
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing- Management

Modulhandbuch

Master of Arts (M. A.)

(für Studierende mit Studienstart ab WS 2018/19)
(für Studierende mit Studienstart ab WS 2024/25)

16.01.2026

Inhaltsverzeichnis

Pflichtmodule 1. Semester	5
International Marketing Strategy (English)	5
International Marketing (English)	8
Personalmanagement	10
Pflichtmodule 2. Semester	13
Consumer Behaviour with Intercultural Aspects (English)	13
Strategisches Management	15
Technologie- und Innovationsmanagement	18
Pflichtmodule 3. Semester	21
Internationales Kundenbeziehungsmanagement	21
Projekt- und Prozesscontrolling	23
Pflichtmodule 4. Semester	26
Interkulturelles Management	26
Internationale Marktforschung	28
Wahlmodule	30
Analysen des operativen Facility Management	30
Applied User Experience in Marketing (English)	33
Arbeitsrecht 1 und 2	35
Entrepreneurship	38
Entscheidungstheorie für die Wasserwirtschaft	41
Industrieservice	43
Interdisziplinäre Projektarbeit IMM	46
Konjunktur, Beschäftigung und Entwicklung in Asien	48
Kultur und Gesellschaft Asiens	51
Marktanalyse und Businesspraxis in Asien	54
Nachhaltigkeitsmanagement	56
Projektierung erneuerbarer Energiesysteme	59
Risikomanagement in der Energiewirtschaft	62
Standortanalyse Asien	65

Strategisches Facility Management.....	68
Technisches Projektmanagement und Qualitätssicherung.....	70
Volkswirtschaftslehre.....	73
Wasser- /Abwasserwirtschaft und Effizienz.....	76
Wirtschafts- und Geopolitik.....	79
Wirtschafts- und Sozialgeographie Master-Asienmanagement Master (mit Exkursion).....	82
Wirtschaftsgeschichte/Innovationsökonomie mit Exkursion.....	85
Masterarbeit.....	87
Kolloquium – Masterarbeit.....	87
Masterarbeit.....	89

Curriculare Übersicht

Semester	Modul	Veranstaltungstitel	Modulinhalte	Credits	SWS
1		International Marketing Strategy (English)	This course aims at creating a deeper understanding why and when companies tend to go international. Students will learn how the international market development, the competitors, the economic and political as well as sociocultural environment, as well as insights from market research influence the development of a global market strategy. Discussing advantages and disadvantages of a new product innovation and exploring the target group as well as their customer journey, will refine student's ability to balance future market entry decisions carefully. In addition, the marketing communication is key for a market entry and as such, short eye-tracking studies will be used to examine current marketing material and take learning from the research studies to practice.	6	2,5
1		International Marketing (English)	The module derives an international perspective on Marketing planning process with a focus on the creation of the marketing mix and the implementation.	6	2,5
1		Personalmanagement	Personalmanagement im internationalen Kontext	6	2,5
				18	7,5
Semester	Modul	Veranstaltungstitel	Modulinhalte	Credits	SWS
2		Consumer Behaviour with Intercultural Aspects (English)	Analysing consumer behaviours in different cultural and regional contexts	6	2,5
2		Strategisches Management		6	2,5
2		Technologie- und Innovationsmanagement	Analyse und Bewertung von Fallbeispielen zu Produkt, Dienstleistungs- und Geschäftsmodellmodell-Innovationen unter Berücksichtigung neuester Erkenntnisse der Innovationsforschung	6	2,5
				18	7,5
Semester	Modul	Veranstaltungstitel	Modulinhalte	Credits	SWS
3		Internationales Kundenbeziehungsmanagement		6	2,5
3		Projekt- und Prozesscontrolling	Analyse und Beurteilung von Projekten und Prozessen aus der Unternehmenspraxis unter Berücksichtigung neuester wissenschaftlicher Erkenntnisse	6	2,5
3	Wahlmodul 1	Wahlmodul 1	Wahlmodul 1	6	
				18	5
Semester	Modul	Veranstaltungstitel	Modulinhalte	Credits	SWS
4		Interkulturelles Management	Das Modul behandelt grundlegende Konzepte des interkulturellen Managements sowie deren Anwendung in der betriebswirtschaftlichen Praxis. Insbesondere werden die Themen der Unternehmenskultur in internationalen Kontext und die Entwicklung der interkulturellen Kompetenz bearbeitet.	6	2,5
4		Internationale Marktforschung		6	2,5
4	Wahlmodul 2	Wahlmodul 2	Wahlmodul 2	6	
				18	5
Semester	Modul	Veranstaltungstitel	Modulinhalte	Credits	SWS
5		Kolloquium – Masterarbeit		3	
5		Masterarbeit		15	
				18	
Summe Gesamtstudium				90	25

Pflichtmodule 1. Semester

International Marketing Strategy (English)

Module Title		International Marketing Strategy (English)					
Module Title in English		International Marketing Strategy (English)					
Module Leader		hrw\julia.thalmann					
Teaching Staff		Prof. Dr. Julia Thalmann-Ulshöfer					
Course language/		English					
Code		Workload	Credits	Semester	Semester Offered	Duration	
		150 h	6	1st semester	Every Winter semester	1 semester	
1	Type of Course		Scheduled Learning		Independent Study	Approx. Number of Participants	
	Lecture including Exercise:	2 h/week	2,5 h/week (= 37,5 h)		Total: 112,5 h	Lecture including Exercise	max. 150 bzw. 120
	Online Mentoring:	0,5 h/week				Online Mentoring	
2	Learning Outcomes / Competences						
	On successful completion of the course students will be able to:						
	<div><div>1. Justify the importance of studying international marketing strategy; explain the challenges that influence global strategic decisions.</div><div>2. Demonstrate cognitive knowledge of the skills required in identifying and analyzing international market data, assessing, and selecting global market opportunities.</div><div>3. Apply market and competitor analysis models and theories and interpret the results coming from market or own assessed and researched data.</div><div>4. Develop effective global marketing strategies in particular focusing on the various customer journeys and clearly targeting the core persona.</div><div>5. Evaluate the market attractiveness and market barriers based on the persona, keeping in mind the constant change in market conditions</div><div>6. Develop and implement a strategy to target the core persona and to improve advertising effectiveness (international marketing mix).</div></div>						
	Moreover, students will refine their business skillset by using SCRUM as a working method thereby learning the following:						
	<div><div>1. Working efficiently and effectively in a SCRUM team</div><div>2. Organizing the team work with agile methods (in SCRUM: weekly meetings, tools to structure the workload, clear positions and tasks of each team member etc.)</div><div>3. Learning how to use new research tools, working with new business methods and complex data (e.g. working with research data, develop research methods, using eye-tracking etc.)</div><div>4. Taking operative and strategic decisions also under time constraints (working in SCRUM sprints with clear deadlines for SCRUM reviews)</div><div>5. Evaluating business data, own research data, discussing and assessing implications of possible actions taken (delivering a clear increment and prove the definition of done)</div><div>6. Check your working skills and effort in a sprint retrospective and define in your team what you could improve and rework to be more effective (train your team evaluation and soft skills)</div><div>7. Presenting and defending the decisions and putting all data together in a final management presentation (a final presentation will take place at the Henkel headquarter)</div></div>						

3	Contents This course is not limited to the following topics, but includes in general: <ul style="list-style-type: none"> • The global marketing concept and the value chain as a framework for identifying international competitive advantage • National competitiveness analysis (e.g. doing market research for several countries from various perspectives) • Globalization imperative and environmental considerations (economic/global cultural/political and legal/financial) • Internationalization motives, market selection, and expansion strategies (e.g. market barriers, forms of market entries, corporate identity) • Strategic marketing decisions (e.g. competitor product analysis, marketing mix analysis, evaluating and discussing advantages and disadvantages of communication material etc.) • Customer journey online and offline, including details about the target group development for each journey • Analyzing communication material with digital tools such as eye-tracking to improve future advertisement strategies
4	Teaching Methods Lecture and moderated discussions based on SCRUM, working in SCRUM teams, with sprints, reviews and retrospectives, practical workshops, project-based learning
5	Content-Related Module Prerequisites <ul style="list-style-type: none"> • Basics in marketing and strategic management • Business English
6	Formal Module Prerequisites none
7	Type of Exams presentation (30 min.) (100%) Examlanguage: English Sprint Review I/II/III (10-15 min.) Passed/not passed Examlanguage: English
8	Prerequisite for the Granting of Credits Participation in the business project and regular class attendance
9	This Module Appears in:

	<p>Course of Studies</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</p> <p>Status</p> <p>Elective Module</p> <p>Elective Module</p> <p>Elective Module</p> <p>Elective Module</p> <p>Elective Module</p> <p>Elective Module</p> <p>Compulsory Module</p>
10	<p>Weighting of Grade in Relationship to Final Grade</p> <p>Weighting equals the proportion of module credits in relationship to the total number of grade-relevant credits</p>
11	<p>Additional Information / Literature</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hollensen, Svend (2020): Global Marketing; 8th Edition, Pearson. • Keegan, Warren & Green, Mark C. (2019): Global Marketing, 10th Edition, Pearson. • Kingsnorth, Simon (2022): Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing, 3rd Edition, Kogan Page.

International Marketing (English)

Module Title		Internationales Marketing				
Module Title in English		International Marketing				
Module Leader		Simone Roth				
Teaching Staff		Prof. Dr. Simone Roth				
Courselanguage/		English				
Code		Workload	Credits	Semester	Semester Offered	Duration
		150 h	6	1st semester	Every Winter semester	1 semester
1	Type of Course		Scheduled Learning	Independent Study		Approx. Number of Participants
	Lecture including Exercise: Online Mentoring:	2 h/week 0,5 h/week	2,5 h/week (= 37,5 h)	Total: 112,5 h Vorbereitung der Lehrveranstaltung Studienbriefe: 22,5 h		Lecture including Exercise Online Mentoring max. 150 bzw. 120
2	Learning Outcomes / Competences After successful completion of the module the students possess the ability to ... <u>analyze</u> and <u>assess</u> all stages of a marketing plan and international implications for case studies in teams,_ ... <u>contrast</u> and <u>evaluate</u> trends (esp. sustainability and digitalization) in international marketing based on a relevant criteria set and ... <u>derive</u> implications for brands in different industries (BtC, BtB and service) and ... <u>defend</u> substantiated recommendations for implementation in teams.					
3	Contents <ul style="list-style-type: none">• Foundations of International Marketing: overview of an International Marketing Plan and International Marketing Perspective in different industries (BtB, BtC and Service)• Trends in international marketing• Elements of an international marketing conception, namely international situation analysis, international marketing strategies, international marketing mix and international marketing controlling• Influences of digitalization on marketing, social media and digital marketing, data-driven segmentation approaches• Theories on sustainability in International Marketing					
4	Teaching Methods Presentation, discussions, case studies					
5	Content-Related Module Prerequisites Basic knowledge in marketing is required, e.g. the understanding of consumer orientation, target setting in marketing, possibilities for segmentation of consumers, and the 4Ps in Marketing. Recommended literature to refresh these topics:					

Personalmanagement

Modulname		Personalmanagement				
Modulname englisch		Human Resource Management				
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Olga Hördt				
Dozent/in		Prof. Dr. Olga Hördt				
Veranstaltungssprache/n		Deutsch				
Kennnummer		Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
		150 h	6	1. Semester	jährlich zum Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung		Kontaktzeit		Selbststudium	
	Vorlesung mit integrierter Übung: 2 SWS Online-Betreuung: 0,5 SWS		2,5 SWS (= 37,5 h)		Gesamt: 112,5 h Vorbereitung der Lehrveranstaltung Studienbriefe: 22,5 h	
					geplante Gruppengröße Vorlesung mit integrierter Übung: max. 150 bzw. 120 Online-Betreuung	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					
	Die Studierenden...					
	... verstehen die Bedeutung der Humanressourcen als strategischen Erfolgsfaktor für die wirksame Unternehmensführung in einer zunehmend digitalen Arbeitswelt, und können das erworbene Wissen auf Praxisprobleme des Personalmanagements anwenden;					
	... verstehen die Einbettung personalwirtschaftlicher Arbeit in dem Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungsgeflecht, welches im BetrVG verankert ist;					
	... beurteilen theoretische Ansätzen auf dem Gebiet des Personalmanagements aus unterschiedlichen Perspektiven und sind in der Lage personalwirtschaftliches Handeln kritisch zu reflektieren und zu bewerten;					
	... können anhand von Fallbeispielen Lösungsansätzen für personalpolitische Probleme ableiten, mit denen sie ggf. in zukünftigen Positionen als Führungskraft in der Unternehmenspraxis konfrontiert werden;					
	... können die klassischen Methoden der Personal Entwicklung, Vergütung und –Freisetzung anhand von komplexen Fallbeispielen anwenden,					
	... können den Einsatz neuer Technologien der Arbeitswelt 4.0 aus unterschiedlichen Perspektiven bewerten;					
	... können vertieft Querschnittsproblemen auf den Gebieten des Personalmanagements und insbesondere unter Diversity Management Gesichtspunkten beurteilen und Handlungsempfehlungen generieren;					
	... diskutieren Fallbeispiele und argumentieren dabei aus unterschiedlichen Positionen					
3	Inhalte					
	<ul style="list-style-type: none">Entwicklungsgeschichte des PersonalmanagementsTheoretische Ansätze zu Personal (Verhaltenswissenschaftliche Ansätze, personalökonomische Ansätze, resource -based View u. a.)Tarifvertragsrecht und BetrVGUmweltkontext (politische, wirtschaftliche und kulturelle Einflüsse)					

	<ul style="list-style-type: none"> • Methoden zur Entwicklung, Bewertung und Umsetzung von klassischen und innovativen Formen der Arbeitsgestaltung und Personalführung, des Personalentgelt und der Personalfreisetzung, insbesondere der Freisetzungskommunikation • Diversity Management und Team Diversity 																
4	Lehrformen Dozentenvortrag, moderierte Diskussion, Bearbeitung von Fallstudien, Online-Sprechstunde																
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen <p>Grundlegende Kenntnisse aus dem Bachelor-Studium im Personalmanagement sind notwendig. Sind diese Kenntnisse nicht mehr oder nicht in ausreichendem Maße vorhanden, sollten diese durch selbständige Erarbeitung anhand der einschlägigen Literatur (Hans Jung „Personalwirtschaft“, Oldenbourg Verlag) nachgeholt werden. Im Einzelnen werden folgende Themen vorausgesetzt:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Personalbeschaffung 2. Personalauswahl 3. Personaladministration 4. Personaleinsatz 5. Grundlagen des Arbeitsrechts 																
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine																
7	Prüfungsformen Schriftliche Klausurarbeit (90 min.) (100%) Prüfungssprache: Deutsch																
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits bestandene Modulprüfung																
9	Verwendung des Moduls in: <table> <thead> <tr> <th>Studiengang</th><th>Status</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Pflichtmodul
Studiengang	Status																
Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Pflichtmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Pflichtmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Pflichtmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Pflichtmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Pflichtmodul																
10	Stellenwert der Note für die Endnote																

	Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits
11	Sonstige Informationen / Literatur <ul style="list-style-type: none"> • Ruth Stock-Homburg (2019): Personalmanagement. Theorien –Konzepte-Instrumente. 4. Auflage. Gabler Verlag. • Hans Jürgen Drumm (2008): Personalwirtschaft. 6. Auflage. Springer Verlag. • Walter A. Oechsler und Christopher Paul (2015): Personal und Arbeit. Einführung in das Personalmanagement. DeGruyter Verlag. • Gertraude Krell und Hartmut Wächter (2006) Hrsg.: Diversity Management. Impulse aus der Personalforschung. Rainer Hampp Verlag. <p>Weitere Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben.</p>

Pflichtmodule 2. Semester

Consumer Behaviour with Intercultural Aspects (English)

Module Title		Consumer Behaviour with Intercultural Aspects (English)			
Module Title in English		Consumer Behaviour with Intercultural Aspects (English)			
Module Leader		Simone Roth			
Teaching Staff		Prof. Dr. Simone Roth			
Courselanguage/		English			
Code	Workload	Credits	Semester	Semester Offered	Duration
	150 h	6	2nd semester	Every Summer semester	1 semester
1	Type of Course		Scheduled Learning	Independent Study	Approx. Number of Participants
	Lecture including Exercise: Online Mentoring:	2 h/week 0,5 h/week	2,5 h/week (= 37,5 h)	Total: 112,5 h Vorbereitung der Lehrveranstaltung Studienbriefe: 22,5 h	Lecture including Exercise Online Mentoring max. 150 bzw. 120
2	Learning Outcomes / Competences After successful completion of the module the students possess the ability to ... analyze and evaluate theories of consumer behaviors in different cultural and regional contexts, ... evaluate case studies on consumer behaviors in different countries based on an own developed criteria set, ... develop concepts in interdisciplinary teams for consumer-oriented marketing strategies in different cultures, present and defend their presented results in a group discussion, ... apply methods for consumer-oriented marketing strategies in different cultural and regional contexts, ... formulate hypotheses for consumer-oriented marketing strategies in different cultural and regional contexts and ... develop a research design for testing these hypotheses for a concrete project.				
3	Contents <ul style="list-style-type: none"> • Theoretical framework for consumer behavior • Consumers in cultural settings and social groups • Internal processes of consumer behavior in different countries • Choosing, Buying and Using of products and services in different cultural contexts • Recent trends in consumer behavior on a global scale 				
4	Teaching Methods presentation, discussions, case studies				

