbaden.

Unternehmensnachfolge- und Sanierungsmanagement

Kurzzeichen:	Workload:	Studiensemester:
MUUS	180 h	2. Sem.
Credits:	Dauer:	Häufigkeit des Angebots:
6	1 Semester	Sommersemester
Selbststudium:	Anzahl Studierende:	Kontaktzeit:
120 h	15	4 SWS / 60 h
Modulnummer:	Prüfungsnummer:	Anteil Abschlussnote [%]:
7820	9999	5
Unterrichtssprache:	Stand BPO/MPO min.:	
deutsch	MPO-2017	

Lehrveranstaltungen:

Seminaristische Vorlesung: 2 SWS/ 30 h, Übung: 2 SWS/ 30 h

Lernergebnisse/Kompetenzen:

Die Studierenden wissen, wie sie den Prozess der Unternehmensnachfolge in mittelständischen Unternehmen idealtypisch steuern können. Sie kennen die in einer solchen Situation entscheidenden betriebswirtschaftlichen, rechtlichen und psychologischen Stellschrauben. Die Studierenden verinnerlichen die typischen Probleme einer Unternehmensnachfolge in mittelständischen Unternehmen und beherrschen die Instrumente, um eine solche möglichst optimal zu gestalten. Darüber hinaus kennen die Studierenden die Besonderheiten von Phasen der Krise, der Restrukturierung sowie der Sanierung in mittelständischen Unternehmen. Sie haben sich verschiedene Herangehensweisen und Instrumente zur Analyse, Bewertung und Gestaltung derartiger Situationen erarbeitet. Die Studierenden wissen um die Eigenheiten des Insolvenzverfahrens und einer möglichen Liquidation von mittelständischen Unternehmen.

Das Modul vermittelt die fachlichen Kompetenzen, die für die Übernahme unternehmerischer Verantwortung in Nachfolge- sowie in Sanierungssituationen von mittelständischen Unternehmen erforderlich sind. Durch Einsatz verschiedener kooperativer Lernformen (Gruppenarbeit, Rollenspiele, moderierte Diskussionen, simulierte Verhandlungssituationen und Konfliktgespräche) werden die Kompetenzen der Studierenden hinsichtlich Team-, Konflikt-, Führungs-, Kommunikations- und Moderationsfähigkeit gestärkt. Im Rahmen der Veranstaltung erarbeiten die Studierenden Forschungsfragen zum jeweiligen Fachgebiet. In diesem Zusammenhang werden z. B. geeignete Fragebögen für empirische Untersuchungen im Bereich mittelständischer Unternehmen entwickelt, versendet und ausgewertet. Die resultierenden Ergebnisse können in eigenen Forschungsarbeiten zusammengefasst und auch als eigene wissenschaftliche Projekte (z. B. zur Vorbereitung von Masterarbeiten) fortgesetzt werden. Die Studierenden erkennen die Interdisziplinarität der Themengebiete, die ohne permanente Bezüge zur Rechtswissenschaft, zur betrieblichen Steuerlehre sowie zur Psychologie nicht vollumfänglich zu durchdringen sind.

Inhalte:

Folgende Themengebiete zum Bereich Unternehmensnachfolmanagement in mittelständischen Unternehmen werden behandelt:

- Begriff, Bedeutung und Beteiligte der Unternehmensnachfolge
- Management des Ablaufes einer Unternehmensnachfolge
- Betriebswirtschaftliche, rechtliche, politische und psychologische Aspekte und Erfolgsfaktoren einer Unternehmensnachfolge
- Typische Schwierigkeiten bei der Unternehmensnachfolge
- Möglichkeiten und Grenzen der Gestaltung einer Unternehmensnachfolge
- Aktuelle Entwicklungen bei der Unternehmensnachfolge
- Praxisfälle

Folgende Themengebiete zum Bereich Sanierungsmanagement in mittelständischen Unternehmen werden behandelt:

- Unternehmenskrise als Ausgangspunkt der Unternehmenssanierung
- Management der Unternehmensrestrukturierung und -sanierung
- Unternehmensinsolvenz als Scheidepunkt der Unternehmenssanierung
- Unternehmensliquidation und -auflösung als Endpunkt der Unternehmenssanierung
- Praxisfälle

Lehrformen:

Seminaristische Vorlesung und Übung mit dem Einsatz von Tafel, Präsentationsfolien, Beamer, Computer, Overhead-Projektor, Flipchart, Medienkoffer sowie Partner-/Gruppen-/Projektarbeiten, wissenschaftliche Recherchen, Fallstudien und Plenumsdiskussionen

Teilnahmevoraussetzungen:

Formal: keine

Inhaltlich: Kenntnisse in Investitionsrechnung, externem und internem Rechnungswesen, Wirtschaftsprivatrecht, betriebliche Steuerlehre, Finanzwirtschaft, Personalwirtschaft, Organisation, Controlling, Marketing und quantitativen Methoden

Prüfungsformen:

Ausarbeitung mit Präsentation und/oder Kolloquium bzw. Klausur; ansonsten eine nach der Prüfungsordnung vorgesehene andere Prüfungsform

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Verwendung des Moduls: (in Semester-Nr.)

