

Modulhandbuch für den Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre

Stand: 29.06.2015

Alanus Hochschule für Kunst und Gesellschaft

Fachbereich 06 Wirtschaft

Villestr. 3, 53347 Alfter

Master-BWL@alanus.edu

INHALT

TEIL 1 – Studienverlaufspläne – Teilzeit / Vollzeit	3
Übersichten	4
TEIL 2 - Pflichtfächer	5
MA 33 Organisationsentwicklung und organisationales Lernen	6
MA 34 Wirtschaft und Soziale Verantwortung	9
MA 63 Marketingmanagement	12
TEIL 3 - Wahlpflichtfächer	14
MA 01 Unternehmensführung	15
MA 02 Unternehmensplanung und -analyse	18
MA 31 Sustainable Entrepreneurship for PO and NPO	20
MA 35 - Leadership and Coaching	23
MA 36 - Leitbild & Kommunikation	26
MA 38 - Sustainability Management	29
MA 41 - Money and Society	31
MA 42 - Socially Responsible Management in Banking and Finance	34
MA 43 - Ästhetische Unternehmensgestaltung	37
TEIL 4 – Kunst im Dialog (KiD)	39
MA 61 - Gemeinschaftsbildung und Teamarbeit	40
MA 81 - Künstlerische Methoden und Interventionen in der Personalarbeit	43
MA 82 - Management als Kunstprozess	45
TEIL 5 - Studium Generale (StuGe).....	47
MA 62 – Theoretische Philosophie und Wirtschaft	48
MA 64 – Praktische Philosophie und Wirtschaft.....	50
TEIL 6 – Forschungswerkstatt und Masterarbeit.....	51
MA 97 - Forschungswerkstatt	52
MA 99 Master-Abschluss	54

TEIL 1 – Studienverlaufspläne – Teilzeit / Vollzeit

TEIL 2 - Pflichtfächer

Modul: MA 33	Modultitel: Organisationsentwicklung und organisationales Lernen	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Susanne Blazejewski		
Qualifikationsstufe: Master	Studienhalbjahr: 2.	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 5	Arbeitsbelastung gesamt: 125 Stunden	davon Kontaktzeit: 24 Stunden
Teilnehmerzahl: max. 20, wenn mehr angebotene Optionen beachten.		davon Selbststudium: 101 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im FS	Teilnahmevoraussetzungen: MA 01 oder gleichwertige Vorkenntnisse	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studenten sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • einen Bedarf an Organisationsentwicklung zu erkennen, • Organisationsentwicklungsprozesse und ihre innere Dynamik zu verstehen, • Organisationsentwicklungsprozesse ins Leben zu rufen, ihren Anforderungen gerecht zu werden und sie zu begleiten, • verstehen Abläufe und Bedingungen des Lernens und können Formen des Lernens im Arbeitsalltag identifizieren, • können Lern- und Veränderungsprozesse im Unternehmen initiieren, unterstützen und begleiten sowie mit Widerständen umgehen • sind in der Lage, Lernergebnisse festzustellen und sichtbar zu machen, • können Innovationsprozesse im Unternehmen anregen, gestalten und begleiten. 	
Inhalte des Moduls:	<p>Lerninhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Veränderung – Wachstum – Entwicklung • Endogene und exogene Faktoren der Organisationsentwicklung • Phasenmodelle der Organisationsentwicklung • Organisationsentwicklung als offener (künstlerischer) Prozess • Strukturen, Prozeduren und neuralgische Punkte der Organisationsentwicklung • Grenzen der Organisationsentwicklung • Formelles, informelles und non-formales Lernen • Lernen in der Unternehmung – Lernen der Unternehmung. Ansätze und Konzepte • Lernen im Arbeitsalltag, arbeitsintegriertes Lernen, Formen des Lernens in der Arbeit • lernförderliche Organisationsgestaltung • Lern- und Innovationskulturen • Innovationsprozesse und –methoden <p>Organisationsentwicklung hat in der BWL eine doppelte Bedeutung: einerseits wird damit der emergente, sich ungesteuert vollziehende</p>	

	<p>Entwicklungsprozess einer Organisation im Zeitablauf gekennzeichnet, andererseits versteht man darunter geplant eingesetzte Interventionen, die die Entwicklung der Organisation in bestimmte Bahnen oder auf die Unternehmensziele hin lenken sollen. Das Modul betrachtet beide OE-Perspektiven gleichermaßen: Zunächst wird organisationaler Wandel – auch mit künstlerischen Methoden - als kontinuierlicher und systemisch notwendiger Entwicklungs- und Lernprozess in seinen unterschiedlichen Qualitäten erfasst. Zudem widmet sich die Veranstaltung der (kritischen) Analyse von gängigen und innovativen OE-Instrumentarien, die auch als Grundlage für Change Management Prozesse in der Praxis dienen können.</p> <p>Organisationale Lernprozesse sind eine wichtige Voraussetzung für die Entwicklung von Unternehmen. Die Veranstaltung klärt zunächst die Unterschiede zwischen individuellen und organisationalen Lernprozessen. Im Weiteren steht die Gestaltung von Lernkulturen und lernfördernden Bedingungen im Unternehmen im Mittelpunkt der interaktiven Arbeit. Insbesondere arbeiten die Studierenden dabei heraus, wie die Innovationsbereitschaft und –fähigkeit in Unternehmen gestärkt werden kann. Die Veranstaltung geht vor allem darauf ein, wie die organisationalen Bedingungen im Sinne der ‚Ambidexterity‘ gestaltet sein müssen, um Innovation sowohl als ‚Exploitation‘ als auch als ‚Exploration‘ unterstützen zu können.</p>
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminaristische Vorlesung
Lernformen:	Beide Veranstaltungen sind als seminaristische Vorlesung angelegt, die Wissensvermittlung in Kurzvorträgen mit Referaten der Teilnehmer zur Literaturschließung und -vermittlung sowie interaktiven Gruppenarbeiten kombiniert. Die Gruppenarbeiten dienen vor allem dazu, mithilfe der Anwendung der erlernten Konzepte und Ansätze die Arbeitserfahrungen der Teilnehmer sowie Praxisfälle für die gemeinsame Diskussion zu erschließen. (Sozial-)Künstlerische Übungen ermöglichen die Vertiefung des theoretisch-konzeptionellen Inputs durch eigene Erfahrungen und Reflexion.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Wissenschaftliches Referat in der Veranstaltung „Organisationsentwicklung und Change Management“ oder in der Veranstaltung „Organisationales Lernen und Innovationsmanagement“
Verwendbarkeit des Moduls	Pflicht-Modul des Master-Studiengangs Betriebswirtschaftslehre
(Grundlagen-) Literatur:	Argyris, C. and D. A. Schön. 1992. On organizational learning, Blackwell Cambridge, MA. Antonacopoulou, E. and R. Chiva. 2007. "The social complexity of organizational learning: The dynamics of learning and organizing." Management Learning 38(3): 277-295.