5	Content-Related Module Prerequisites Basic knowledge from the bachelor's degree is necessary on the general principles of consumer behavior and the purchase decision process, as well as theoretical foundations on cultural dynamics.																
6	Formal Module Prerequisites none																
7	Type of Exams term paper (10 pages) (50%) presentation (15 min.) (50%) <div style="float: right;"> Examlanguage: English Examlanguage: English </div>																
8	Prerequisite for the Granting of Credits Passing of the module exam																
9	This Module Appears in: <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Course of Studies</th><th style="text-align: left;">Status</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25</td><td>Elective Module</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018</td><td>Elective Module</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019</td><td>Elective Module</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25</td><td>Elective Module</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018</td><td>Elective Module</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25</td><td>Elective Module</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</td><td>Compulsory Module</td></tr> </tbody> </table>	Course of Studies	Status	Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Elective Module	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Elective Module	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Elective Module	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Elective Module	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Elective Module	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Elective Module	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Compulsory Module
Course of Studies	Status																
Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Elective Module																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Elective Module																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Elective Module																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Elective Module																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Elective Module																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Elective Module																
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Compulsory Module																
10	Weighting of Grade in Relationship to Final Grade Weighting equals the proportion of module credits in relationship to the total number of grade-relevant credits																
11	Additional Information / Literature Literature: <ul style="list-style-type: none"> - Solomon, M. R. (2018): Consumer Behavior, 12th edition – Global Edition, Pearson - Usunier, J. C.; Lee, J.-A. (2012): Marketing Across Cultures, 6th Edition, Pearson - Hollensen, S. (2016): Global Marketing; 7th Edition, Pearson. <p>Further literature will be announced each semester.</p>																

Strategisches Management

Modulname		Strategisches Management				
Modulname englisch		Strategic Management				
Modulverantwortliche/r		hrw\isabel.lausberg				
Dozent/in		Prof. Dr. Isabel Lausberg				
Veranstaltungssprache/n		Deutsch, und Englisch				
Kennummer		Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
		150 h	6	2. Semester	jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung		Kontaktzeit	Selbststudium		geplante Gruppengröße
	Vorlesung mit integrierter Übung: 2 SWS Online-Betreuung: 0,5 SWS		2,5 SWS (= 37,5 h)	Gesamt: 112,5 h Vorbereitung der Lehrveranstaltung: 22,5 h Studienbriefe: Gruppenarbeit: 50 h		Vorlesung mit integrierter Übung: max. 150 bzw. 120 Online-Betreuung
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					
	Die Studierenden...					
	<ul style="list-style-type: none">• können Management-Ansätze wie das Konzept der Kernkompetenzen und den Shareholder Value Ansatz erläutern und ihre Implikationen - auch aus unterschiedlichen Stakeholder-Perspektiven - kritisch diskutieren und beurteilen;• können Methoden und Instrumente der Unternehmens- und Umweltanalyse differenziert erläutern und diskutieren, in Fallbeispielen selbständig anwenden und die Aussagekraft beurteilen;• können Strategiealternativen aufzeigen und mit geeigneten, wissenschaftlichen Methoden bewerten;• überprüfen aktuelle wissenschaftliche Konzepte des Strategischen Managements auf ihre Anwendbarkeit für die Unternehmenspraxis;• arbeiten in Teams an Fallstudien und stellen die Ergebnisse ihrer Arbeit vor;• sind zum gesellschaftlich verantwortungsvollen Handeln befähigt, indem sie ökonomische, ökologische und sozial-gesellschaftliche Zielkonflikte anhand von Praxisfällen im Zusammenhang von strategischen Entscheidungen erkennen und ausbalancierte Lösungen im Sinne der Nachhaltigkeit entwickeln;• können Lösungen zu Managementaufgaben unter Berücksichtigung internationaler Aspekte entwickeln;• kennen Methoden der Implementierung von Strategien und können selbständig Ansätze zur Implementierung entwickeln;• verstehen die verschiedenen Formen der strategischen Kontrolle und können deren Möglichkeiten und Grenzen aufzeigen.					
3	Inhalte					
	<ul style="list-style-type: none">• Einführung• Ansätze des strategischen Managements: Market-based, Ressource-based, Knowledge-based,					

	Value-based view <ul style="list-style-type: none"> • Strategische Analyse: Analyse der Umwelt (globale Umwelt, Branchenstruktur, Wettbewerbsumfeld) und des Unternehmens (z.B. SWOT, Portfolio-Analyse) • Strategiekonzeption: Strategische Zielplanung (Zielhierarchie, Vision, Mission, Finanzielle Zielgrößen), Typen von Strategien • Strategiebewertung: Finanzielle Bewertung, Nutzwertanalyse • Strategieimplementierung: Business Model Canvas, Balanced Scorecard • Strategische Kontrolle: Prämissenkontrolle, Durchführungskontrolle, Frühaufklärung 																		
4	Lehrformen Dozentenvortrag, moderierte Diskussion, Bearbeitung von Fallstudien und Übungsaufgaben, Gruppenarbeiten, Coaching-Sessions, Online-Sprechstunde																		
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine																		
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine																		
7	Prüfungsformen Präsentation (20 min.) + Diskussion (40%) Prüfungssprachen: Deutsch, Englisch Schriftliche Klausurarbeit (60 min.) (60%) Prüfungssprachen: Deutsch, Englisch																		
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits bestandene Modulprüfung																		
9	Verwendung des Moduls in: <table> <thead> <tr> <th>Studiengang</th><th>Status</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Nachhaltige Gesundheitstechnologien_MPO2025</td><td>Wahlmodul</td></tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Pflichtmodul	Nachhaltige Gesundheitstechnologien_MPO2025	Wahlmodul
Studiengang	Status																		
Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Pflichtmodul																		
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Pflichtmodul																		
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Pflichtmodul																		
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Pflichtmodul																		
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Pflichtmodul																		
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul																		
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Pflichtmodul																		
Nachhaltige Gesundheitstechnologien_MPO2025	Wahlmodul																		
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits																		
11	Sonstige Informationen / Literatur Bea, F.X.; Haas, J.: Strategisches Management, 10. Aufl., Konstanz und München 2019 Dess, G. et al.: Strategic Management: Text and Cases, 9th edition, New York 2019																		

Müller-Stewens, G.; Lechner, C.: Strategisches Management, 5. Aufl., Stuttgart 2016

Welge, M.K.; Al-Laham, A.; Eulerich, M.: Strategisches Management, 7. Aufl., Wiesbaden 2017

Technologie- und Innovationsmanagement

Modulname		Technologie- und Innovationsmanagement				
Modulname englisch		Technology and Innovation Management				
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Christian Müller-Roterberg				
Dozent/in		Prof. Dr. Christian Müller-Roterberg				
Veranstaltungssprache/n		Deutsch				
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Dauer
	150 h	6	2. Semester	jährlich zum Sommersemester		1 Semester
1	Lehrveranstaltung Vorlesung mit integrierter Übung: 2 SWS Online-Betreuung: 0,5 SWS	Kontaktzeit 2,5 SWS (= 37,5 h)	Selbststudium Gesamt: 112,5 h Vorbereitung der Lehrveranstaltung: 22,5 h Studienbriefe:		geplante Gruppengröße Vorlesung mit integrierter Übung: max. 150 bzw. 120 Online-Betreuung	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden... <ul style="list-style-type: none">analysieren aus unterschiedlichen Perspktiven (betriebswirtschaftlich, volkswirtschaftlich, technisch, rechtlich, gesellschaftlich), welche Potenziale neue Technologien bzw. Innovationen besitzen können;wenden Techniken des Technologie- und Innovationsmanagements zur Generierung von neuen Ideen für Produkt-, Dienstleistungs- und Geschäftsmodellinnovationen an;verstehen die faktischen und rechtlichen Schutzmöglichkeiten von neuen Technologien und Ideen;wenden qualitative und quantitative Methoden zur Bewertung von neuen Geschäftsideen und Innovationen an;analysieren und bewerten die unternehmens-internen/-externen Barrieren bzw. organisatorisch-unternehmenskulturellen Maßnahmen bei der Entwicklung und Einführung von Innovationen;evaluieren Vermarktungs- und Internationalisierungsstrategien von Innovationen aus verschiedenen Positionen;beurteilen technologische Innovationen hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit: gesellschaftlich-soziale, (gesamt-)wirtschaftliche sowie ökologischen Auswirkungen;entwickeln Erfolgsfaktoren für die Entwicklung, Umsetzung und Vermarktung von Innovationen mit Hilfe der Analyse von Fallbeispielen und sind in der Lage, praxisrelevante Handlungsempfehlungen auszuarbeiten.					
3	Inhalte Innovationen werden oft als das Rückgrat wirtschaftlichen Wachstums bezeichnet. Sie schaffen Arbeitsplätze und entwickeln neue Technologien, Produkte und Dienstleistungen sowie ganze Geschäftsmodelle. Manche Innovationen entwickeln sich zu weltweiten Standards, andere suchen ihre Nische in lokalen oder regionalen Märkten und erwirtschaften dort ein gutes Auskommen. Doch wie entstehen Innovationen? Und was kann man tun, um neue Produkte, Prozesse, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle möglichst erfolgreich zu entwickeln und am Markt zu positionieren? Diese und weitere praxisrelevante Fragestellungen werden in diesem Modul behandelt und anhand aktueller Forschungsergebnisse und Praxisbeispielen aufbereitet. Im Einzelnen werden behandelt: <ul style="list-style-type: none">Bedeutung (volkswirtschaftlich und betriebswirtschaftlich), Merkmale (Komplexität,					

	<p>Unsicherheit, Neuartigkeit), Klassifikationen (Innovationsarten, Innovationsgrade) und Erfolgsfaktoren von Innovationen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prozessmodelle von Innovationen (Stage-Gate-Prozess vs. Lean Start-Up-Konzept) • Kreativitätstechniken (intuitiv-kreative sowie systematisch-analytische Verfahren) sowie Ideenentwicklungskonzepte (TRIZ) • Design Thinking (Nutzen, Vorgehensweise, Methoden) • Entwicklung von Geschäftsmodellinnovationen (Business Model Canvas, Blue-Ocean-Strategie, Erfolgsmuster von Geschäftsmodellen) sowie ganzen Innovations-Ökosystemen • Intellectual Property Management (Bedeutung von Schutzrechten, Schutzrechtsarten, Patentierungsfähigkeit von Erfindungen, Patentierungsprozess, Anmeldeverfahren, bewertung von Patenten) • Methoden zur Bewertung von Innovationen (Innovationscontrolling: Kennzahlensysteme, Balanced Innovation Scorecard) • Technologiefolgenabschätzung (Bewertungsverfahren, ethische, gesellschaftlich-soziale und ökologische Risiken von neuen Technologien) • Entwicklung von Vermarktungs- und Kooperationsstrategien für Innovationen (Innovationsmarketing: Diffusions-/Adoptionstheorie von Innovationen, Markteinführung von Innovationen, Internationalisierungsstrategien bei Innovationen) • Innovationsfördernde Organisationen (Hierarchie vs. Heterarchie, ambidextre Organisation, zentrale vs. dezentrale Organisation) und Unternehmenskulturen 																
4	<p>Lehrformen</p> <p>Dozentenvortrag, Übungsaufgaben, moderierte Diskussion, Bearbeitung von Fallstudien, elearning-Elemente</p>																
5	<p>inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>																
6	<p>formale Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>																
7	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur 90 min. (100%)</p>																
8	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credits</p> <p>bestandene Modulprüfung</p>																
9	<p>Verwendung des Moduls in:</p> <table> <thead> <tr> <th>Studiengang</th><th>Status</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Pflichtmodul
Studiengang	Status																
Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Pflichtmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Pflichtmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Pflichtmodul																

10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits
11	Sonstige Informationen / Literatur Einstiegsliteratur (jeweils neueste Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Hauschildt, Jürgen et al.: Innovationsmanagement, Vahlen Verlag, München. • Kim, W. Chan und Mauborgne, Renée: Der blaue Ozean als Strategie – Wie man neue Märkte schafft wo es keine Konkurrenz gibt, Carl Hanser Verlag, München. • Müller-Roterberg, C.: Management-Handbuch Innovation, Books on demand, Norderstedt. • Müller-Roterberg, C.: Praxishandbuch Innovationscontrolling, Books on demand, Norderstedt. • Müller-Roterberg, C.: Design Thinking für Dummies, Wiley & Sons • Osterwalder, A.: Business Model Generation, John Wiley & Sons. • Schuh, Günter (Hrsg.): Innovationsmanagement, Springer Verlag, Heidelberg. • Schuh, Günter (Hrsg.): Technologiemanagement, Springer Verlag, Heidelberg. • Vahs, Dietmar und Brem, Alexander: Innovationsmanagement – Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung, Schäffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft, Steuern, Recht GmbH, Stuttgart. • Viki, Tendayi/Toma, Dan und Gons, Esther: The Corporate Startup: Wie etablierte Unternehmen erfolgreiche Innovationsökosysteme entwickeln können, Wiley & Sons, Weinheim.

Pflichtmodule 3. Semester

Internationales Kundenbeziehungsmanagement

Modulname		Internationales Kundenbeziehungsmanagement				
Modulname englisch		International Customer Relationship Management				
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Ellen Roemer				
Dozent/in		Prof. Dr. Ellen Roemer				
Veranstaltungssprache/n		Deutsch				
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	
	150 h	6	3. Semester	jährlich zum Wintersemester	1 Semester	
1	Lehrveranstaltung Vorlesung mit integrierter Übung: 2 SWS Online-Betreuung: 0,5 SWS	Kontaktzeit 2,5 SWS (= 37,5 h)	Selbststudium Gesamt: 112,5 h Vorbereitung der Lehrveranstaltung: 22,5 h Studienbriefe:	geplante Gruppengröße Vorlesung mit integrierter Übung: max. 150 bzw. 120 Online-Betreuung		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden werden nach Durcharbeiten des Moduls in der Lage sein: <ul style="list-style-type: none">• die Bedeutung von Kundenbeziehungen im Internationalen Marketing Management zu verstehen und Einflussfaktoren auf die Kundenbeziehungen aus unterschiedlichen Perspektiven zu beurteilen,• die Phasen von Kundenbeziehungen zu erklären,• Instrumente zum Aufbau, zur Pflege und Ausbau von internationalen Kundenbeziehungen im Business-to-Business und Business-to-Consumer Bereich an Praxisfällen anzuwenden,• qualitative und quantitative Kundenbewertungen im Business-to-Business und Business-to-Consumer Geschäft durchzuführen, zu interpretieren und Handlungsempfehlungen für das Management abzuleiten• die Rolle des internationalen Vertriebs einzuschätzen sowie geeignete Maßnahmen im internationalen Vertrieb zu planen• den Kundenlebenszyklus mit Hilfe einer Software abzubilden, Kundendaten zu aggregieren, zu analysieren und zu interpretieren sowie• Kampagnen zur Kundenbindung mit Hilfe einer Software zu kreieren und zu launchen.					
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none">• Theorien des Kundenbeziehungsmanagements• Phasen des Kundenbeziehungsmanagements• Identifikation internationaler Kunden• Aufbau und Pflege internationaler Kundenbeziehungen• Organisation des internationalen Vertriebs• Grundzüge des Database Marketings• Besonderheiten des Beziehungsmanagements in einem internationalen Kontext• CRM Software					

4	Lehrformen Flipped Classroom: E-Lectures, Dozentenvortrag, moderierte Diskussion, Fallstudien, Präsentationen, Online-Sprechstunde																
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine																
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine																
7	Prüfungsformen Mündliche Prüfung (15 min.) (100%) Prüfungssprache: Deutsch																
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits bestandene Modulprüfung																
9	Verwendung des Moduls in: <table> <thead> <tr> <th>Studiengang</th><th>Status</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Pflichtmodul
Studiengang	Status																
Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Pflichtmodul																
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits																
11	Sonstige Informationen / Literatur <ul style="list-style-type: none"> • Roemer, E. (2014): Internationales Marketing Management, Schäffer-Poeschel: Stuttgart. • Katherine N. Lemon & Peter C. Verhoef (2016): Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey, Journal of Marketing, Vol. 80, November, S. 69-96. • Kumar, V. & Reinartz, W. (2012): Customer Relationship Management: Concept, Strategy, and Tools, 2. Aufl., Springer: New York, Dordrecht, London. 																