(2) Master Management mittelständischer Unternehmen

Stellenwert für die Endnote:

6/120

Modulbeauftragte/r und Hauptamtlich Lehrende:

Prof. Dr. Jens Kümmel

Sonstige Informationen:

Literatur zur Unternehmensnachfolge:

- Ballarini, K.; Keese, D., Unternehmensnachfolge, in: Pfohl, H.-C., Betriebswirtschaftslehre der Mittel- und Kleinbetriebe, 5. Aufl., Berlin, 2013, S. 481-509
- Baumann, W./Seer, R./Krumm, M., Fachberater für Unternehmensnachfolge (DStV e.V.), Berlin, 2011
- Beckmann, R./Brost, H./Faust, M. (Hrsg.), Unternehmensnachfolge im Mittelstand, Frankfurt am Main, 3. Aufl., 2012
- Felden, B./Pfannenschwarz, A., Unternehmensnachfolge, München, 2008
- Halter, F./Schröder, R., Unternehmensnachfolge in der Theorie und Praxis, Bern/Stuttgart/Wien, 3. Aufl., 2012
- Hering, T./Olbrich, M., Unternehmensnachfolge, München, 2003
- Kümmel, J./Hanke, M./Gotzeina, U., Unternehmensnachfolge, in: WISU Das Wirtschaftsstudium, 01/2015, S. 63-68
- May, P. u.a., Nachfolge in Familienunternehmen, Köln, 2015
- Moog, P. et al., Unternehmensnachfolgen in Deutschland - Aktuelle Trends, IfM-Materialien Nr. 216, Bonn, 2012
- Riedel, C. (Hrsg.), Praxishandbuch Unternehmensnachfolge, Bonn, 2012
- Schlecht & Partner/Taylor Wessing (Hrsg.), Unternehmensnachfolge, Berlin, 2. Aufl., 2010
- Schwetje, G./Demuth, M./Schubert, H., Unternehmensnachfolge, Herne/Berlin, 2016
- Spelsberg, H., Weber, H., Familieninterne und familienexterne Unternehmensnachfolgen in Familienunternehmen im empirischen Vergleich, in: BFuP 2012, S. 73-92
- Wollny, P., Unternehmens- und Praxisübertragungen, Herne, 8. Aufl., 2014

Literatur zum Sanierungsmanagement:

- Brühl, V./Göpfert, B. (Hrsg.), Unternehmensrestrukturierung, Stuttgart, 2. Aufl., 2014
- Buth, A. K./Hermanns, M., Restrukturierung, Sanierung, Insolvenz, München, 4. Aufl., 2014
- Crone, A./Werner, H., Modernes Sanierungsmanagement, München, 4. Aufl., 2014
- Evertz, D./Krystek, U. (Hrsg.), Unternehmen erfolgreich restrukturieren und sanieren, Stuttgart, 2014
- Hess, H., Sanierungshandbuch, Köln, 6. Aufl., 2013

- Hohberger, S./Damlachi, H., Praxishandbuch Sanierung im Mittelstand, Heidelberg, 3. Aufl., 2014
- Portisch, W., Sanierung und Insolvenz aus Bankensicht, Berlin, 3. Aufl., 2014
- Rattunde, R., Fachberater für Sanierung und Insolvenzverwaltung (DStV e.V.), Berlin, 3. Aufl., 2017
- Schellberg, B., Sanierungsmanagement, Berlin, 2. Aufl., 2016
- Schmidt, K./Uhlenbruck, W., Die GmbH in Krise, Sanierung und Insolvenz, Köln, 5. Aufl., 2016
- Schulz, D. (Hrsg.), Restrukturierungspraxis, Stuttgart, 2010
- Seefelder, G., Unternehmenssanierung, Stuttgart, 3. Aufl., 2012
- Thierhoff, M. et al., Unternehmenssanierung, Heidelberg u.a., 2012
- Waschbusch, G./Staub, N./Kleist, D., (Pro-)aktives Krisenmanagement im Mittelstand, in: KSI 2012, S. 197-204

