

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: 02.08.2018 - 15:07

(MmU) Management mittelständischer Unternehmen (MA)
Start Wintersemester

1. Semester		Pflichtbereich		
LBA Goz	BWL für mittelständische Unternehmen	MBWL	7802	5 von 5
Kü	Finanzmanagement	MFIM	7806	
Nh	Unternehmenssteuerplanung	MUSP	7818	
Du	Advanced Business and Commercial English	MABE	7801	
Kc	Marktforschung und Käuferverhalten	MMFK	7810	
2. Semester		Pflichtbereich		
Ise	Strategisches Personalmanagement	MSPM	7816	4 von 4
Kk	Unternehmertum und Existenzgründung	MUUE	7819	
Gb	Produktionsmanagement	MPDM	7812	
Bv	Empirische Wirtschaftsforschung	MEWF	7805	
		Wahlbereich		
Bv	Competition Policy	MCTP	7804	1 von 2
Kü	Unternehmensnachfolge- und Sanierungsmanagement	MUUS	7820	
3. Semester		Pflichtbereich		
Fp	Projektmanagement	MPJM	7814	3 von 3
N.N.	Internationales Marketing	MIMT	7807	
Kk/Kc	Praxisseminar zur angewandten BWL	MPAB	7811	
		Wahlbereich		
Fp	Unternehmensführung und Unternehmenssteuerung	MUFU	7817	1 von 2
Ise	Personalführung	MPEF	7813	
4. Semester		Wahlbereich		
Nh	Compliance Management Systeme	MCMS	7803	1 von 2
Gb	Supply Chain Management	MSCM	7815	
div.	Masterarbeit	MMAB	7809	
div.	Kolloquium	MKOL	7808	

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/individuellwirtschaftlicher 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:

E-Klausur

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:

Ausarbeitung mit Präsentation

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.

Empirische Wirtschaftsforschung

Kurzzeichen:	Workload:	Studiensemester:
MEWF	180 h	2. Sem.
Credits:	Dauer:	Häufigkeit des Angebots:
6	1 Semester	Sommersemester
Selbststudium:	Anzahl Studierende:	Kontaktzeit:
120 h	30	4 SWS / 60 h
Modulnummer:	Prüfungsnummer:	Anteil Abschlussnote [%]:
7805	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 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:

Ausarbeitung

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:	Workload:	Studiensemester:
MFIM	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 [%]:
7806	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 erkennen die theoretischen Grundlagen und Strukturen der Finanzierungs- und Kapitalmarkttheorie 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

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

Marktforschung und Käuferverhalten

Kurzzeichen:	Workload:	Studiensemester:
MMFK	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 [%]:
7810	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 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:

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:

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

Produktionsmanagement

Kurzzeichen:	Workload:	Studiensemester:
MPDM	180 h	2. Sem.
Credits:	Dauer:	Häufigkeit des Angebots:
6	1 Semester	Sommersemester
Selbststudium:	Anzahl Studierende:	Kontaktzeit:
120 h	30	4 SWS / 60 h
Modulnummer:	Prüfungsnummer:	Anteil Abschlussnote [%]:
7812	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 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.

- Einführung in die Grundlagen des IE
- Entwicklung von Arbeitsorganisationen
- Organisationsformen u. Prozessmodellierung
- "Smart Data" in Unternehmen I+II
- Einführung in die Arbeitssystemgestaltung
- Data-Analysis u. Kostenkalkulation
- Rüstzeitermittlung u. Fertigungssteuerung
- Ermittlung von Planzeitbausteinen u. Grundlagen der Arbeitsbewertung
- Systeme vorbestimmter Zeiten

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:

Prof. Dr.-Ing. Dipl.-Inform. Wirt Dipl.-Kfm. Thilo Gamber

Sonstige Informationen:

Literatur:

- Binner (REFA): Handbuch der prozessorientierten Arbeitsorganisation, 4. Aufl.
- Eversheim, Schuh Hrsg. (1996): Produktion und Management (Betriebshütte), 7. Aufl.
- Schlick, Luczak, Bruder (2010): Arbeitswissenschaft, 3. Aufl.
- Schulte-Zurhausen (2014): Organisation, 6. Aufl.
- 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
- REFA Hrsg. (2015): Industrial Engineering, 2. Auflage
- REFA Hrsg. (2016): Arbeitsorganisation erfolgreicher Unternehmen - Wandel in der Arbeitswelt
- Ziegenbein, R. (2016): Grundlagen des Produktionsmanagements

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:

Ausarbeitung

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

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 Unternehmensnachfolgemanagement 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

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:	Workload:	Studiensemester:
MUSP	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 [%]:
7818	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 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

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:	Workload:	Studiensemester:
MUUE	180 h	2. Sem.
Credits:	Dauer:	Häufigkeit des Angebots:
6	1 Semester	Sommersemester
Selbststudium:	Anzahl Studierende:	Kontaktzeit:
120 h	30	4 SWS / 60 h
Modulnummer:	Prüfungsnummer:	Anteil Abschlussnote [%]:
7819	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 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 Fragestellungen 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.

Inhalte:

Die Studierenden setzen sich im Rahmen von Vorträgen und Fachreferaten mit ausgewählten, übergreifenden Aspekten unternehmerischen Handelns auseinander. Externe Fachvorträge und 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.

Lehrformen:

seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeiten

Teilnahmevoraussetzungen:

Formal: keine

Inhaltlich: keine

Prüfungsformen:

Ausarbeitung mit Präsentation

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung, sowie Teilnahme an 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:

- Barringer, Bruce, R., Ireland, Duane, R., Entrepreneurship, Successfully Launching New Ventures, 5. Aufl., London, 2016
- Dennis, A. De, Entrepreneurship, München 2005
- Fritsch, Michael, Entrepreneurship, Theorie, Empirie, Politik, Heidelberg, 2016

- Fueglistaller, Urs et al, Entrepreneurship, Modelle – Umsetzung – Perspektiven, 4. Aufl., Wiesbaden, 2016
 - Hisrich, R.D., Peters, M.P., Shepherd, D.A., Entrepreneurship, 10. Aufl., New York, 2016
 - Kußmaul, H., Betriebswirtschaftslehre für Existenzgründer, 6. Aufl., München 2008
 - Parker, C. Simon, The Economics of Entrepreneurship, n. Aufl, Cambridge, 2009 (Neuaufgabe 2018)
 - 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
KMU-Management.....	S. 2
Advanced Business and Commercial English	S. 3
BWL für mittelständische Unternehmen	S. 6
Competition Policy	S. 10
Empirische Wirtschaftsforschung	S. 13
Finanzmanagement	S. 15
Marktforschung und Käuferverhalten.....	S. 19
Produktionsmanagement.....	S. 22
Strategisches Personalmanagement.....	S. 25
Unternehmensnachfolge- und Sanierungsmanagement	S. 28
Unternehmenssteuerplanung	S. 33
Unternehmertum und Existenzgründung	S. 36
Index	S. 39