Projekt- und Prozesscontrolling

Modulname		Projekt- und Prozesscontrolling				
Modulname englisch		Projekt- und Prozesscontrolling				
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Christian Müller-Roterberg				
Dozent/in		Prof. Dr. Christian Müller-Roterberg				
Veranstaltungssprache/n		Deutsch				
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Dauer
	150 h	6	3. Semester	jährlich zum Wintersemester		1 Semester
1	Lehrveranstaltung Vorlesung mit integrierter Übung: 2 SWS Online-Betreuung: 0,5 SWS	Kontaktzeit 2,5 SWS (= 37,5 h)	Selbststudium Gesamt: 112,5 h Vorbereitung der Lehrveranstaltung Studienbriefe: 22,5 h		geplante Gruppengröße Vorlesung mit integrierter Übung: max. 150 bzw. 120 Online-Betreuung	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden <ul style="list-style-type: none">• identifizieren und hinterfragen Ziele und Aufgaben des Projekt- bzw. Prozesscontrollings anhand von Praxisbeispielen;• klassifizieren die Unterschiede und Gemeinsamkeiten des Projekt- und Prozesscontrollings in verschiedenen Anwendungskontexten (z. B. Marketing-Projekte, Industrieservice-Projekte; Projekten im Energiebereich; Internationalisierungsprojekte);• wenden Methoden zur Struktur-, Kosten-, Ressourcen und Ablaufplanung sowie zur Analyse und Steuerung von Projekten an;• modellieren Prozesse und entwickeln bzw. beurteilen Optimierungsansätze;• analysieren und beurteilen Steuerungsmaßnahmen von Projekten aus unterschiedlichen Perspektiven;• bewerten agile Ansätze zur Planung und Steuerung von Projekten;• gestalten und evaluieren Weiterentwicklungsmaßnahmen von Geschäftsprozessen unter besonderer Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten;• beurteilen den Beitrag des Projekt-/Prozess-Controllings für das Compliance-Management;• formulieren Erfolgsfaktoren für projekt- und prozessorientierte Unternehmen mit der Hilfe der Analyse von Fallbeispieln aus der Unternehmenspraxis unter Berücksichtigung der wissenschaftlichen Literatur .					
3	Inhalte Komplexere Aufgaben, dynamische Märkte, schwierige wirtschaftliche Situationen, rasche technologische Entwicklungen und der Wertewandel in der Gesellschaft führen traditionell erfolgreiche Management-Konzeptionen immer schneller an ihre Grenzen. Um in der heutigen Wettbewerbssituation erfolgreich und vor allem nachhaltig bestehen zu können, sind Reaktionsvermögen, Anpassungsfähigkeit, Schnelligkeit, ganzheitliches nachhaltiges Denken und kunden- und qualitätsorientierte Handlungsweisen nötig. Vor diesem Hintergrund werden die					

	<p>Geschäftstätigkeiten von Unternehmen zunehmend als Projekte und Prozesse durchgeführt. Projekt- und Prozessmanagement gewinnen damit immer stärker an Bedeutung. An dieser Stelle möchte das Modul ansetzen und vertiefere Kenntnisse für das Projekt- und Prozessmanagement mit dem Fokus auf controlling-relevante Aspekte vermitteln. Im Einzelnen werden folgende Inhalte aufgegriffen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen zum Projekt- und Prozesscontrolling (Bedeutung, Definition, Aufgaben, Ziele) • Struktur-, Ablauf-, Kosten- und Ressourcenplanung von Projekten • Agiles Projektmanagement/SCRUM (Bedeutung, Prinzipien, Rollen, Artefakte, Prozess, Implementierungsbarrieren, Bewertung der Chancen und Risiken) • Kontrolle und Steuerung von Projekten (Projektcontrolling i.e.S., Trendanalysen, Earned-Value-Analyse) • Analyse, Modellierung, Bewertung und Steuerung von Geschäftsprozessen (Swimlanes, EPKs, BPMN) • Reifegradmodelle zur Weiterentwicklung von Geschäftsprozessen • Beitrag des Projekt-/Prozesscontrolling für das Compliance-Management (Grenzen der Erhebung und Interpretation von Kennzahlen; Verantwortung des Controllers) • Bewertung von Projekten und Prozessen unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten 																
4	<p>Lehrformen</p> <p>Dozentenvortrag, Übungsaufgaben, moderierte Diskussion, Fallstudien, elearning-Elemente</p>																
5	<p>inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>																
6	<p>formale Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>																
7	<p>Prüfungsformen</p> <p>Schriftliche Klausurarbeit (90 min.) (100%) Prüfungssprache: Deutsch</p>																
8	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credits</p> <p>bestandene Modulprüfung</p>																
9	<p>Verwendung des Moduls in:</p> <table> <thead> <tr> <th>Studiengang</th><th>Status</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Pflichtmodul
Studiengang	Status																
Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Pflichtmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Pflichtmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Pflichtmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Pflichtmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Pflichtmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Pflichtmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Pflichtmodul																
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits</p>																

11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Zum Thema Projektcontrolling (einschl. agiles Projektmanagement) jeweils neuste Auflage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Burghardt, Manfred: Projektmanagement: Leitfaden für die Planung, Überwachung und Steuerung von Projekten, Publicis Corporate Publishing, Erlangen. • Burghardt, Manfred: Einführung in Projektmanagement, Publicis Corporate Publishing, Erlangen. • Fiedler, Rudolf: Controlling von Projekten, Vieweg+Teubner, Wiesbaden. • Kerzner, Harold: Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling, John Wiley & Sons, Hoboken/New Jersey, USA. • Litke, Hans.-Dieter: Projektmanagement. Methoden, Techniken, Verhaltensweisen. Evolutionäres Projektmanagement, Carl Hanser, München/Wien. • Patzak, Gerold und Rattay, Günter: Projektmanagement Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen, Linde Verlag, Wien. • Project Management Institute: A guide to the project management body of knowledge, Project Management Institute, Philadelphia, USA. • Röpstorff, Sven / Wiechmann, Robert: Scrum in der Praxis, d.punkt-Verlag, Heidelberg. • Rubin, Kenneth S.: Essential Scrum, mitp, Heidelberg. <p><u>Zum Thema Prozessmanagement (jeweils neuste Auflage):</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Becker, Jörg; Kugeler, Martin und Rosemann, Michael: Prozessmanagement, SpringerGabler, Wiesbaden. • Gadatsch, Andreas: Grundkurs Geschäftsprozess-Management, SpringerVieweg, Wiesbaden. • Schmelzer, Hermann J. und Sesselmann, Wolfgang: Geschäftsprozessmanagement in der Praxis, Carl Hanser Verlag, München.
----	---

Pflichtmodule 4. Semester

Interkulturelles Management

Modulname		Interkulturelles Management				
Modulname englisch		Interkulturelles Management				
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr.phil. Lijun Tang				
Dozent/in		Prof. Dr. Lijun Tang				
Veranstaltungssprache/n		Deutsch				
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Dauer
	150 h	6	4. Semester	jährlich zum Sommersemester		1 Semester
1	Lehrveranstaltung		Kontaktzeit	Selbststudium		geplante Gruppengröße
	Vorlesung mit integrierter Übung: 2 SWS Online-Betreuung: 0,5 SWS		2,5 SWS (= 37,5 h)	Gesamt: 112,5 h Vorbereitung der Lehrveranstaltung 22,5 h Studienbriefe:		Vorlesung mit integrierter Übung: max. 150 bzw. 120 Online-Betreuung
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden... <ul style="list-style-type: none">• verstehen die theoretischen Konzepte und Modelle der interkulturellen Kommunikation und können diese auf ihre Anwendbarkeit in der unternehmerischen Praxis bewerten;• können Methoden des interkulturellen Managements anhand von Fallbeispielen anwenden und können sich kritisch damit auseinandersetzen;• sind in der Lage, praktische Probleme des interkulturellen Managements zu identifizieren, zu analysieren, Lösungsansätze dafür zu entwickeln;• sind in der Lage, die Problematik der interkulturellen Kommunikation im gesamtgesellschaftlichen Zusammenhang, auch hinsichtlich ethischer Fragestellungen zu analysieren und bewerten;• können die Ergebnisse eigener Bearbeitungen in schriftlicher oder mündlicher Form kommunizieren.					
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none">• Management und Interkulturalität - die betriebswirtschaftliche Relevanz der Kulturanalyse• Makroanalytische und mikroanalytische Ansätze der Kulturanalyse• Kritische Betrachtung vorhandener Ansätze und Modelle• Problemfelder der Interkulturalität• Interkulturalität und ethische Fragestellungen• Modelle der Interkulturelle Kompetenz• Anwendungsmöglichkeiten der Kulturanalyse in ausgewählten Bereichen in Managementaktivitäten• Strategien des Kulturtransfers• Unternehmenskultur im Kontext der Internationalisierung und Globalisierung• Die Entwicklung der interkulturellen Kompetenz• Case Studies (z. B. Fusion von Daimler und Chrysler; Walmart in Deutschland)					
4	Lehrformen					

	<ul style="list-style-type: none"> • Dozentenvortrag • Seminaristischer Unterricht • Gruppenarbeiten • Case Studies 																
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen Grundlegende Kenntnisse der interkulturellen Kommunikation sind von Vorteil. Zur Vorbereitung auf das Modul kann folgende Literatur herangezogen werden: Bolten, Jürgen (2015): Einführung in die interkulturelle Wirtschaftskommunikation, Utb.																
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine																
7	Prüfungsformen Schriftliche Ausarbeitung (15 Seiten) (100%) Prüfungssprachen: Deutsch, Englisch																
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits bestandene Modulprüfung																
9	Verwendung des Moduls in: <table> <thead> <tr> <th>Studiengang</th><th>Status</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Pflichtmodul
Studiengang	Status																
Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Pflichtmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Pflichtmodul																
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits																
11	Sonstige Informationen / Literatur <ul style="list-style-type: none"> • Bolten, J.: Einführung in die Interkulturelle Wirtschaftskommunikation, Göttingen 2014. • Englen, A. / Eva Tholen: Interkulturelles Management. Stuttgart 2014. • Herget J. / H. Strobl (Hrsg.): Unternehmenskultur in der Praxis. Grundlagen-Methoden-Best Practices. Springer Gabler 2018. • Thomas, A. / Kinast ,E.-U. / Schroll-Machl, S.: Handbuch interkulturelle Kommunikation und Kooperation, Band 1, Göttingen 2003. • Hofstede, Gerd: Lokales Denken, globales Handeln, 2009. • Trompenaars, F.: Handbuch globales Managen, Düsseldorf 1993. <p>Weitere Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben, in der Regel in englischer Sprache.</p>																

Internationale Marktforschung

Modulname		Internationale Marktforschung				
Modulname englisch		International Marketing Research				
Modulverantwortliche/r		hrw\roemer.ellen				
Dozent/in		Prof. Dr. Ellen Roemer				
Veranstaltungssprache/n		Deutsch				
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Dauer
	150 h	6	4. Semester	jährlich zum Sommersemester		1 Semester
1	Lehrveranstaltung Vorlesung mit integrierter Übung: 2 SWS Online-Betreuung: 0,5 SWS		Kontaktzeit 2,5 SWS (= 37,5 h)	Selbststudium Gesamt: 112,5 h Vorbereitung der Lehrveranstaltung: 22,5 h Studienbriefe:		geplante Gruppengröße Vorlesung mit integrierter Übung: max. 150 bzw. 120 Online-Betreuung
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden werden nach Durcharbeiten des Moduls in der Lage sein, ein eigenständiges Forschungsprojekt durchzuführen und im Einzelnen: <ul style="list-style-type: none">• die Herausforderungen bei der Sammlung, Bereinigung und Analyse internationaler Primär und Sekundärdaten zu beurteilen• Methoden aus der Marktforschung anzuwenden,• eine eigene Primärerhebung in Gruppenarbeit selbstständig zu planen und durchzuführen,• Forschungshypothesen in einem internationalen Kontext zu formulieren,• valide und reliable Messinstrumente im internationalen Kontext zu recherchieren und auszuwählen und mit geeigneten Methoden für den deutschen Sprachraum anzupassen,• Daten zu sammeln, zu bereinigen, und mit Hilfe uni- und multivariater statistischer Verfahren unter Verwendung einer Statistik-Software zu analysieren und zu vergleichen,• Ergebnisse der Analysen internationaler Marktforschungsdaten tabellarisch und graphisch zu präsentieren, zu interpretieren, zu diskutieren und kritisch zu evaluieren.					
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none">• der Aufbau internationaler Marktforschungsprogramme• Sammlung und Analyse von Primärdaten im internationalen Kontext• Sammlung und Analyse von Sekundärdaten im internationalen Kontext• Darstellung und Interpretation von Marktforschungsdaten, inklusive inter-kultureller Unterschiede• Anwendung statistischer Software• Verfahren der uni- und multivariaten-Datenanalyse					
4	Lehrformen Dozentenvortrag, moderierte Diskussion, Referate, Fallstudien, Online-Sprechstunde					

5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine																
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine																
7	Prüfungsformen Schriftliche Ausarbeitung (10000 Worte) (50%) Prüfungssprache: Deutsch (Gruppe) Mündliche Prüfung (15 min.) (50%) Prüfungssprache: Deutsch (Individuell)																
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits bestandene Modulprüfung																
9	Verwendung des Moduls in: <table> <thead> <tr> <th>Studiengang</th><th>Status</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Pflichtmodul
Studiengang	Status																
Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Pflichtmodul																
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits																
11	Sonstige Informationen / Literatur <ul style="list-style-type: none"> • Roemer, Ellen (2014): <i>Internationales Marketing Management</i>, 1. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. • Mooi, Eric; Sarstedt, Marco (2019): <i>A Concise Guide to Market Research: The Process, Data and Methods Using IBM SPSS Statistics</i>, 3. Auflage, Springer-Verlag. • Bühl, Achim (2018): <i>Einführung in die moderne Datenanalyse ab SPSS 25</i>, 16. Auflage, Pearson. 																

Wahlmodule

Analysen des operativen Facility Management

Modulname		Analysen des operativen Facility Management				
Modulname englisch		Analyzes of operational Facility Management				
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr.-Ing. Christian Cornelissen				
Dozent/in		Prof. Dr.-Ing. Christian Cornelissen				
Veranstaltungssprache/n		Deutsch				
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	
	150 h	6	ab dem 3. Semester	jährlich zum Sommersemester	1 Semester	
1	Lehrveranstaltung Vorlesung mit integrierter Übung: 2 SWS Übung: 0,5 SWS	Kontaktzeit 2,5 SWS (= 37,5 h)	Selbststudium Gesamt: 112,5 h Vorbereitung der Lehrveranstaltung Studienbriefe: 22,5 h	geplante Gruppengröße Vorlesung mit integrierter Übung: max. 150 bzw. 120 Übung max. 30		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls sind Studierende in der Lage... ...verschiedene Prozesse im Facility Management (FM), z.B. Energiemanagement, Flächenmanagement, Gefährdungsbeurteilung zu analysieren. ...Entscheidungsgrundlagen für die Herausforderungen im FM (Betreiberverantwortung, Service Level Agreement...) zu erarbeiten. ...Anforderungen an ein Energiemanagementsystem abzuleiten sowie die Einrichtung und Aufrechterhaltung eines solchen Systems zu analysieren und diskutieren. ...erweiterte Kenntnisse über die maßgeblichen Richtlinien und Normen vorzuweisen und anzuwenden. ...selbständig mindestens ein Gewerk zu analysieren ...aktuelle wissenschaftliche Konzepte nach dem neusten Wissenstand zur Nachhaltigkeit und zur Ressourcenschonung auf ihre Anwendbarkeit für neue Immobilien (z.B. am Beispiel des neuen Campus der HRW) kritisch zu hinterleuchten ...relevante Bestandteile eines CAFM-Systems zu identifizieren und ein für eine spezifische Umgebung geeignetes CAFM-System zusammenzustellen ...ein Kennzahlensystem zur Bewertung der energiebezogenen Leistung eines Industriebetriebs zu entwickeln und anzuwenden					
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none">• Kernelemente des technischen Facility Managements• Einführung in die gängigen Richtlinien und Normen (GEFMA, VDI, DIN, ISO)• Prozesse im FM (Betreiberverantwortung, Service Level Agreement, CAFM; Vertriebsprozesse im FM-Markt)• Energiemanagementsysteme nach ISO 50001 mit Schwerpunkt auf Energieleistungs-					

	<p>Kennzahlen, energiebezogener Leistung und der Auditierung von Energiemanagementsystemen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abgrenzung zwischen strategischem und operativem Facility Management • Kostenmanagement im Facility Management • Kennzahlen des technischen Facility Managements • „CAFM“ aus dem vorhandenen Eintrag herausnehmen und als zusätzliche Zeile einfügen: „CAFM: Computer Aided Facility Management“ • Unter dem vorhandenen Eintrag „Energiemanagementsysteme...“ noch eingerückte Einträge hinzufügen: 																
4	<p>Lehrformen</p> <p>Dozentenvortrag, seminaristischer Unterricht, Projektarbeit, Online-Sprechstunde</p>																
5	<p>inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>																
6	<p>formale Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>																
7	<p>Prüfungsformen</p> <p>Mündliche Prüfung (30 min.) (100%) Prüfungssprache: Deutsch</p>																
8	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credits</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>																
9	<p>Verwendung des Moduls in:</p> <table> <thead> <tr> <th>Studiengang</th><th>Status</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul
Studiengang	Status																
Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Pflichtmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul																
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits</p>																
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>(jeweils aktuelle Auflage):</p> <p>Gondring / Wagner: Facility Management; Handbuch für Studium und Praxis; Vahlen</p> <p>Kummert / May: Nachhaltiges Facility Management; Springer</p> <p>Geilhausen / Bränzel: Energiemanagement; Springer</p>																

Applied User Experience in Marketing (English)

Module Title		Applied User Experience in Marketing				
Module Title in English		Applied User Experience in Marketing				
Module Leader		hrw\julia.thalmann				
Teaching Staff		Prof. Dr. Julia Thalmann				
Courselanguage/		English				
Code	Workload	Credits	Semester	Semester Offered	Duration	
	150 h	6	as of 3rd semester	Every Summer semester	1 semester	
1	Type of Course		Scheduled Learning	Independent Study	Approx. Number of Participants	
	Lecture including Exercise: Online Mentoring:	2 h/week 0,5 h/week	2,5 h/week (= 37,5 h)	Total: 112,5 h	Lecture including Exercise Online Mentoring	max. 150 bzw. 120
2	Learning Outcomes / Competences <p>On successful completion of the course students will be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apply the different steps that need to be considered in user studies. 2. Derive a research hypothesis based on a problem and translate it into a study by using the various methods for usability experiments correctly. 3. Design, conduct and analyse usability experiments and evaluate the results. 4. Identify the problems that can occur during user studies in the laboratory or field and implement proper solutions immediately. 5. Summarize the major learnings and conclude the research findings. <p>Have basic knowledge of biometric measurement experience and can operate the iMotions software programme including measuring devices such as eye trackers, galvanic skin response measures and facial expressions.</p>					
3	Contents <p>As part of this course, groups of students create and design a specific usability experiment, carry it out as part of the practical course and then evaluate and interpret the results. The final result is a research report. In short, this means:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Design of usability experiments (user studies) • Study preparation and implementation • Data analysis • Writing up the results and peer review 					
4	Teaching Methods <p>The content is taught in seminar-style:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Project work • Laboratory work • Presentation & discussion in class 					
5	Content-Related Module Prerequisites					

	<ul style="list-style-type: none"> • Basics in market research methods • Business English 				
6	Formal Module Prerequisites none				
7	Type of Exams Portfolio exam (Report & Presentation)				
8	Prerequisite for the Granting of Credits Participation in the project (conducting usability experiment) and class attendance.				
9	This Module Appears in: <table> <thead> <tr> <th>Course of Studies</th><th>Status</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</td><td>Elective Module</td></tr> </tbody> </table>	Course of Studies	Status	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Elective Module
Course of Studies	Status				
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Elective Module				
10	Weighting of Grade in Relationship to Final Grade Weighting equals the proportion of module credits in relationship to the total number of grade-relevant credits.				
11	Additional Information / Literature <ul style="list-style-type: none"> • Roemer, J. Thalmann, U. Faupel, M. & Hübner (2022): Eye tracking as a research method for social media in Hanlon, A. and Tuten T. L. (Hrsg.): The SAGE handbook of social media marketing, SAGE Publications Ltd, S.161180. • Holmqvist K. et al. (2017): Eye Tracking: A Comprehensive Guide to Methods and Measures; Oxford University Press. • Duchowski, A.T. (2017): Eye Tracking Methodology; Springer. • Further literature will be announced during the course 				