Unternehmenssteuerplanung

Kurzzeichen:

MUSP

Workload:

180 h

Studiensemester:

1. Sem.

Credits:

6

Dauer:

1 Semester

Häufigkeit des Angebots:

Wintersemester

Selbststudium:

120 h

Anzahl Studierende:

30

Kontaktzeit:

4 SWS / 60 h

Modulnummer:

7818

Prüfungsnummer:

9999

Anteil Abschlussnote [%]:

5

Unterrichtssprache:

deutsch

Stand BPO/MPO min.:

MPO-2017

Lehrveranstaltungen:

Seminaristische Vorlesung: 2 SWS/ 30 h, Übung: 2 SWS/ 30 h

Lernergebnisse/Kompetenzen:

Die Studierenden erkennen die theoretischen Grundlagen und Strukturen des nationalen und internationalen Ertragssteuerrechts und deren praktische Bedeutung für die Steuerplanung international tätiger mittelständischer Unternehmen. Sie sind in der Lage, unternehmerische Lebenssachverhalte steuerrechtlich zu subsumieren und Lösungsvorschläge unter Einbezug der Verwaltungsanweisungen, der Rechtsprechung, der Literaturmeinung und der Investitionsrechnung zu formulieren und zu präsentieren. Fächerübergreifendes Wissen, insbesondere im Rahmen der Verrechnungspreisermittlung und Unternehmensfinanzierung und Investitionsrechnung, wird durch Fallstudien zur nationalen und internationalen Steuerplanung gestärkt. Neben Vortrags- und Einzelarbeitsphasen lernen und arbeiten die Studierenden gemeinsam in Gruppen. Die Studierenden erwerben somit wirtschaftswissenschaftliche und berufliche

Handlungskompetenz.

Inhalte:

Nach einer Einführung in das nationale und internationale Unternehmenssteuerrecht werden insbesondere solche ertragsteuerlichen Regelungen (EStG, KStG, AStG) und betriebswirtschaftlichen Methoden betrachtet, die für die Steuerplanung international agierender mittelständischer Unternehmungen von Bedeutung sind, wie z. B. Planung von Direktinvestitionen im Ausland unter Einbezug von Gewinnausschüttungen von ausländischen Tochterkapitalgesellschaften, Betriebsstätten, internationale Verrechnungspreise.

Lehrformen:

Seminaristischer Unterricht, Partner- und Gruppenarbeit

Teilnahmevoraussetzungen:

Formal: keine

Inhaltlich: Erkenntnisse zum nationalen Unternehmenssteuerrecht, insbesondere zum deutschen Ertragssteuerrecht (EStG, KStG, GewStG)

Prüfungsformen:

Ausarbeitung mit Präsentation und/oder Klausur

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulklausur sowie erfolgreiche Ausarbeitung mit Präsentation

Verwendung des Moduls: (in Semester-Nr.)

(1) Master Management mittelständischer Unternehmen

Stellenwert für die Endnote:

6/120

Modulbeauftragte/r und Hauptamtlich Lehrende:

Prof. Dr. Daniel Nordhoff

Sonstige Informationen:

Literatur:

- Breithecker, V. / Klapdor, R. (2016): Einführung in die internationale Betriebswirtschaftliche

Steuerlehre, 4. Auflage

- König / Wosnitza (2004), Betriebswirtschaftliche Steuerplanungs- und Steuerwirkungslehre, 1. Auflage
- Scheffler, W. (2013), Besteuerung von Unternehmen III: Steuerplanung, 2. Auflage
- Vögele, A. / Borstell, Th. / Engler, G. (2015): Verrechnungspreise, 4. Auflage

Unternehmertum und Existenzgründung

Kurzzeichen:

MUUE

Workload:

180 h

Studiensemester:

2. Sem.

Credits:

6

Dauer:

1 Semester

Häufigkeit des Angebots:

Sommersemester

Selbststudium:

120 h

Anzahl Studierende:

30

Kontaktzeit:

4 SWS / 60 h

Modulnummer:

7819

Prüfungsnummer:

9999

Anteil Abschlussnote [%]:

5

Unterrichtssprache:

deutsch

Stand BPO/MPO min.:

MPO-2017

Lehrveranstaltungen:

Seminaristische Vorlesung: 2 SWS/ 30 h, Übung: 2 SWS/ 30 h

Lernergebnisse/Kompetenzen:

Die Studierenden haben sich mit der Rolle des Unternehmers auseinandergesetzt und können unternehmerisches Handeln in einen weiteren wissenschaftlichen und gesellschaftspolitischen Rahmen einordnen. Dabei haben sie gelernt eigene Fragestellung zu entwickeln und sich mit Hilfe interdisziplinärer, wissenschaftlicher Ansätze selbst zu erarbeiten.