Arbeitsrecht 1 und 2

Modulname		Arbeitsrecht 1 und 2			
Modulname englisch		Labour Law 1 and 2			
Modulverantwortliche/r		hrw\jutta.lommatzsch			
Dozent/in		Prof. Dr. jur. Jutta Lommatzsch			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	6	ab dem 3. Semester	jährlich zum Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	Vorlesung mit integrierter Übung: 2 SWS Online-Betreuung: 0,5 SWS		2,5 SWS (= 37,5 h)	Gesamt: 112,5 h Vorbereitung der Lehrveranstaltung - Studienbrief: 22,5 h	Vorlesung mit integrierter Übung: max. 150 bzw. 120 Online-Betreuung
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Die Studierenden...				
	<ul style="list-style-type: none">• lernen die spezifischen Aufgaben und Inhalte des individuellen und kollektiven Arbeitsrechts kennen und verstehen grundsätzlich deren Strukturen• können betriebswirtschaftliche Sachverhalte aus dem Personalbereich auch aus juristischer Sicht klar darstellen, analysieren und beurteilen• können arbeitsrechtliche Sachverhalte selbstständig lösen und entsprechende Ansprüche prüfen• können rechtliche Gestaltungen des kollektiven Arbeitsrechts (Betriebsvereinbarungen, Tarifverträge) beurteilen, gestalten, umsetzen und auf Richtigkeit prüfen,• entwickeln auch in Gruppenarbeit Ausarbeitungen zu den verschiedenen aktuellen Themen des nationalen Arbeitsrechts und können diese überzeugend in einer Präsentation wiedergeben und ausführen;				
3	Inhalte				
	<ul style="list-style-type: none">• Die gesetzlichen Grundlagen des individuellen und kollektiven Arbeitsrechts				
	Individualarbeitsrecht:				
	<ul style="list-style-type: none">• Arbeitnehmerbegriff• Begründung des Arbeitsverhältnisses• Befristete Arbeitsverhältnisse• Zustandekommen und Inhalte eines Arbeitsvertrages• Rechte und Pflichten der Vertragsparteien• Beendigung des Arbeitsverhältnisses				
	Kollektivarbeitsrecht:				
	<ul style="list-style-type: none">• Betriebsverfassungsrecht• Grundzüge des Tarifvertragsrechts• Grundzüge des Arbeitskampfrechts				

	Für beide Teilgebiete:																	
	<ul style="list-style-type: none">• Aktuelle Fragestellungen (z.B. Leiharbeit, Fachkräftemangel, Homeoffice, Frauenquoten, Mindestlohn, Arbeitszeit)• Erstellung einer Hausarbeit zu einem aktuellen Thema mit Fokus auf Struktur von wissenschaftlichen Berichten, wissenschaftlichem Argumentieren, Auswahl und korrekter Einbindung relevanter wissenschaftlicher Literatur und Gesetzestexten.																	
4	Lehrformen Dozentenvortrag, moderierte Diskussion, Referate, Fallstudien, Gruppenarbeiten																	
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine																	
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine																	
7	Prüfungsformen Schriftliche Klausurarbeit (90 min.) (50%) Präsentation mit Poster (50%) Prüfungssprache: Deutsch Prüfungssprache: Deutsch																	
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits Bestandene Modulprüfung																	
9	Verwendung des Moduls in: <table><thead><tr><th>Studiengang</th><th>Status</th></tr></thead><tbody><tr><td>Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr><tr><td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr><tr><td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019</td><td>Wahlmodul</td></tr><tr><td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr><tr><td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr><tr><td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr><tr><td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr></tbody></table>		Studiengang	Status	Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul
Studiengang	Status																	
Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul																	
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Wahlmodul																	
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul																	
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul																	
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul																	
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul																	
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul																	
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits																	
11	Sonstige Informationen / Literatur <ul style="list-style-type: none">• Junker, Abbo: Grundkurs Arbeitsrecht, 22. Aufl. 2023• Senne, Petra: Arbeitsrecht, 10. Aufl. 2018• Dütz/Thüsing: Arbeitsrecht, 27. Aufl. 2022																	

Literaturempfehlungen:

Weitere Lektüre wird in der Vorlesung bekannt gegeben.

Entrepreneurship

Modulname		Entrepreneurship			
Modulname englisch		Entrepreneurship			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Christian Müller-Roterberg			
Dozent/in		Prof. Dr. Christian Müller-Roterberg			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	6	ab dem 3. Semester	jährlich zum Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Vorlesung mit integrierter Übung: 2 SWS Online-Betreuung: 0,5 SWS	Kontaktzeit 2,5 SWS (= 37,5 h)	Selbststudium Gesamt: 112,5 h Vorbereitung der Lehrveranstaltung Studienbriefe: 22,5 h	geplante Gruppengröße Vorlesung mit integrierter Übung: max. 150 bzw. 120 Online-Betreuung	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden... <ul style="list-style-type: none">analysieren aus unterschiedlichen Perspektiven (betriebswirtschaftlich, volkswirtschaftlich, politisch, gesellschaftlich) die Bedeutung und Rahmenbedingungen von bzw. für Unternehmensgründungenentwickeln Erfolgsfaktoren von Unternehmensgründungen auf nationaler und internationaler Ebene anhand von Fallbeispielen;wenden Methoden zur Analyse- und Bewertung von Startup-Unternehmen an;analysieren und beurteilen aus unterschiedlichen Perspektiven (Marketing, Finanz-/Investorenperspektive, Nachhaltigkeitsperspektive) die Entwicklung von Geschäftsmodellen anhand von Fallbeispielen;erschaffen in Gruppenarbeit mit einer eigenen Geschäftsidee einen vollständigen Businessplan und können diesen überzeugend präsentieren und vertreten diesen in einer Diskussion;wenden Verhandlungstechniken im Zusammenhang einer Unternehmensgründung an (z. B. Investorengespräch)bewerten die Nachhaltigkeit von Unternehmensgründungen und sind in der Lage Handlungsempfehlungen zu erarbeiten				
3	Inhalte Unternehmensgründer*innen, die sog. Entrepreneur, bestimmen unser tägliches Leben – doch meist sind wir uns dessen nicht bewusst. Auch Deutschland hat eine lange Gründertradition. Was zeichnet diese Entrepreneur aus? Und wie lässt sich dieser Erfolg erklären? Wie kommt man überhaupt auf eine ertragreiche Geschäftsidee? Was kann man tun, um ein Unternehmen zu gründen und möglichst erfolgreich weiter zu entwickeln? Mit diesen und weiteren Fragen rund um das Thema Unternehmensgründung setzt sich das noch relativ junge Wissenschaftsgebiet des Entrepreneurship auseinander. Im Einzelnen werden im Modul folgende Themen behandelt: <ul style="list-style-type: none">Bedeutung, Entwicklungen und Trends des Entrepreneurship (Abgrenzung zu Begrifflichkeiten wie Intrapreneurship und Corporate Entrepreneurship)Aufgaben, Anforderungen und Bestandteile eines Businessplans (Beschreibung der Geschäftsidee, Gründerteamdarstellung, Organisationsaufbau, Markt- und Wettbewerbsanalyse, Marketing-Plan, Realisierungsschritte, SWOT-Analyse, Finanzteil)				

	<ul style="list-style-type: none"> • Bewertung von Businessplänen und Geschäftsmodellen von Startup-Unternehmen (qualitative Bewertungen, Kapitalwertverfahren) • Umsetzungsschritte des Gründungsprozesses (Wahl der Rechtsform, Anmeldung, Finanzierungsquelle; Crowdfunding) • Schlüsselqualifikationen Präsentation und Verhandlungstechniken für Unternehmensgründer*innen 																
4	Lehrformen Dozentenvortrag, moderierte Diskussion, Analyse von Fallstudien, Gruppenarbeit, Präsentation																
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen Der Besuch des Moduls Technologie- und Innovationsmanagement wird empfohlen.																
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine																
7	Prüfungsformen Schriftliche Ausarbeitung (15 Seiten) (75%) Prüfungssprache: Deutsch Vortrag (10 min.) (25%) Prüfungssprache: Deutsch																
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits bestandene Modulprüfung																
9	Verwendung des Moduls in: <table> <thead> <tr> <th>Studiengang</th><th>Status</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul
Studiengang	Status																
Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul																
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits																
11	Sonstige Informationen / Literatur Einstiegslektüre (jeweils aktuelle Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • McKinsey & Company: Planen, gründen, wachsen: Mit dem professionellen Businessplan zum Erfolg, Redline Verlag • Fueglistaller, U. et al.: Entrepreneurship, SpringerGabler-Verlag. • Osterwalder, A.: Business Model Generation, John Wiley & Sons. • Pott, A / Pott, O.: Entrepreneurship, SpringerGabler-Verlag. • Müller-Roterberg, C.: Management-Handbuch Innovation, Books on Demand. 																

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• Müller-Roterberg, C.: Design Thinking für Dummies, Wiley & Sons.• Müller-Roterberg, C.: Praxishandbuch Geschäftsmodell-Innovationen, Books on Demand. |
|--|--|

Entscheidungstheorie für die Wasserwirtschaft

Modulname		Entscheidungstheorie für die Wasserwirtschaft			
Modulname englisch		Decision theory for the water industry			
Modulverantwortliche/r		hrw\carsten.sander			
Dozent/in		Prof. Dr. Carsten Sander			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	6	ab dem 3. Semester	jährlich zum Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Vorlesung mit integrierter Übung: 2 SWS Online-Betreuung: 0,5 SWS	Kontaktzeit 2,5 SWS (= 37,5 h)	Selbststudium Gesamt: 112,5 h Vorbereitung der Lehrveranstaltung: 22,5 h Studienbrief: :	geplante Gruppengröße Vorlesung mit integrierter Übung: max. 150 bzw. 120 Online-Betreuung	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden... ... sind in der Lage die wesentlichen Erkenntnisse der Entscheidungstheorie einzuordnen und insbesondere die Unterschiede zwischen präskriptiven und deskriptiven Ansätzen zu erläutern. ... beurteilen, welche Methoden der Entscheidungsfindung in verschiedenen Entscheidungssituationen angemessen sind. ... wenden fortgeschrittene quantitative Methoden zur Entscheidungsunterstützung an. ... setzen sich kritisch mit dem „Faktor Mensch“ auseinander und analysieren mögliche Implikationen. ... können verschiedene Methoden des Debiasing und des Nudgings erläutern und verhaltensökonomische Erkenntnisse auf konkrete Fragestellungen übertragen. ... entwickeln anhand von Fallstudien praktische Lösungsansätze für die Wasserwirtschaft zur Verbesserung der Entscheidungsqualität.				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none">• Rationales Entscheiden bei Sicherheit, Ungewissheit und Risiko• Übliche Verfahren zur Entscheidungsunterstützung in der Wasserwirtschaft: Kosten-Nutzen-Analyse, Lineare Programmierung, multikriterielle Verfahren• Team- bzw. Gruppenentscheidungen in Organisationen der Versorgungswirtschaft• Grenzen der Rationalität, intuitives Entscheiden und kognitive Verzerrungen in der Informationswahrnehmung und -verarbeitung• Nudging und Debiasing als verhaltensökonomisch fundierte Maßnahmen• Anwendung auf Fallstudien aus der Wasserwirtschaft (u.a. Optimierung Talsperrenbetrieb, Investitionsprozesse in neue Infrastruktur unter Einbeziehung diverser Stakeholder, Bewertung wasserwirtschaftlicher Maßnahmen zum Hochwasserschutz, Eingriffe bei Wasserknappheit in Dürresituationen, etc.)				
4	Lehrformen				

	Seminaristischer Unterricht mit begleitenden Übungen und kleineren Experimenten																
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen Grundlegende Kenntnisse aus dem Bachelor-Studium sind notwendig in den Bereichen Controlling, Unternehmensführung und Organisation. Diese können auch durch selbstständige Erarbeitung anhand empfohlener Literatur oder Übungsaufgaben nachgeholt werden.																
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine																
7	Prüfungsformen Schriftliche Klausurarbeit (90 min.) (100%) Prüfungssprache: Deutsch																
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits Bestandene Modulprüfung																
9	Verwendung des Moduls in: <table> <thead> <tr> <th>Studiengang</th><th>Status</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul
Studiengang	Status																
Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Pflichtmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul																
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits																
11	Sonstige Informationen / Literatur Literatur: <ul style="list-style-type: none"> • Gocht (2020), Ökonomische Bewertung wasserwirtschaftlicher Systeme, Springer. • Beck (2014), Behavioral Economics, Springer. • Laux et al. (2018), Entscheidungstheorie, 10. Auflage, Springer. • von Nitzsch (2019), Entscheidungslehre - Wie Menschen entscheiden und wie sie entscheiden sollten, 10. Auflage, Wissenschaftsverlag Mainz. 																

Industrieservice

Modulname		Industrieservice			
Modulname englisch		Industrial Service			
Modulverantwortliche/r		hrw\karla.ohler-martins			
Dozent/in		Prof. Dr.-Ing. Karla Ohler-Martins			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	6	ab dem 3. Semester	jährlich zum Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Vorlesung mit integrierter Übung: 2 SWS Online-Betreuung: 0,5 SWS	Kontaktzeit 2,5 SWS (= 37,5 h)	Selbststudium Gesamt: 112,5 h Vorbereitung der Lehrveranstaltung Studienbriefe: 22,5 h	geplante Gruppengröße Vorlesung mit integrierter Übung: max. 150 bzw. 120 Online-Betreuung	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Mit dem erfolgreichen absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage... ...die Kernelemente zur kontinuierlichen, lernorientierten Instandhaltung im Bereich des Industrieservice herauszuarbeiten <ul style="list-style-type: none">• ...zu beurteilen, welche spezifische Instandhaltungsstrategie die bessere ist und welche Instandhaltungsmaßnahmen abzuleiten sind• ...zu entscheiden, welche Systeme der Instandhaltungsplanung und -steuerung für die Anwendung im Industrieservicebereich einzusetzen sind• ...das operative und das strategische Instandhaltungscontrolling voneinander abzugrenzen und im Zusammenhang mit deren Kennzahlen den Zustand und die Entwicklung der Instandhaltungsorganisation und deren Abläufe technisch und betriebswirtschaftlich zu bewerten• ...die verschiedenen Messtechniken der Zustandserfassung von Anlagen zu kategorisieren• ...die Messtechnik zur Maschinendiagnose in der Praxis anzuwenden, technisch und betriebswirtschaftlich zu vergleichen, und die Ergebnisse aus dem Laborversuch anhand von wissenschaftliche Kriterien zu analysieren und zu beurteilen• ...Berichterstattungen nach wissenschaftlichen Kriterien und Vorgaben zu erstellen und die Ableitung von Maßnahmen im Industrieservice-Bereich vorzuschlagen, und können in diesem Zusammenhang ein entsprechendes Forschungsvorhaben entwerfen• ...die Nutzung der Digitalisierung im Industrieservice-Bereich zu beurteilen und Anwendungsbeispiele zu erläutern• ... die Arten der Verschwendung sowohl in der IH als auch in den betrieblichen Prozessen aufzuspüren, zu beurteilen und gezielte Verbesserungsmaßnahmen mitzugestalten				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none">• Instandhaltungsstrategien• Schadensprozesse• Zustandsüberwachung von Anlagen• Diagnosewerkzeuge• Fehlerfrüherkennung• Instandhaltungsplanungs- und -steuerungssysteme				

	<ul style="list-style-type: none"> • Instandhaltungscontrolling • LCC, Lean Management, TPM, und Six Sigma • Instandhaltungskennzahlen • Digitalisierung in der Instandhaltung
4	Lehrformen Vorlesung mit Übungen, moderierte Diskussion, Laborversuche, Bearbeitung von Fallbeispielen, Gruppenarbeit, Online-Sprechstunde
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen Grundlegende Kenntnisse aus dem Bachelor-Studium zu den Themen Instandhaltungsprozess, Geschäftsprozessmanagement und Service Engineering sind notwendig. Sind diese Kenntnisse nicht mehr oder nicht in ausreichendem Maße vorhanden, sollten diese durch selbständige Erarbeitung anhand der einschlägigen Literatur nachgeholt werden. Im Einzelnen werden folgende Themen vorausgesetzt: <ul style="list-style-type: none"> • Geschäftsprozess, IT-Landschaft, Methoden der Prozessoptimierung • Produktionsoptimierung nach schlanken Prinzipien • Ganzheitliche Produktlebenslaufoptimierung • Inhalt/Ziel/Aufgaben/Organisation der Instandhaltung • Schädigungsprozesse • Instandhaltungsmethoden und Planung von Instandhaltungsmaßnahmen • Methoden für Schwachstellenanalysen • Technische Diagnostik
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine
7	Prüfungsformen Schriftliche Ausarbeitung (60%) (Laborberichterstattung inkl. Präsentation) Prüfungssprache: Deutsch Test (E-Prüfung) (40%) Prüfungssprache: Deutsch
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls in:

	<p>Studiengang</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</p> <p>Status</p> <p>Wahlmodul</p> <p>Wahlmodul</p> <p>Wahlmodul</p> <p>Wahlmodul</p> <p>Pflichtmodul</p> <p>Pflichtmodul</p> <p>Wahlmodul</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Basisliteratur: Diese Basisliteratur wird in der Veranstaltung durch die aktuelle Liste ergänzt.</p> <p>(jeweils die aktuelle Auflage)</p> <ul style="list-style-type: none"> • DIN Normen, u.a. 13306, 31501, 15341, 16646, 1534, 3979 • VDI Richtlinien, u.a. 4001, 4004, 2884-99, 3423, 3832, 3834-1, 3841 • ISO Normen, u.a. 14.001, OHSAS 18.001, 50.001, 55.000-55.002, 60.300 • Apel, Harald [Hrsg.]: Instandhaltungs- und Servicemanagement. Systeme mit Industrie 4.0. Hanser, München 2018 • Eberlin, Stefan/ Hock, Barbara: Zuverlässigkeit und Verfügbarkeit technischer Systeme, Springer Vieweg Verlag, Wiesbaden 2014 • Pawellek, Günther: Integrierte Instandhaltung und Ersatzteillogistik, Springer Verlag, Berlin Heidelberg 2013 • Reichel, Jens / Müller, Gerhard / Haeffs, Jean: Betriebliche Instandhaltung, Springer Vieweg Verlag, Wiesbaden 2018 • Schenk, Michael: Instandhaltung technischer Systeme, Springer Verlag, Berlin Heidelberg 2010

Interdisziplinäre Projektarbeit IMM

Modulname		Interdisziplinäre Projektarbeit IMM			
Modulname englisch		Interdisciplinary Project Work			
Modulverantwortliche/r		Simone Roth			
Dozent/in		Prof. Dr. Roth; Prof. Dr. Roemer, Prof. Dr. Thalmann-Ulshöfer			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	6	3. Semester	jährlich zum Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Projekt: 1 SWS	Kontaktzeit 1 SWS (= 15 h)	Selbststudium Gesamt: 135 h	geplante Gruppengröße Projekt 15	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden <ul style="list-style-type: none">• entwerfen für eine konkrete praxisnahe und interdisziplinäre Problemstellung ein dafür geeignetes Forschungsdesign und wenden wirtschaftswissenschaftliche Methoden an, um einen oder mehrere Lösungsansätze zu untersuchen. Hierbei muss ein Bezug zum Thema „Internationales Marketing-Management“ bestehen;• beurteilen und verwenden wissenschaftliche Literatur, um interdisziplinäre Fragestellungen zu bearbeiten;• überprüfen aktuelle wissenschaftliche Konzepte auf ihre Anwendbarkeit für die Praxis;• dokumentieren und präsentieren ihre Ergebnisse gemäß dem wissenschaftlichen Standard;• bearbeiten fachspezifische, projektförmige Aufgaben arbeitsteilig, selbständig, effizient und effektiv in Kleingruppen; entwickeln entsprechende Methodenkompetenzen im Umgang mit ihren Projektaufgaben und wenden geeignete ProjektmanagementTechniken an.				
3	Inhalte Die Studierenden bearbeiten eine komplexere aktuelle Fragestellung im MarketingBereich aus wirtschaftswissenschaftlicher, sozialwissenschaftlicher und ggf. rechtlicher Sicht. Die zu bearbeitende Problemstellung knüpft nach Möglichkeit an aktuelle Forschungsthemen und Projekte der HRW an und/oder wird in Kooperation mit externen Partnern durchgeführt. Hierbei muss ein Bezug zum Thema „Internationalen Marketing-Management“ bestehen. Zu Beginn der Projektarbeit werden Ziele und Umfang des Projekts soweit mit Lehrenden konkretisiert (z.B. in Form eines Exposés), dass die Studierenden in der Lage sind, sie möglichst eigenständig in der zur Verfügung stehenden Zeit zu bearbeiten. Regelmäßige Treffen mit dem Lehrenden ermöglichen Rückfrageninhaltlicher und organisatorischer Art. Eine Handreichung zum organisatorischen Ablauf sowie ein Leitfaden für das wissenschaftliche Arbeiten wird im Moodle-Kursraum zur Verfügung gestellt.				
4	Lehrformen Projekte in Kleingruppen i.d.R. von zwei bis drei Personen, ggf. ergänzt um e-learning-Elemente				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen Je nach Projektthema: Kenntnisse im Bereich Internationales Marketing-Management, Grundkenntnisse in BWL, VWL und relevanten sozialwissenschaftlichen				
6	formale Teilnahmevoraussetzungen				

	keine				
7	Prüfungsformen Schriftliche Ausarbeitung (25 Seiten) (75%) Prüfungssprachen: Deutsch, Englisch Vortrag (20 min.) (25%) Prüfungssprachen: Deutsch, Englisch				
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits bestandene Modulprüfung				
9	Verwendung des Moduls in: <table> <tr> <td>Studiengang</td><td>Status</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> </table>	Studiengang	Status	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul
Studiengang	Status				
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul				
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits				
11	Sonstige Informationen / Literatur Literatur zum Einstieg wird durch die Lehrenden entsprechend des Themas der Projektarbeit empfohlen.				

Konjunktur, Beschäftigung und Entwicklung in Asien

Modulname		Konjunktur, Beschäftigung und Entwicklung in Asien				
Modulname englisch		Economic Situation, Employment and Development in Asia				
Modulverantwortliche/r		hrw\christof.roemer				
Dozent/in		Prof. Dr. Christof Römer				
Veranstaltungssprache/n		Deutsch				
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Dauer
	150 h	6	ab dem 3. Semester	jährlich zum Sommersemester		1 Semester
1	Lehrveranstaltung		Kontaktzeit	Selbststudium		geplante Gruppengröße
	Vorlesung mit integrierter Übung: 2 SWS Online-Betreuung: 0,5 SWS		2,5 SWS (= 37,5 h)	Gesamt: 112,5 h Vorbereitung der Lehrveranstaltung Studienbriefe: 22,5 h		Vorlesung mit integrierter Übung: max. 150 bzw. 120 Online-Betreuung
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden... verstehen die Entwicklungsprozesse und Konjunkturzyklen in Asien und können diese im globalen Kontext bewerten (Wissensverbreiterung und vertiefung); verstehen und beurteilen theoretische Konzepte zur Entwicklungsökonomie und zur Konjunkturpolitik, die aktuell in der Wissenschaft diskutiert werden (Wissensverbreiterung und vertiefung); transferieren im Team Entscheidungsbedarfe und –optionen der Politik in Form von Fallstudien und argumentieren dabei aus unterschiedlichen Positionen (Instrumentale und Kommunikative Kompetenzen); können anwendungsbezogene Konzepte zur Weiterentwicklung asiatischer Volkswirtschaften formulieren und leiten Handlungsempfehlungen für Politik und Wirtschaft ab (Systemische Kompetenzen) ... überprüfen aktuelle wissenschaftliche Konzepte der volkswirtschaftlichen und wirtschaftsgeographischen Analyse auf ihre Anwendbarkeit im unternehmerischen Berichtswesen. ... formulieren Hypothesen für die Veränderung von Konjunktur, Beschäftigung und die volkswirtschaftliche Entwicklung in Asien und entwerfen dafür ein geeignetes Forschungsdesign					
3	Inhalte Entwicklungskonzepte für asiatische Volkswirtschaften im Globalisierungsprozess Modernisierungstheorien (zur Armutsbekämpfung) Neue Politische Ökonomie und Entwicklung Neue Institutionenökonomie und Entwicklung					

	Konjunkturtheorien (exogene und endogen) Konjunkturzyklen und –wellen (in Asien) Konjunkturpolitische Maßnahmen in Asien in der Krisenbewältigung Beschäftigung und Arbeitsmärkte in asiatischen Volkswirtschaften Konzepte zur Beseitigung von Arbeitslosigkeit Konjunkturtheorien (exogene und endogen) Konjunkturzyklen und –wellen (in Asien) Konjunkturpolitische Maßnahmen in Asien in der Krisenbewältigung Beschäftigung und Arbeitsmärkte in asiatischen Volkswirtschaften Konzepte zur Beseitigung von Arbeitslosigkeit
4	Lehrformen Dozentenvortrag, moderierte Diskussion, Bearbeitung von Fallstudien, Online-Sprechstunde
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine
7	Prüfungsformen Referat (15 min.) (30%) Mündliche Prüfung (20 min.) (70%) <div style="float: right;"> Prüfungssprache: Englisch Prüfungssprache: Deutsch </div>
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls in:

	<p>Studiengang</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</p>	<p>Status</p> <p>Pflichtmodul</p> <p>Wahlmodul</p> <p>Wahlmodul</p> <p>Wahlmodul</p> <p>Wahlmodul</p> <p>Wahlmodul</p> <p>Wahlmodul</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits</p>	
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p><i>Acemoglu, D./Robinson, J. A. (2014): Warum Nationen scheitern: Die Ursprünge von Macht Wohlstand und Armut. Frankfurt am Main, Fischer.</i></p> <p><i>Ba, A. D./ Beeson, M. (2017) (Hrsg.): Contemporary Southeast Asia: The Politics of Change, Contestation, and Adaption. London, Palgrave Macmillan.</i></p> <p><i>Carrol, T./ Hameiri, S./ Jones, L. (Hrsg.) (2020): The Political Economy of Southeast Asia: Politics and Uneven Development under Hyperglobalisation (Studies in the Political Economy of Public Policy). London, Palgrave Macmillan.</i></p> <p><i>Eun-Jeung, L./Mosler, H. B. (2015): Länderbericht Korea. Bonn, Bundeszentrale für politische Bildung.</i></p> <p><i>Fischer, D./ Müller-Hofstede, C. (2014) (Hrsg.): Länderbericht China. Bonn, Bundeszentrale für politische Bildung.</i></p> <p><i>Glawe, L./Wagner, H. (2021): The Economic Rise of East Asia: Development Paths of Japan, South Korea, and China (Contributions to Economics). Wiesbaden, Springer VS.</i></p> <p><i>Schöller, P./ Dürr, H./ Dege, E. (1987): Fischer Länderkunde: Ostasien. Frankfurt am Main, Fischer.</i></p> <p><i>Uhlig, H. (1988) (Hrsg.): Fischer Länderkunde: Südostasien. Frankfurt am Main, Fischer,</i></p> <p><i>Wördemann, R./ Yamaguchim K. (2014) (Hrsg.): Länderbericht Japan: Die Erarbeitung der Zukunft. Bonn, Bundeszentrale für politische Bildung.</i></p>	

Kultur und Gesellschaft Asiens

Modulname		Kultur und Gesellschaft Asiens			
Modulname englisch		Culture and Society in Asia			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr.phil. Lijun Tang			
Dozent/in		Prof. Dr. Lijun Tang			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	6	ab dem 3. Semester	jährlich zum Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Vorlesung mit integrierter Übung: Online-Betreuung: 2 SWS 0,5 SWS	Kontaktzeit 2,5 SWS (= 37,5 h)	Selbststudium Gesamt: 112,5 h Vorbereitung der Lehrveranstaltung Studienbriefe: 22,5 h	geplante Gruppengröße Vorlesung mit integrierter Übung: Online-Betreuung max. 150 bzw. 120	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden... <ul style="list-style-type: none">• können die Entwicklungen der Gesellschaft, Politik und Kultur ausgewählter Länder Asiens verstehen und beschreiben;• kennen die die theoretischen Konzepte des Neo-Institutionalismus (insbesondere in der Organisationslehre) und des Wertewandels und können diese anwenden;• können die Relevanz der gesellschaftlichen Entwicklungen für die wirtschaftliche Entwicklungen der Region allgemein und für die betriebswirtschaftlichen Praktiken erkennen und bewerten;• sind in der Lage, die betriebswirtschaftlichen Konsequenzen der gesamtgesellschaftlichen Entwicklungen anhand von Fallbeispielen identifizieren, analysieren und Lösungsansätze für relevante Probleme entwickeln;• können aktuelle Entwicklungen/Ereignisse der regionalen Entwicklungen sowie in der betriebswirtschaftlichen Praxis analysieren und bewerten;• können kritisch mit der gesellschaftlichen uns ethischen Verantwortung des unternehmerischen Handels auseinandersetzen;• können die Lernergebnisse gegenüber Fachvertretern und Laien präsentieren.				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none">• <i>Konzepte des Neo-Institutionalismus (in der Organisationslehre)</i>• <i>Modernisierungstheorien</i>• <i>Das Konzept des „Developmental State“</i>• <i>Theoretische Konzepte zum Wertewandel</i>• <i>Modernisierung und Post-Modernisierung</i>• <i>Die Modernisierung ausgewählter Länder Asiens (aktuelle und ehemalige Schwellenländer wie China, Indien, Südkorea, Singapur, Taiwan)</i>• <i>Die politischen Systeme ausgewählter Länder</i>• <i>Wertewandel in ausgewählter Länder Asien</i>• <i>World Value Survey</i>• <i>Aktuelle Themen und Case Studies</i>				

	<ul style="list-style-type: none"> • Die betriebswirtschaftliche Relevanz gesellschaftlicher Entwicklungen und ethischer Fragestellungen (Organisationsstruktur, Unternehmenskultur, Führung, Personalentwicklung)
4	Lehrformen <ul style="list-style-type: none"> • Dozentenvortrag • Seminaristischer Unterricht • Gruppenarbeiten
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen <p>Grundlegende Kenntnisse aus dem Bachelor-Studium zu den Themen der Emerging Markets, der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklungen sowie der politischen Systeme asiatischer Länder sind notwendig. Sind diese Kenntnisse nicht mehr oder nicht in ausreichendem Maße vorhanden, sollten diese durch selbständige Erarbeitung anhand der einschlägigen Literatur nachgeholt werden, z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Heberer, Thomas / Claudia Derichs: Einführung in die politischen Systeme Ostasiens. VR China, Hongkong, Japan, Nordkorea, Taiwan. Wiesbaden 2008. • Maull, Hanns W./Martin Wagner (Hrsg.): Ostasien in der Globalisierung. Nomos, 2007. • Lee Eun-Jeung/Hannes B. Mosler (Hrsg.): Länderbericht Korea. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn, 2015. • Wördermann, Raimund / Karin Yamaguchi (Hrsg.): Länderbericht Japan. Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung, Bd. 1500, Bonn 2014. • Fischer, Doris /Christoph Müller-Hofstede (Hrsg.): Länderbericht China. Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung, Bd. 1501, Bonn 2014. • Schucher, Günter und Wagner, Christian (Hrsg.): Indien 2005, Politik Wirtschaft Gesellschaft, Hamburg 2005.
6	formale Teilnahmevoraussetzungen <p>keine</p>
7	Prüfungsformen <p>Schriftliche Ausarbeitung (15 Seiten) (100%) Prüfungssprachen: Deutsch, oder, Englisch</p>
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits <p>bestandene Modulprüfung</p>
9	Verwendung des Moduls in:

	<table> <tr> <th>Studiengang</th><th>Status</th></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> </table>	Studiengang	Status	Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul
Studiengang	Status																
Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Pflichtmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul																
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits																
11	Sonstige Informationen / Literatur <ul style="list-style-type: none"> • Leftwich, Adrian: States of development: On the primacy of politics in development. Cambridge 2000. • Inglehart, Ronald: Modernization and Postmodernization: Princeton 1997. • Harrison, Lawrence E. / Berger, Peter: Developing Cultures, Case Studies. New York 2006. • Heberer, Thomas / Claudia Derichs: Einführung in die politischen Systeme Ostasiens. VR China, Hongkong, Japan, Nordkorea, Taiwan. Wiesbaden 2008. • Croissant, Aurel: Die politischen Systeme Südasiens. Eine Einführung. Springer 2016. • Merkel, Wolfgang: Systemtransformation. Eine Einführung in die Theorie und Empirie der Transformationsforschung, Wiesbaden 2010. <p>Weitere Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben, in der Regel in englischer Sprache.</p>																

Marktanalyse und Businesspraxis in Asien

Modulname		Marktanalyse und Businesspraxis in Asien			
Modulname englisch		Market Analysis and Business Practice in Asia			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. oec. publ. Christof Römer			
Dozent/in		Prof. Dr. Christof Römer			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	6	ab dem 3. Semester	jährlich zum Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Vorlesung mit integrierter Übung: 2 SWS Online-Betreuung: 0,5 SWS	Kontaktzeit 2,5 SWS (= 37,5 h)	Selbststudium Gesamt: 112,5 h Vorbereitung der Lehrveranstaltung Studienbriefe: 22,5 h	geplante Gruppengröße Vorlesung mit integrierter Übung: max. 150 bzw. 120 Online-Betreuung	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden... ... identifizieren empirisch Problemfelder von Märkten und Branchen und leiten daraus Forschungsfragen und Forschungshypothesen ab, ... messen, erkennen und beurteilen selbständig Unternehmenssituationen innerhalb von asiatischen Märkten und Branchen mittels empirischem Datenmaterial, ... entwickeln im Rahmen der Analyse von empirischem Datenmaterial eigene Argumentationsketten und optimieren diese für die Darstellung ökonomischer Kausalketten innerhalb einer Präsentation bzw. einer Hausarbeit.				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none">Die Studierenden bearbeiten selbständig ein Themengebiet zu Branchen- und Unternehmensanalysen innerhalb eines asiatischen Landes aus einer vorgegebenen Themenliste.Ziele sind hier vor allem die empirische Herleitung einer Forschungsfrage und der darauf aufbauenden wissenschaftlichen Methodik, die vor allem in den selbständigen Umgang mit Daten(-banken) und deren empirischer Aufbereitung für eine ökonomische Analyse mündet.Wettbewerbsfähigkeit asiatischer LänderPositionierung deutscher und europäischer Unternehmen auf diesen MärktenWirtschaftlichen Entwicklungsprozesses von asiatischen Ländern				
4	Lehrformen Dozentenvortrag, moderierte Diskussion, Bearbeitung von Fallstudien, Online-Sprechstunde				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine				