Sie kennen die Anforderungen, die bei einer wirtschaftlich erfolgreichen Existenzgründung erfüllt werden müssen. Sie können Businesspläne erstellen, kennen die dabei zu beachtenden Wirkungszusammenhänge und verstehen den Prozess der Kapitalbeschaffung. Sie können das im Studium in verschiedenen Veranstaltungen erworbene fachliche Wissen verbinden und zur Lösung komplexer betriebswirtschaftlicher

Fragestellungen einsetzen.

Inhalte:

Die Studierenden setzen sich im Rahmen von Vorträgen und Fachreferaten mit ausgewählten, übergreifenden Aspekten unternehmerischen Handelns auseinander. Exkursionen zu inhabergeführten Unternehmen der Region können Impulse für die Fokussierung dieser fachlichen Aspekte geben. Auf der Basis aktueller Diskussionen und Forschungstrends wird das Thema Existenzgründung und Unternehmertum in einen weiteren Rahmen eingebettet. Neben wirtschaftswissenschaftlichen Ansätzen können auch soziologische und politische Aspekte Berücksichtigung finden. Beispiele für die behandelten Themen können sein: unternehmerische Verantwortung, Motivation und Entscheidungsprozesse, nachhaltige Unternehmensentwicklung, wirtschaftliche und gesellschaftspolitische Rolle des Unternehmers, Geschäftsmodellentwicklung.

In einem weiteren Teil der Veranstaltung nehmen die Studierenden an einem computergestützten Planspiel zur Simulation einer Existenzgründung teil (Kleingruppenarbeit). Das Planspiel greift fachliche Aspekte aus dem gesamten BWL-Studium auf. Die erfolgreiche Bearbeitung der gestellten Aufgabe setzt die Anwendung fachlichen Wissens aus verschiedenen Lehrveranstaltungen des Studiums voraus.

Beide Bestandteile des Moduls bereiten die Studierenden auf das Modul „Praxisseminar zur angewandten BWL“ vor.

Lehrformen:

seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeiten, Planspiel

Teilnahmevoraussetzungen:

Formal: keine

Inhaltlich: keine

Prüfungsformen:

Ausarbeitung mit Präsentation, Klausurarbeit und E-Klausur, sowie alle in der

Prüfungsordnung vorgesehenen Prüfungsformen

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung, sowie Teilnahme am Planspiel bzw. den Übungen

Verwendung des Moduls: (in Semester-Nr.)

(2) Master Management mittelständischer Unternehmen

Stellenwert für die Endnote:

6/120

Modulbeauftragte/r und Hauptamtlich Lehrende:

Prof. Dr. Elke Kottmann (Prof. Dr. Ingo Kracht)

Sonstige Informationen:

Literatur:

- Dennis, A. De, Entrepreneurship, München 2005
- Hisrich, R.D., Peters, M.P., Shepherd, D.A., Entrepreneurship, 8.Aufl, New York, 2010
- Kußmaul, H., Betriebswirtschaftslehre für Existenzgründer, 6. Aufl, München 2008
- Read, S, Sarasvathy, S, Dew, N., Wiltbank, R., Effectual Entrepreneurship, 2. Aufl., London, 2017
- Von Collrepp, F., Handbuch Existenzgründung, 6. Aufl, Stuttgart, 2012

Und weitere themenorientierte Fachliteratur

Index

Frontseite	S. 1
Management mittelständischer Unternehmen	S. 2
Advanced Business and Commercial English	S. 3
BWL für mittelständische Unternehmen	S. 6
Competition Policy	S. 10
Compliance Management Systeme	S. 13
Empirische Wirtschaftsforschung	S. 16
Finanzmanagement	S. 18
Internationales Marketing	S. 22
Kolloquium	S. 26
Marktforschung und Käuferverhalten	S. 28
Masterarbeit	S. 31
Personalführung	S. 33
Praxisseminar zur angewandten BWL	S. 35
Produktionsmanagement	S. 38
Projektmanagement	S. 41
Strategisches Personalmanagement	S. 44
Supply Chain Management	S. 47
Unternehmensführung und Unternehmenssteuerung	S. 49
Unternehmensnachfolge- und Sanierungsmanagement	S. 53
Unternehmenssteuerplanung	S. 58
Unternehmertum und Existenzgründung	S. 61
Index	S. 64