Nachhaltigkeitsmanagement

Modulname		Nachhaltigkeitsmanagement			
Modulname englisch		Sustainability Management			
Modulverantwortliche/r		hrw\richard.graessler			
Dozent/in		Prof. Dr. Richard Gräßler			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	6	ab dem 3. Semester	jährlich zum Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Vorlesung mit integrierter Übung: 2 SWS Online-Betreuung: 0,5 SWS	Kontaktzeit 2,5 SWS (= 37,5 h)	Selbststudium Gesamt: 112,5 h Vorbereitung der Lehrveranstaltung Studienbriefe: 22,5 h	geplante Gruppengröße Vorlesung mit integrierter Übung: max. 150 bzw. 120 Online-Betreuung	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden... <ul style="list-style-type: none">• verstehen, welche betriebs- und volkswirtschaftliche Potenziale ein Nachhaltigkeitsmanagement besitzen kann• überprüfen, die Gewichtung der ökonomischen, ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit in Unternehmen•wenden Methoden und Techniken des Nachhaltigkeitsmanagements zur Analyse, Bewertung, Entwicklung und Umsetzung der unternehmerischen Nachhaltigkeit an•beurteilen eigenständig die unternehmensinterne und -externe Barrieren bei der Einführung und Durchführung des Nachhaltigkeitsmanagements und sind in der Lage Handlungsempfehlungen abzuleiten•analysieren die Gewichtung der ökonomischen, ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit in einem Unternehmen•sind zum gesellschaftlich verantwortungsvollem Handeln befähigt, indem sie ökonomische, ökologische und sozial-gesellschaftliche Zielkonflikte anhand von Praxisfällen im Zusammenhang von unternehmerischen Entscheidungen erkennen und ausbalancierte Lösungen im Sinne der Nachhaltigkeit entwerfen•entwickeln durch „Corporate Social Responsibility“ das Verständnis, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen und als Teil des nachhaltigen Wirtschaftens zu verstehen•überprüfen aktuelle wissenschaftliche Konzepte des Nachhaltigkeitsmanagements auf ihre praktische Anwendbarkeit in Industrie, Handel und Logistik•formulieren Hypothesen für die erfolgreiche Einführung und Durchführung des Nachhaltigkeitsmanagements in Unternehmen und entwerfen dafür ein geeignetes Forschungsdesign				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none">•Einführung in die Nachhaltigkeit•Grundlagen des Nachhaltigkeitsmanagements•Betriebswirtschaftliche Konzepte nachhaltiger Entwicklung (u.a. Stakeholder-Konzept, Co-operative Sustainability Management, Politics of Corporate Sustainability Management und				

	<p>Nachhaltigkeitsmanagement in Unternehmen)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Volkswirtschaftliche Nachhaltigkeit und Nachhaltigkeit öffentlicher Haushalte (Markt und Staatsversagen, Sustainability Economics, Risk Governance) • Environmental & Sustainability Accounting, Ökobilanzierung, Nachhaltigkeitsleistung, Sustainability Balanced Scorecard (SBSC) • Umweltmanagementsysteme (ISO 14001/ EMAS), betriebliche Umweltinformationssysteme • Nachhaltige Produktion und Logistik • Nachhaltiges Management von Wertschöpfungsketten (Sustainable Supply Chain Management) • Empirical Research on Sustainability Management 																		
4	<p>Lehrformen</p> <p>Dozentenvortrag, moderierte Diskussion, Referate, aktuelle Fallanalyse, Online-Sprechstunde</p>																		
5	<p>inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>																		
6	<p>formale Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>																		
7	<p>Prüfungsformen</p> <p>Schriftliche Ausarbeitung (15 Seiten) (100%) Prüfungssprache: Deutsch</p>																		
8	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credits</p> <p>bestandene Modulprüfung</p>																		
9	<p>Verwendung des Moduls in:</p> <table> <thead> <tr> <th>Studiengang</th><th>Status</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Nachhaltige Gesundheitstechnologien_MPO2025</td><td>Wahlmodul</td></tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul	Nachhaltige Gesundheitstechnologien_MPO2025	Wahlmodul
Studiengang	Status																		
Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul																		
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Pflichtmodul																		
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Pflichtmodul																		
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Pflichtmodul																		
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Pflichtmodul																		
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Pflichtmodul																		
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul																		
Nachhaltige Gesundheitstechnologien_MPO2025	Wahlmodul																		
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits</p>																		
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Müller-Christ, Georg: Nachhaltiges Management: Über den Umgang mit Ressourcenorientierung und widersprüchlichen Managementrationalitäten, Nomos3. Aufl. 2020 • Wördenweber, Martin (2017): Nachhaltigkeitsmanagement. Grundlagen und Praxis 																		

unternehmerischen Handelns. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft Steuern Recht GmbH.

- Baumast, Annett; Pape, Jens (Hg.) (2013): Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement. 19 Tabellen. Stuttgart: Verlag Eugen Ulmer (UTB Betriebswirtschaft, Management, Unternehmensführung, 3676).
- Schneider, Andreas; Schmidpeter, René (2015): Corporate Social Responsibility: Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis, Springer Gabler: 2. Auflage
- Gogoll, Frank; Wenke, Martin (2017): Unternehmensethik, Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility. Instrumente zur Einführung eines Verantwortungsmanagements in Unternehmen. 1. Auflage. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer
- Bretzke, Wolf-Rüdiger: Nachhaltige Logistik. Zukunftsfähige Netzwerk- und Prozessmodelle. 3. Aufl. 2014. Berlin, Heidelberg: Springer.
- Lohre, Dirk; Pfennig, Roland; Poerschke, Viktoria; Gotthardt, Ruben (2015): Nachhaltigkeitsmanagement für Logistikdienstleister. Ein Praxisleitfaden. Wiesbaden Germany: Springer Gabler.

Literatur: Pflichtlektüre und weiterführende Literatur werden in jedem Semester bekannt gegeben.

Projektierung erneuerbarer Energiesysteme

Modulname		Projektierung erneuerbarer Energiesysteme			
Modulname englisch		Project Planning for renewable Energysystems			
Modulverantwortliche/r		hrw\carsten.sander			
Dozent/in		Prof. Dr. Carsten Sander			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	6	ab dem 3. Semester	jährlich zum Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Vorlesung mit integrierter Übung: 2 SWS Online-Betreuung: 0,5 SWS	Kontaktzeit 2,5 SWS (= 37,5 h)	Selbststudium Gesamt: 112,5 h Vorbereitung der Lehrveranstaltung Studienbriefe: 22,5 h	geplante Gruppengröße Vorlesung mit integrierter Übung: max. 150 bzw. 120 Online-Betreuung	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden ... analysieren die technischen, wirtschaftlichen und regulatorischen Zusammenhänge bei der Projektierung/Planung von Anlagen zur Nutzung erneuerbarer Energien. ... können Aspekte der Energiepolitik und des Natur- u. Umweltschutzes im Zusammenhang mit dem Einsatz erneuerbarer Energieanlagen beurteilen. ... sind in der Lage, grundlegende Auslegungen erneuerbarer Energiesysteme unter der Berücksichtigung der Potenziale des technischen Anlagenkonzepts und der wirtschaftlichen Randbedingungen zu planen. ... wenden Verfahren der Investitionsrechnung an und sind in der Lage, Handlungsoptionen zu entwickeln und aus unterschiedlichen Perspektiven zu bewerten. ... entwickeln Konzepte (in Gruppenarbeit) zur Projektierung erneuerbarer Energiesysteme und können diese überzeugend präsentieren.				
3	Inhalte Energieformen: <ul style="list-style-type: none">Ausgewählte Erneuerbare Energien-Systeme mit Fokus auf Solar- und Windenergie (z.B. Onshore Wind, Offshore Wind, Photovoltaikanlagen) Projektierung / technisch-wirtschaftliche Planung: <ul style="list-style-type: none">Überblick über wesentliche Planungsschritte inkl. Genehmigungsprozesse und ArtenschutzrestriktionenFunktionsweise des EEG, konkrete Anwendung und Vergleich von FörderregimenProjektierung und Investitionsrechnung (Standortanalysen, Auswertung von Marktdaten, Ertragsprognosen, Restriktionsanalysen, Discounted Cash Flow Rechnungen, Risikoanalyse und Sensitivitätsrechnungen, managementorientierte Präsentation und Handlungsempfehlungen)aktuelle Entwicklungen und Innovationen				

4	Lehrformen Seminaristische Vorlesungen mit begleitenden Diskussionen und Übungen, Projektarbeit in Gruppen. Besprechung und Präsentation der Projektierungsaufgaben, Online-Sprechstunde.																		
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen Grundlegende Kenntnisse aus dem Bachelor-Studium zu den Themen Investition und Finanzierung. Diese können auch durch selbstständige Erarbeitung anhand empfohlener Literatur oder Übungsaufgaben nachgeholt werden. Darüber hinaus sind Kenntnisse zu erneuerbaren Energien sowie Erfahrungen im Umgang mit Kalkulationssoftware (z.B. Excel) hilfreich.																		
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine																		
7	Prüfungsformen 100% Portfolioprüfung in Kleingruppen von 3-4 Studierenden, bestehend aus: 70% Projektbericht inkl. Kalkulation + 30% Ergebnispräsentation (20 min) Prüfungssprache: Deutsch																		
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits bestandene Modulprüfung																		
9	Verwendung des Moduls in: <table> <thead> <tr> <th>Studiengang</th><th>Status</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Nachhaltige Gesundheitstechnologien_MPO2025</td><td>Wahlmodul</td></tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul	Nachhaltige Gesundheitstechnologien_MPO2025	Wahlmodul
Studiengang	Status																		
Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul																		
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Pflichtmodul																		
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Pflichtmodul																		
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Pflichtmodul																		
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul																		
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul																		
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul																		
Nachhaltige Gesundheitstechnologien_MPO2025	Wahlmodul																		
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits																		
11	Sonstige Informationen / Literatur																		

Grundlegende Literatur:

- Kaltschmitt et al. (2020), Erneuerbare Energien, 6. Auflage, Springer.
- Meier / Rietz (2019), Projektmanagement in der Windenergie, Gabler.
- Böttcher (2019), Handbuch Windenergie, 2. Auflage, DeGruyter.

Weitere Literatur (inkl. Daten und Tools) wird zu Beginn jedes Semesters bekannt gegeben.

Risikomanagement in der Energiewirtschaft

Modulname		Risikomanagement in der Energiewirtschaft			
Modulname englisch		Risk Management in the Energy Industry			
Modulverantwortliche/r		Prof. Michael Römmich			
Dozent/in		Prof. Dr. Michael Römmich			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	6	ab dem 3. Semester	jährlich zum Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Vorlesung mit integrierter Übung: 2 SWS Online-Betreuung: 0,5 SWS	Kontaktzeit 2,5 SWS (= 37,5 h)	Selbststudium Gesamt: 112,5 h Vorbereitung der Lehrveranstaltung Studienbrief: 22,5 h	geplante Gruppengröße Vorlesung mit integrierter Übung: max. 150 bzw. 120 Online-Betreuung	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden ... analysieren und beurteilen die Auswirkungen der Marktliberalisierung und der Energiewende auf die unterschiedlichen Stufen der Energiewertschöpfungskette und ... bewerten aktuelle Entwicklungen von Energiemärkten (Marktteilnehmer, Produkte, Preise, Marktergebnisse) für Strom, Gas (LNG, Wasserstoff), Öl, Kohle und EUA-Zertifikate aus unterschiedlichen Perspektiven der jeweiligen Marktteilnehmer und aus staatlicher Perspektive ... entwickeln Konzepte im Rahmen von Projekt- oder /Gruppenarbeiten für neue Geschäftsmodellentwicklungen entlang der Energiewertschöpfungskette und können diese überzeugend präsentieren ... wenden Methoden der wirtschaftliche Analyse und Bewertung von neuen Produkten auf Energiemärkten an ... analysieren und beurteilen die Übertragbarkeit der Optionspreistheorie auf die Entscheidungsprobleme der Energiewirtschaft ... überprüfen aktuelle Änderungen der rechtlichen Rahmenbedingungen von Energiemärkten auf ihre Auswirkungen auf die betriebliche Praxis in den Bereichen Produktion, Handel und Vertrieb aus Sicht eines Risikomanagers				
3	Inhalte • Rechtliche Rahmenbedingungen für den Energiehandel und das Finanz- und Risikomanagements				

	<ul style="list-style-type: none"> • Großhandelsprodukte und Preismodelle • Transferpreise für Strom- und Gas - Terminmarktpreise als konzernweites Steuerungsinstrument der energiewirtschaftlichen Wertschöpfungskette Produktion, Handel und Vertrieb • Neue Vertriebswege und Vertriebsprodukte • Optionspreistheorie und Praxis der Realoptionen in der Energiewirtschaft: Bewertung der Flexibilität von Gasspeichern und von thermischen Kraftwerken • Entscheidungstheorie und Behavioral Finance • Risikomaße und Präferenzfunktionen von Unternehmen • Optimale Produktions- und Hedgingpolitik in Abhängigkeit von Preis- und Volumenrisiken 																
4	Lehrformen Seminariistische Vorlesungen mit begleitenden Diskussionen und Übungen, Dozentenvortrag, moderierte Diskussion, Bearbeitung von Fallstudien, Online-Sprechstunde, webbasiertes Live-Feedback (PINGO etc.)																
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine																
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine																
7	Prüfungsformen Klausur (70%) und Präsentation (30%)																
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits bestandene Modulprüfung																
9	Verwendung des Moduls in: <table> <thead> <tr> <th>Studiengang</th><th>Status</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul
Studiengang	Status																
Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Pflichtmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Pflichtmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Pflichtmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul																
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits																

11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. John Hull: Options, Futures and other Derivatives, Pearson, aktuelle Auflage. 2. Duncan M. Holthausen: Hedging and the Competitive Firm Under Price Uncertainty, The American Economic Review, Vol. 69, No. 5 (Dec., 1979), pp. 989-995. 3. Doug Gardner and Yiping Zhuang: Valuation of Power Generation Assets: A Real Options Approach, ALGO RESEARCH QUARTERLY, VOL. 3, NO.3, DECEMBER 2000. 4. Wawer, Tim: Elektrizitätsirtschaft, Springer Gabler, aktuelle Auflage 5. Heitmann et al: Finanzmathematik, Springer Gabler, aktuelle Auflage <p>Weitere Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben.</p>
-----------	--

Standortanalyse Asien

Modulname		Standortanalyse Asien				
Modulname englisch		Location Analysis Asia				
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Werner Halver				
Dozent/in		Prof. Dr. Werner Halver				
Veranstaltungssprache/n		Deutsch				
Kennnummer		Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
		150 h	6	ab dem 3. Semester	jährlich zum Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung		Kontaktzeit	Selbststudium		geplante Gruppengröße
	Vorlesung mit integrierter Übung: 2 SWS Online-Betreuung: 0,5 SWS		2,5 SWS (= 37,5 h)	Gesamt: 112,5 h Vorbereitung der Lehrveranstaltung Studienbriefe: 22,5 h		Vorlesung mit integrierter Übung: max. 150 bzw. 120 Online-Betreuung
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					
	Die Studierenden...					
	... verstehen die regionsspezifischen Besonderheiten über die geographische Ausgestaltung von Wirtschafts-Standorten in Asien (Wissensverbreiterung und -vertiefung);					
	... können Methoden der Standortanalyse wirtschaftsgeographischer, volkswirtschaftlicher und betriebswirtschaftlicher Art (Wissensverbreiterung und -vertiefung) anhand von Fallbeispielen anwenden;					
	... transferieren im Team Fach- und Methodenkompetenzen auf regionale, volkswirtschaftliche und branchenspezifische Fallbeispiele und argumentieren dabei aus unterschiedlichen Positionen (Instrumentale und Kommunikative Kompetenzen);					
	... können eine Standort- und Marktanalyse erstellen (Systemische Kompetenzen)					
	... überprüfen aktuelle wissenschaftliche Konzepte zur Standortanalyse auf ihre Anwendbarkeit für operative und strategische Unternehmensentscheidungen für asiatische Märkte in der Praxis;					
	... formulieren Hypothesen für die Standortentwicklung asiatischer Märkte und entwerfen dafür ein geeignetes Forschungsdesign.					
3	Inhalte					
	Theoretische Konzepte und Methoden der Standortanalyse					
	Struktur- und Funktionsräumliche Merkmale zentraler Wirtschaftsstandorte in Asien					
	<ul style="list-style-type: none">• Sektorale Analyse• Branchenspezifische Analyse• Demographische und gesellschaftliche Analyse• Stadtgeographische und stadtökonomische Analyse• Analyse der Verkehrs- und Handelszentren					
	Direktinvestitionsströme und -bestände in Asien					

	Zentrale Elemente einer Standort- und Marktanalyse																
4	Lehrformen Dozentenvortrag, moderierte Diskussion, Bearbeitung von Fallstudien																
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine																
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine																
7	Prüfungsformen Referat (15 min.) (30%) Mündliche Prüfung (20 min.) (70%) Prüfungssprache: Englisch Prüfungssprache: Deutsch																
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits bestandene Modulprüfung																
9	Verwendung des Moduls in: <table> <thead> <tr> <th>Studiengang</th><th>Status</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul
Studiengang	Status																
Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Pflichtmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul																
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits																
11	Sonstige Informationen / Literatur <i>Armirth, S. (2020): Unruly Waters: How Mountains Rivers and Monsoons Have Shaped South Asia's History. London, Penguin.</i> <i>Eun-Jeung, L./Mosler, H. B. (2015): Länderbericht Korea. Bonn, Bundeszentrale für politische Bildung.</i> <i>Fischer, D./ Müller-Hofstede, C. (2014) (Hrsg.): Länderbericht China. Bonn, Bundeszentrale für politische Bildung.</i> <i>Frankopan, R. (2019): Die Neuen Seidenstraßen: Gegenwart und Zukunft unserer Welt. Berlin, rohwoit.</i>																

Marnschall, T. (2016): *Prisoners of Geography: Ten Maps That Tell You Everything You Need to Know About Global Politics*. London, Elliott Thompson.

Schöller, P./ Dürr, H./ Dege, E. (1987): *Fischer Länderkunde: Ostasien*. Frankfurt am Main, Fischer.

Uhlig, H. (1988) (Hrsg.): *Fischer Länderkunde: Südostasien*. Frankfurt am Main, Fischer,

Wördemann, R./ Yamaguchi K. (2014) (Hrsg.): *Länderbericht Japan: Die Erarbeitung der Zukunft*. Bonn, Bundeszentrale für politische Bildung.

Yusuf, S./ Nabeshima, K. (2010): *Changing Industrial Geography in Asia: The Impact of China and India*. Washington D.C., World Bank Publications.

Strategisches Facility Management

Modulname		Strategisches Facility Management				
Modulname englisch		Strategic Facility Management				
Modulverantwortliche/r		hrw\christian.cornelisse				
Dozent/in		Kock, Katrin, LfBA				
Veranstaltungssprache/n		Deutsch				
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Dauer
	150 h	6	ab dem 3. Semester	jährlich zum Wintersemester		1 Semester
1	Lehrveranstaltung Vorlesung mit integrierter Übung: Online-Betreuung: 2 SWS 0,5 SWS	Kontaktzeit 2,5 SWS (= 37,5 h)	Selbststudium Gesamt: 112,5 h Vorbereitung der Lehrveranstaltung Studienbriefe: 22,5 h		geplante Gruppengröße Vorlesung mit integrierter Übung Online-Betreuung max. 150 bzw. 120	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden... verstehen und analysieren die Herausforderungen des technischen Facility Management (FM) aus unterschiedlichen Perspektiven. erwerben Kenntnisse über die Beurteilung von Strategien und analysieren diese selbstständig. stellen selbstständig die speziellen Anforderungen im Dienstleistungsumfeld anhand von Fallbeispielen zusammen, präsentieren ihre Ergebnisse und vertreten diese in einer Expertendiskussion. wenden Methoden für die Analysen und Bewertungen von Marktstrategien im deutschen FM Markt an. formulieren Hypothesen für eine Marktanalyse oder Kundenbefragungen in einem technischen B2B-Umfeld und entwerfen dafür ein geeignetes Forschungsdesign.					
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none">• Strategien im Markt für technisches Facility Management• Positionierung im technischen Dienstleistungsbereich• Besonderheiten von Informationsgewinnung im Bereich Dienstleitungen im B2B Umfeld• Grundlegendes Strategisches Management / Strategiebewertung					
4	Lehrformen Dozentenvortrag, seminaristischer Unterricht, Projektarbeit, Online-Sprechstunde					
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine					
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine					
7	Prüfungsformen					

	Schriftliche Ausarbeitung (15 Seiten) (75%) Vortrag (20 min.) (25%)	Prüfungssprache: Deutsch Prüfungssprache: Deutsch														
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits bestandene Modulprüfung															
9	Verwendung des Moduls in: <table><tr><th>Studiengang</th><th>Status</th></tr><tr><td>Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr><tr><td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr><tr><td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019</td><td>Wahlmodul</td></tr><tr><td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr><tr><td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr><tr><td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr></table>		Studiengang	Status	Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul
Studiengang	Status															
Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul															
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Wahlmodul															
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul															
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul															
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Pflichtmodul															
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul															
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits															
11	Sonstige Informationen / Literatur <ul style="list-style-type: none">• Braun, H.-P. (2007). <i>Facility Management: Erfolg in der Immobilienbewirtschaftung</i> (5., neu bearbeitete Auflage). Springer-Verlag Berlin Heidelberg.• Preuß, N., & Schöne, L. B. (2022). <i>Real Estate und Facility Management: Aus Sicht der Consultingpraxis</i> (5. Auflage).• Gondring, H., & Wagner, T. ([2018]). <i>Facility management: Handbuch für Studium und Praxis</i> (3., vollständig überarbeitete Auflage.). Verlag Franz Vahlen.• Pauen, W., Bergmann, E. U. H., & Bergner, H. (2022). <i>Praxishandbuch Immobilienwirtschaft</i>. Reguvis Fachmedien GmbH.• Lochmann, H.-D. (2000). <i>Facility-Management: strategisches Immobilienmanagement in der Praxis</i> (1. Aufl., Nachdr.). Gabler.• May, M. (2013). <i>CAFM-Handbuch: IT im Facility Management erfolgreich einsetzen</i> (3., neu bearb. Aufl.). Springer Vieweg.• Bone-Winkel, S., Schulte, K.-W., & Schäfers, W. ([2015]). <i>Immobilienökonomie: Band I, Betriebswirtschaftliche Grundlagen</i> (5., grundlegend überarbeitete Auflage). De Gruyter Oldenbourg.• Hungenberg, H. (2014). <i>Strategisches Management in Unternehmen: Ziele - Prozesse - Verfahren</i>. Deutschland: Springer Fachmedien Wiesbaden.• Hellerforth, Michaela (2006): <i>Handbuch Facility Management für Immobilienunternehmen</i>, Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag.															

Technisches Projektmanagement und Qualitätssicherung

Modulname		Technisches Projektmanagement und Qualitätssicherung			
Modulname englisch		Technical Project Management and Quality Assurance			
Modulverantwortliche/r		hrw\christian.cornelisse			
Dozent/in		Prof. Dr. Christian Cornelissen			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	6	ab dem 3. Semester	jährlich zum Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Vorlesung mit integrierter Übung: 2 SWS Online-Betreuung: 0,5 SWS	Kontaktzeit 2,5 SWS (= 37,5 h)	Selbststudium Gesamt: 112,5 h Vorbereitung der Lehrveranstaltung Studienbriefe: 22,5 h	geplante Gruppengröße Vorlesung mit integrierter Übung: max. 150 bzw. 120 Online-Betreuung	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls sind Studierende in der Lage... ...die Herausforderungen des technischen Projektmanagements und der Qualitätssicherung aus unterschiedlichen Perspektiven zu analysieren; ...ausgewählte Themen aus dem technischen Projektmanagement und der Qualitätssicherung in hoher Detailtiefe anzuwenden; ...einzelne Projektmanagementaufgaben bzw. einzelne Aufgaben der Qualitätssicherung für ein technisches Thema selbständig (in Gruppenarbeit) zu planen und durchzuführen; ...die Projektergebnisse auf dem aktuellen Stand der Forschung in Form einer Präsentation vorzustellen und das Ergebnis mit Fachvertretern und Laien zu diskutieren; ...Methoden für die Analyse und Bewertung von technischen Projekten und Qualitätssicherungsmaßnahmen anzuwenden; ...Hypothesen zur Optimierung des Managements von Projekten bzw. der Qualitätssicherung in einem industriellen Prozessumfeld zu formulieren und dafür ein geeignetes Forschungsdesign zu entwerfen.				
3	Inhalte Wesentliche Inhalte des Moduls: <ul style="list-style-type: none">• Projektmanagement-Vorgehensmodelle• Agiles Projektmanagement, insbesondere Scrum• Multiprojektmanagement• Qualitätsmanagementsysteme• Methoden und Werkzeuge für das Qualitätsmanagement• Prüfungen und Messungen• Business Excellence und Total Quality Management (TQM)				
4	Lehrformen				

	Dozentenvortrag, moderierte Diskussion, Gruppenarbeiten, Labor, Fallstudien, Online-Sprechstunde																		
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen Grundlagenkenntnisse Projektmanagement (z.B. Projektphasen, Projektziele, Planungsaktivitäten, Controlling) und Qualitätssicherung (Basismethoden wie Ishikawa-Diagramm, Paretoanalyse, Flussdiagramm, Brainstorming)																		
6	formale Teilnahmevoraussetzungen Keine																		
7	Prüfungsformen Mündliche Prüfung (100%) Prüfungssprache: Deutsch																		
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits Bestandene Modulprüfung																		
9	Verwendung des Moduls in: <table border="0" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Studiengang</th><th style="text-align: left;">Status</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Nachhaltige Gesundheitstechnologien_MPO2025</td><td>Wahlmodul</td></tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul	Nachhaltige Gesundheitstechnologien_MPO2025	Wahlmodul
Studiengang	Status																		
Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul																		
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Wahlmodul																		
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul																		
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul																		
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Pflichtmodul																		
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Pflichtmodul																		
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul																		
Nachhaltige Gesundheitstechnologien_MPO2025	Wahlmodul																		
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits																		
11	Sonstige Informationen / Literatur <ul style="list-style-type: none"> • Project Management Institute (2017): A Guide to the Project Management Body of Knowledge. (GERMAN). Sechste Ausgabe, (PMBOK® guide). Sechste Ausgabe. Newtown Square, PA: Project Management Institute (PMI global standard) • Seidl, Jörg (2011): Multiprojektmanagement. Übergreifende Steuerung von Mehrprojektsituationen durch Projektportfolio- und Programmmanagement. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag Berlin Heidelberg (Xpert.press) • Gloger, Boris (2011): Scrum. Produkte zuverlässig und schnell entwickeln. 3. Aufl. s.l.: Carl Hanser Fachbuchverlag • Linß, Gerhard (2011): Qualitätsmanagement für Ingenieure. 3., aktualisierte und erw. Aufl. München: Hanser • Brunner, Franz J. (2017): Japanische Erfolgskonzepte. KAIZEN, KVP, Lean Production Management, Total Productive Maintenance, Shopfloor Management, Toyota Production 																		

	System, GD3 - Lean Development. 4., überarbeitete Auflage. München: Hanser (Praxisreihe Qualitätswissen)
--	--

Volkswirtschaftslehre

Modulname		Volkswirtschaftslehre			
Modulname englisch		Economics			
Modulverantwortliche/r		hrw\halver.werner			
Dozent/in		Prof. Dr. Werner Halver			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	6	ab dem 3. Semester	jährlich zum Sommersemester	1 Semester
1	<div>Lehrveranstaltung</div> <div>Vorlesung mit integrierter Übung: 2 SWS Online-Betreuung: 0,5 SWS</div>	<div>Kontaktzeit</div> <div>2,5 SWS (= 37,5 h)</div>	<div>Selbststudium</div> <div>Gesamt: 112,5 h Vorbereitung der Lehrveranstaltung: 22,5 h Studienbriefe:</div>	<div>geplante Gruppengröße</div> <div>Vorlesung mit integrierter Übung: max. 150 bzw. 120 Online-Betreuung</div>	
2	<div>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</div> <div>Die Studierenden...</div> <div>... kennen zentrale volkswirtschaftliche Entwicklungen und Konzepte der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung im 20. und 21. Jh.;</div> <div>... können gesamtwirtschaftliche Entwicklung tagespolitischer Art erfassen und aus betriebswirtschaftlicher Sicht beurteilen;</div> <div>... diskutieren theoretische Modelle und erläutern deren Implikationen anhand empirischer Länder- und Branchenbeispiele;</div> <div>... bewerten länderspezifische Entwicklungen sowie handelspolitische Themen der EU;</div> <div>... beurteilen Fallbeispiele von Strukturwandel-/Globalisierungsprozessen bzw. Außenhandelsbeziehungen und argumentieren dabei aus unterschiedlichen Positionen.</div> <div>...entwickeln Lösungsansätze prozess- und ordnungspolitischer Art zu Problemen der Weltwirtschaft.</div>				
3	<div>Inhalte</div> <div><ul style="list-style-type: none">• Aktuelle Themen und Lösungskonzepte zu gesamtwirtschaftlichen Probleme;• Die WTO und andere regelbasierte Ordnungssysteme der Weltwirtschaft;• Umweltökonomische und energiewirtschaftliche Probleme;• Gesamtwirtschaftliche Folgen des Klimawandels;• Branchenspezifische Probleme im gesamtwirtschaftlichen Transformationsprozess;• Industriepolitik versus Allokationspolitik;• Empirische Datenanalysen der Entwicklung in Deutschland und der von Weltwirtschaft• Diskussion des strukturellen Wandels von offenen Volkswirtschaften anhand von Konzepten und deren Implikationen sowie in der Beurteilung anhand von Theorien und empirischem Datenmaterial;• Folgen der Verschuldung von Volkswirtschaften, insbesondere auf die Geldwertstabilität und</div>				

	die von Wechselkursentwicklungen für Volkswirtschaften.																
4	Lehrformen Dozentenvortrag, moderierte Diskussion, Bearbeitung von Fallstudien, Online-Sprechstunde																
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen Grundlegende Kenntnisse aus dem Bachelor-Studium im Bereich Mikro-/Makroökonomie sind notwendig. Sind diese Kenntnisse nicht mehr oder nicht in ausreichendem Maße vorhanden, sollten diese durch selbständige Erarbeitung anhand der einschlägigen Literatur aufgefrischt werden. Grundlegende Kenntnisse der Markt- und Wohlfahrtstheorie (z. B. Kapitel 1, 2, 4, 5 und 7 aus Mankiw/Taylor: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 5. Aufl., Stuttgart, Schäffer-Poeschel).																
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine																
7	Prüfungsformen Schriftliche Ausarbeitung (10 Seiten) (50%) Prüfungssprache: Deutsch Test (60 min.) (50%) Prüfungssprache: Deutsch																
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits bestandene Modulprüfung																
9	Verwendung des Moduls in: <table> <thead> <tr> <th>Studiengang</th><th>Status</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul
Studiengang	Status																
Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Pflichtmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Pflichtmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Pflichtmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Pflichtmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul																
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits																
11	Sonstige Informationen / Literatur Altmann, Jörn , 2009, Volkswirtschaftslehre, 7. Aufl., Verlag UTB Lucius & Lucius, Stuttgart. Deutsche Bundesbank , 1999, Zur Bedeutung von Fundamentalfaktoren für die Entstehung von Währungskrisen in Entwicklungs- und Schwellenländern, in: Monatsbericht April 1999, S. 15-28. Donges, Juergen B. , 1981, Außenwirtschafts- und Entwicklungspolitik, Springer-Verlag, Berlin u.a. Donges, Juergen B. (2008); Freitag, Andreas : Allgemeine Wirtschaftspolitik, UTB																

Gerber, James, 2014, International Economics, 6. Aufl., Pearson Education, Essex.

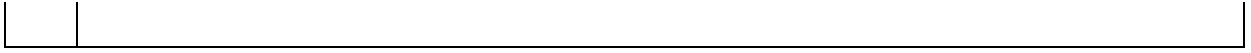
Krugman, Paul R. / **Obstfeld**, Maurice, 2015, Internationale Wirtschaft, Theorie und Politik der Außenwirtschaft, 10. Aufl., Pearson Education, München u.a.

Mankiw, N. Gregory / **Taylor**, Mark P., 2016, Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 6. Aufl., Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.

Wasser- /Abwasserwirtschaft und Effizienz

Modulname		Wasser- /Abwasserwirtschaft und Effizienz				
Modulname englisch		Water- /Wastewater Management and Efficiency				
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Mark Oelmann				
Dozent/in		Prof. Dr. Mark Oelmann				
Veranstaltungssprache/n		Deutsch				
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	
	150 h	6	ab dem 3. Semester	jährlich zum Sommersemester	1 Semester	
1	Lehrveranstaltung Vorlesung mit integrierter Übung: 2 SWS Online-Betreuung: 0,5 SWS	Kontaktzeit 2,5 SWS (= 37,5 h)	Selbststudium Gesamt: 112,5 h Vorbereitung der Lehrveranstaltung Studienbriefe: 22,5 h	geplante Gruppengröße Vorlesung mit integrierter Übung: max. 150 bzw. 120 Online-Betreuung		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden ... können den Ordnungsrahmen der Wasser- und Abwasserwirtschaft aus unterschiedlichen Perspektiven beurteilen. ... klassifizieren Anreizsysteme und Ordnungsrahmen strukturiert entlang der Effizienzdimensionen auf ihre Anreize hin zu prüfen. ... ordnen den Begriff der „öffentlichen Daseinsvorsorge“ im politisch-gesellschaftlichen Kontext ein und analysieren, inwiefern diese Einordnung den Wasserver- und Abwasserentsorger vom Effizienzgebot entbindet. ... wenden Methoden der empirischen Sozialforschung für die Analyse und Bewertungen von Nutzen und Zahlungsbereitschaften an. ... formulieren Hypothesen für die Integration des Kunden in die Frage, was Wasserver- und Abwasserentsorger als Leistung bereitstellen und entwickeln dafür ein geeignetes Forschungsdesign					
3	Inhalte Im Wettbewerb stehende Unternehmen streben nach effizientem Wirtschaften: <ul style="list-style-type: none">• Sie wollen Produkte zu den geringsten Kosten produzieren („Statische Effizienz“).• Sie investieren dort, wo sie sich hinsichtlich neuer, innovativer Produkte oder ihrer Kostenpositionierung im Markt einen Wettbewerbsvorsprung verschaffen können („Dynamische Effizienz“).• Sie bieten solche Produkte oder Dienstleistungen an, die auf Zahlungsbereitschaften ihrer Kunden treffen („Qualitative Effizienz“).• Sie streben danach, weder zu groß, noch zu klein, weder zu diversifiziert noch zu breit aufgestellt zu sein („Technische Effizienz“). Um nun zu analysieren, inwiefern Anreize zum effizienten Handeln auch im „Natürlichen Monopol“ der Wasser- und Abwasserwirtschaft bestehen, sind folgende Element Kerninhalte der					

	<p>Veranstaltung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition der und Diskussion um das ökonomische Konzept der Effizienz • Vorstellung des deutschen wasser- und abwasserwirtschaftlichen Ordnungsrahmens in seiner Förderung von effizientem Handeln • Vorstellung des Konzepts der öffentlichen Daseinsvorsorge und dessen Relevanz auf die Forderung nach effizienter Dienstleistungserbringung • Methoden der empirischen Sozialforschung in ihrer Anwendung auf die Nutzen- und Zahlungsbereitschaftsermittlung von wasser- und abwasserwirtschaftlichen Dienstleistungen 														
4	<p>Lehrformen</p> <p>Dozentenvortrag, moderierte Diskussion, Präsentationen, Gruppenarbeit, Online-Sprechstunde</p>														
5	<p>inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>														
6	<p>formale Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>														
7	<p>Prüfungsformen</p> <p>Schriftliche Klausurarbeit (60 min.) (100%) Prüfungssprache: Deutsch</p>														
8	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credits</p> <p>bestandene Modulprüfung</p>														
9	<p>Verwendung des Moduls in:</p> <table> <thead> <tr> <th>Studiengang</th><th>Status</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25</td><td>Pflichtmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Pflichtmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul
Studiengang	Status														
Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul														
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Pflichtmodul														
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Pflichtmodul														
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul														
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul														
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul														
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits</p>														
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oelmann (2015), Zur Beurteilung wasserwirtschaftlicher Ordnungsrahmen – Entwicklung ökonomischer Beurteilungskriterien sowie deren Anwendung auf die englische Wassermarktregulierung • Umweltbundesamt (2017), Wasserwirtschaft in Deutschland – Grundlagen, Belastungen, Maßnahmen • BDEW (2015), Branchenbild der deutschen Wasserwirtschaft • Rudolph et al. (2005), Wasserleitfaden 														



Wirtschafts- und Geopolitik

Modulname		Wirtschafts- und Geopolitik			
Modulname englisch		Economy and Geopolitics			
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Werner Halver			
Dozent/in		Prof. Dr. Werner Halver			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	6	ab dem 3. Semester	jährlich zum Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Vorlesung mit integrierter Übung: 2 SWS Online-Betreuung: 0,5 SWS	Kontaktzeit 2,5 SWS (= 37,5 h)	Selbststudium Gesamt: 112,5 h Vorbereitung der Lehrveranstaltung Studienbriefe: 22,5 h	geplante Gruppengröße Vorlesung mit integrierter Übung: max. 150 bzw. 120 Online-Betreuung	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden... verstehen die wirtschaftspolitische und geopolitische Modelle in ausgewählten Schwellen – und Industrieländern und bewerten diese aus unterschiedlichen Perspektiven (Wissensverbreiterung und -vertiefung); verstehen und beurteilen aktuelle Theorien der Wirtschafts- und Geopolitik, die in der Wissenschaft diskutiert werden und überprüfen die Anwendbarkeit dieser anhand von Fallbeispielen aus der Praxis (Wissensverbreiterung und -vertiefung); transferieren im Team Entscheidungsbedarfe und –optionen der Wirtschafts- und Geopolitik in Form von Fallstudien und argumentieren dabei aus unterschiedlichen Positionen (Instrumentale und Kommunikative Kompetenzen); können anwendungsbezogene Konzepte der Wirtschafts- und Geopolitik entwerfen und leiten Handlungsempfehlungen für Politik und Wirtschaft ab (Systemische Kompetenzen)				
3	Inhalte Allgemeine Wirtschaftspolitik Grundlegende theoretische Modelle und deren Anwendung Wirtschaftspolitische Konzepte für offene Volkswirtschaften <ul style="list-style-type: none">• Institutionenökonomische Konzepte• Spiel- und Verhaltensökonomische Konzepte Wirtschaftspolitisches Agieren in Krisen des 20. und 21. Jh. Grundzüge und Prinzipien der Allg. Geopolitik als ökonomische Strategie Konzepte des raumbezogenen, außenpolitischen Agierens von Staaten in Asien, Europa und				

	Nordamerika im Rahmen einer Geostrategie																
4	Lehrformen Dozentenvortrag, moderierte Diskussion, Bearbeitung von Fallstudien																
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine																
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine																
7	Prüfungsformen Referat (15 min.) (30%) Mündliche Prüfung (20 min.) (70%) Prüfungssprache: Englisch Prüfungssprache: Deutsch																
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits bestandene Modulprüfung																
9	Verwendung des Moduls in: <table> <thead> <tr> <th>Studiengang</th><th>Status</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> <tr> <td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr> </tbody> </table>	Studiengang	Status	Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul
Studiengang	Status																
Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul																
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul																
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits																
11	Sonstige Informationen / Literatur <i>Donges, J. B./ Freytag, A. (2009): Allgemeine Wirtschaftspolitik. Stuttgart, UTB.</i> <i>Frankopan, R. (2019): Die Neuen Seidenstraßen: Gegenwart und Zukunft unserer Welt. Berlin, rohwoit.</i> <i>Kissinger, H. (2015): World order: Reflections on the Character of Nations and the Course of History. London, Penguin</i> <i>Marnschall, T. (2016): Prisoners of Geography: Ten Maps That Tell You Everything You Need to Know About Global Politics. London, Elliott Thompson.</i> <i>Rice, C./ Zegert, A. B. (2018): Political Risk: How Businesses and Organizations can Anticipate</i>																

Global Insecurity, New York, Twelve.

Suden, K./ Kallmorgen, J. F. (2022): Das Geopolitische Risiko: Unternehmen in der neuen Weltordnung, Frankfurt am Main, Campus.

Wirtschafts- und Sozialgeographie Master-Asienmanagement Master (mit Exkursion)

Modulname		Wirtschafts- und Sozialgeographie Master-Asienmanagement Master (mit Exkursion)			
Modulname englisch		Economic and Social Geography Master Asian Management (with study trip)			
Modulverantwortliche/r		hrw\halver.werner			
Dozent/in		Werner Halver			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	6	ab dem 3. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltung		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	Exkursion:	3 SWS	4 SWS (= 60 h)	Gesamt: 90 h	Exkursion 15 Online-Betreuung
	Online-	1 SWS			
	Betreuung:				
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden erwerben im Rahmen des Seminars und der Exkursion verschiedene Kompetenzen, die integriert werden mit den Erfahrungen und den Lernergebnissen der ersten 5 Semester des Studiums. <ul style="list-style-type: none">• Erwerb von Fachkompetenzen (Inhalte Wirtschafts- und Sozialgeographie).• Erwerb von Methodenkompetenzen (Analyse und Erfassung von Wirtschaftsräumen).• Erwerb von Handlungskompetenzen (Transfer auf ausgewählte Regionen und Branchen).• Erwerb von Sozialkompetenzen (Interkulturelle Erfahrung im Ausland). Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage... zentrale Merkmale und Entwicklungen aus den Themenkreisen der Wirtschafts- und Sozialgeographie zu nennen; aktuelle Beispiele aus den Themenkreisen der Wirtschafts- und Sozialgeographie zu erläutern; theoretische Konzepte auf aktuelle Fragestellungen der ausgewählte aktuellen bzw. regionalen Themenfelder anzuwenden; ... in Wissenschaft und Politik diskutierte Problemlösungsansätze für aktuelle Beispiele gegenüberzustellen; ... konkrete Entscheidungen konstituierender und regulierender Art aus den Themenkreisen der Wirtschafts- und Sozialgeographie sowie der ausgewählte aktuellen und regionalen Themenfelder zu beurteilen; alternative Lösungsansätze für Problem- und Fragestellungen für die ausgewählte aktuellen und regionalen Themenfelder zu entwerfen. Weiterhin werden die Studierenden befähigt... ...das eigenen Handeln zu reflektieren (insb. als Marktteilnehmer); ...die Thematik in ihrem beruflichen Wirkungsbereich aktiv aufzugreifen.				

3	Inhalte <p>Gegenstand der Wirtschafts- und Sozialgeographie sind globale und lokale Wirtschaftsräume und wie diese im Austausch stehen. Im Rahmen des Moduls werden Wirtschaftsräume in Asien, Europa, Amerika oder Afrika thematisiert, die zu den Kategorien Entwicklungs-, Schwellen- und Industrieländer gehören. Im Rahmen der Exkursion werden wirtschaftlich relevante Themenfelder vor Ort analysiert. Dazu zählen:</p> <p>Dokumentation und Analyse der</p> <ul style="list-style-type: none"> • Primärpotentiale von Wirtschaftsräumen (Lagemerkmale, Demographie, physich-geographischen Raumausstattung); • Sekundärpotentiale von Wirtschaftsräumen (sektoriale und branchenspezifische Betrachtung; Verkehrssysteme); • Tertiärpotentiale (Regelungen von Investitionen, z.B. FDIs und des Handels; Administration, Wirtschafts- und Sozialpolitik des Landes). <p>Bewertung der Raumpotentiale aus Sicht von</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investoren, • Händlern, • Umweltverbänden und NGOs. <p>Evaluation von Entwicklungspotentialen</p> <p>Geostrategie der Regierungen</p>
4	Lehrformen <p>online-Seminar;</p> <p>Exkursion (mehrtägig)</p>
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen <p>keine</p>
6	formale Teilnahmevoraussetzungen <p>keine</p>
7	Prüfungsformen <p>Referat (15 min.) (30%) Prüfungssprache: Deutsch Mündliche Prüfung (20 min.) (70%) Prüfungssprache: Deutsch</p>
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits <p>bestandene Modulprüfung</p>
9	Verwendung des Moduls in:

	<p>Studiengang</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wassermanagement_SoSe 2025</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2018</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25</p> <p>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</p>	<p>Status</p> <p>Wahlmodul</p> <p>Wahlmodul</p> <p>Wahlmodul</p> <p>Wahlmodul</p> <p>Wahlmodul</p> <p>Wahlmodul</p> <p>Wahlmodul</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits</p>	
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p><i>Dodds, K. (2019): Geopolitics: A very Short Introductions. Oxford, Oxford University Press</i></p> <p><i>Frankopan, R. (2019): Die Neuen Seidenstraßen: Gegenwart und Zukunft unserer Welt. Berlin, rohwohlt.</i></p> <p><i>Kissinger, H. (2015): World order: Reflections on the Character of Nations and the Course of History. London, Penguin.</i></p> <p><i>Liefner, I./ Schätzl, L. (2012): Theorien der Wirtschaftsgeographie. Paderborn, Schöningh.</i></p> <p><i>Marnschar, T. (2016): Prisoners of Geography: Ten Maps That Tell You Everything You Need to Know About Global Politics. London, Elliott Thompson.</i></p> <p><i>Reuber, P. (2012): Politische Geographie. Paderborn, Schöningh</i></p> <p><i>Voppel, G. (1999): Wirtschaftsgeographie: Räumliche Ordnung der Weltwirtschaft unter marktwirtschaftlichen Bedingungen. Leipzig, Teubner Studienbücher.</i></p>	

Wirtschaftsgeschichte/Innovationsökonomie mit Exkursion

Modulname		Wirtschaftsgeschichte/Innovationsökonomie mit Exkursion			
Modulname englisch		Economic history/innovation economics with excursion			
Modulverantwortliche/r		hrw\halver.werner			
Dozent/in		Halver, Werner			
Veranstaltungssprache/n		Deutsch			
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
VWL WiGe/Inno	150 h	6	ab dem 3. Semester	jährlich zum Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Exkursion: 3 SWS Seminar: 1 SWS	Kontaktzeit 4 SWS (= 60 h)	Selbststudium Gesamt: 90 h	geplante Gruppengröße Exkursion 15 Seminar 15	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sind in der Lage... zentrale Merkmale und Entwicklungen aus dem Themenkreis der Wirtschaftsgeschichte/Innovationsökonomie; aktuelle Beispiele aus den Themenkreisen aus den Themenkreisen Wirtschaftsgeschichte/Innovationsökonomie zu erläutern; theoretische Konzepte auf aktuelle Fragestellungen der ausgewählte aktuellen Themenfelder anzuwenden; ... in Wissenschaft und Politik diskutierte Problemlösungsansätze für aktuelle Beispiele gegenüberzustellen (Technologieentwicklung); Weiterhin werden die Studierenden befähigt... ...das eignen Handeln zu reflektieren (insb. als Marktteilnehmer); ...die Thematik in ihrem beruflichen Wirkungsbereich aktiv aufzugreifen.				
3	Inhalte • Zentrale Entwicklungen Internationale Wirtschafts- und Innovationsgeschichte des Altertums, des Mittelalters und der Neuzeit im Überblick o Das antike China o Das römische Reich o Das Spanische Weltreich o Großbritanniens Aufstieg zur Weltmacht o Die USA • Deutsche Wirtschafts- und Innovationsgeschichte o Die Entwicklung der Feudalgesellschaft o Entwicklung der Städte(Herrschaft) o Aufbruch zur Weltwirtschaft o Der Beginn moderner Geopolitik und die Bildung von Nationalstaaten seit dem 30. jährigen Krieg o Der Weg zur Reichsbildung und die Stein/Hardenbergschen Reformen o Weltwirtschaftskrise und Inflationszeiten o Die Bundesrepublik und die DDR bis 1989 o EG und Europäische Union als innovativer Wirtschaftsraum o Das Wiedervereinigte Deutschland • Die Industrialisierung der Erde seit dem 18. Jh. (bis in 21. Jh.): o Technische Entwicklungen der vorindustriellen Zeit o Standorte der Industrialisierung (Europa, Amerika, Asien und Afrika) o Zentrale Merkmale der (globalen) Industrialisierung o Technologische Wellen und Umbrüche o Industrialisierung 4.0 Exkursion (5 Tage in der Projektwoche): 3 Tage München (Deutsches Museum), 2 Tage Bonn (Haus der deutschen Geschichte mit Stadtextkursionen am Abend				
4	Lehrformen Dozentenvortrag, moderierte Diskussion, Bearbeitung von Fallstudien, Exkursion				
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	formale Teilnahmevoraussetzungen keine				
7	Prüfungsformen				

	Mündliche Prüfung (20 min.) (50%) Vortrag (10 min.) (50%)	Prüfungssprache: Deutsch Prüfungssprache: Deutsch														
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits bestandene Modulprüfung															
9	Verwendung des Moduls in: <table><tr><td>Studiengang</td><td>Status</td></tr><tr><td>Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr><tr><td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019</td><td>Wahlmodul</td></tr><tr><td>Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr><tr><td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018</td><td>Wahlmodul</td></tr><tr><td>Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr><tr><td>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</td><td>Wahlmodul</td></tr></table>		Studiengang	Status	Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul	Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul
Studiengang	Status															
Betriebswirtschaftslehre - Asienmanagement_18/19_24/25	Wahlmodul															
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2019	Wahlmodul															
Betriebswirtschaftslehre - Energie- und Wasserökonomik_MPO2021_24/25	Wahlmodul															
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2018	Wahlmodul															
Betriebswirtschaftslehre - Industrieservice-Management_MPO2019_24/25	Wahlmodul															
Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25	Wahlmodul															
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits															
11	Sonstige Informationen / Literatur Literatur: Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben															

Masterarbeit

Kolloquium – Masterarbeit

Modulname		Kolloquium – Masterarbeit				
Modulname englisch		Colloquium				
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Christian Müller-Roterberg				
Dozent/in		Alle Professoren des Wirtschaftsinstituts				
Veranstaltungssprache/n		Deutsch				
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	
	75 h	3	5. Semester	jedes Semester	Kolloquium: 30 Min	
1	Lehrveranstaltung		Kontaktzeit	Selbststudium		geplante Gruppengröße
				Gesamt: 75 h		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sind in der Lage, die Methodik und die Ergebnisse ihrer Masterarbeit (Thesis) anschaulich zu präsentieren und die Arbeit in einer wissenschaftlichen Diskussion zu vertreten					
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none">• Darstellung von Methodik, Konzepten und Ergebnissen der Masterarbeit• Führen eines wissenschaftlichen Streitgesprächs• Dokumentation des Anwendungsbezugs der Masterarbeit					
4	Lehrformen Betreuung durch die Lehrenden auf Anfrage möglich Unterrichtssprache: Deutsch oder Englisch					
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine					
6	formale Teilnahmevoraussetzungen Alle erforderlichen Modulprüfungen gemäß Prüfungsordnung bestanden und die Masterarbeit mindestens mit „ausreichend“ (4,0) bewertet					
7	Prüfungsformen Mündliche Prüfung (30 Minuten)					
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits Bestandene Modulprüfung					
9	Verwendung des Moduls in:					

	<div> <div>Studiengang</div> <div>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</div> </div> <div> <div>Status</div> <div>Masterarbeit</div> </div>
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits
11	Sonstige Informationen / Literatur

Masterarbeit

Modulname		Masterarbeit				
Modulname englisch		Master Thesis				
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. rer. pol. Christian Müller-Roterberg				
Dozent/in		Alle Professoren des Wirtschaftsinstituts				
Veranstaltungssprache/n		Deutsch				
Kennnummer		Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
		375 h	15	5. Semester	jedes Semester	1/2 Semester
1	Lehrveranstaltung		Kontaktzeit	Selbststudium		geplante Gruppengröße
				Gesamt: 375 h		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sind in der Lage, eine konkrete betriebswirtschaftliche bzw. ökonomische Fragestellung/Problemstellung im Bereich Int. Marketing Management mit den Methoden der Wissenschaft (vor allem Verifikation, Falsifikation, Empirie und Schrifttumauswertung) zu Bearbeiten, in ihren fachlichen Einzelheiten als auch in den fachübergreifenden Zusammenhängen umfassend und in einer vorgegeben Zeit selbständig zu bearbeiten und in einer geschlossenen schriftlichen Arbeit zu dokumentieren.					
3	Inhalte wirtschaftswissenschaftliche oder interdisziplinäre Fragestellung / Problemstellung im Int. Marketing Management					
4	Lehrformen Eigenständige Bearbeitung der Aufgabenstellung mit minimaler Anleitung durch die Lehrenden Unterrichtssprache: Deutsch oder Englisch					
5	inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen keine					
6	formale Teilnahmevoraussetzungen 48 ECTS aus den, gemäß Prüfungsordnung, notwendigen Modulprüfungen –und ggf. den Nachweis über zusätzliche bacheloradäquate Leistungen im Umfang von 30 ECTS					
7	Prüfungsformen Schriftliche Ausarbeitung (Masterarbeit)					
8	Voraussetzung für die Vergabe von Credits Bestandene Modulprüfung					
9	Verwendung des Moduls in:					

	<div> <div>Studiengang</div> <div>Betriebswirtschaftslehre - Internationales Marketing-Management_18/19_24/25</div> </div> <div> <div>Status</div> <div>Masterarbeit</div> </div>
10	Stellenwert der Note für die Endnote Die Gewichtung ergibt sich aus dem Anteil der Credits des Moduls an der Gesamtzahl der notenrelevanten Credits
11	Sonstige Informationen / Literatur