	<p>Easterby-Smith, M., et al. 2000. "Organizational learning: Debates past, present and future." <i>Journal of Management Studies</i> 37(6): 783-796.</p> <p>Glasl, F., & Lievegoed, B. 2004. <i>Dynamische Unternehmensentwicklung</i>. Bern: Haupt.</p> <p>Hannan, Michael T.; Pólos, László and Carroll, Glenn R. 2003. The Fog of Change: Opacity and Asperity in Organizations. <i>Administrative Science Quarterly</i>. Vol. 48: 399-432. Extract: pp. 425-429.</p> <p>Hayes, J. 2010. <i>The Theory and Praxis of Change Management</i>. Houndmills/ Basingstoke: Palgrave.</p> <p>Høyrup, S., et al. 2012. <i>Employee-driven innovation: A new approach</i>, Palgrave Macmillan.</p> <p>Kotter, John P. and Cohen, Dan S. 2002. <i>The Heart of Change – Real-Life Stories of How People Change Their Organizations</i>. Boston: Harvard Business Review Press.</p> <p>March, J. G. (1991). "Exploration and exploitation in organizational learning." <i>Organization Science</i> 2(1): 71-87.</p> <p>Marek, D. 2010. <i>Unternehmensentwicklung verstehen und gestalten</i>. Wiesbaden, Gabler.</p> <p>Pedler, Mike/Burgoyne, John/Boydell, Tom: <i>Das lernende Unternehmen</i>, Frankfurt/M: Campus, 1994.</p> <p>Sattelberger, Thomas: <i>Die lernende Organisation</i>, Wiesbaden: Gabler, 1991.</p> <p>Schiersmann, Christiane/Thiel, Heinz-Ulrich: <i>Organisationsentwicklung. Prinzipien und Strategien von Veränderungsprozessen</i>, Wiesbaden: VS-Verlag, 2008.</p> <p>Senge, Peter M.: <i>Die fünfte Disziplin</i>, Stuttgart: Klett-Cotta, 1996.</p>
--	--

Modul: MA 34	Modultitel: Wirtschaft und Soziale Verantwortung	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Eva-Maria Walker		
Qualifikationsstufe: Master	Studienhalbjahr: 1.	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 5	Arbeitsbelastung gesamt: 125 Stunden	davon Kontaktzeit: 20 Stunden
		davon Selbststudium: 105 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im HS	Teilnahmevoraussetzungen: keine spezifischen	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • können ihre individuelle Haltung zum Verantwortungsprinzip zu entwickeln, • haben Einblick in die strategische Integration von sozialer Verantwortung in unternehmerische Konzepte • können das Problem eines sozial verantwortlichen Wirtschaftens in den makroökonomischen und den mikroökonomischen Kontext einordnen, • erkennen, inwieweit in wirtschaftstheoretischen Überlegungen dem Problem der Sozialen Verantwortung in der Marktwirtschaft Rechnung zu tragen versucht wird, • können die Konsequenzen aus ihren Erkenntnissen einschätzen und bewerten, • kennen den gegenwärtigen Forschungsstand sozialer Verantwortlichkeit unternehmerischen Handelns (CSR) sowie konkrete praktische Handhabungen in Unternehmen und können diese bewerten, • sind in der Lage, selbst alternative Ansätze zur Übernahme unternehmerischer sozialer Verantwortung zu entwickeln. 	
Inhalte des Moduls:	<p>Zentrale Lerninhalte dieses Seminars sind das Verantwortungsprinzip in der Marktwirtschaft und die Stellungnahmen aus verschiedenen Perspektiven sowie die Betrachtung von alternativen Wirtschaftskonzepten. Weiter wird es um Leitideen modernen Wirtschaftens und Orte (Individuum, Markt, Gesellschaft) wirtschaftsethischer Verantwortung gehen. Die Teilnehmer beschäftigen sich mit dem Verhältnis von Markt, Eigeninteressen und Moral, Geltendmachung moralischer Werte unter den Bedingungen gesellschaftlicher Wirklichkeit sowie assoziativen Wirtschaftens und Mitverantwortung. Beleuchtet werden sowohl Fragen der eigenen Spiritualität in Bezug auf das Thema Verantwortung als auch praktische Handhabungen zu Nachhaltiger Unternehmensführung. Es werden Strategien und Maßnahmen zu Corporate Social Responsibility (CSR) in ausgewählten Unternehmen vorgestellt, kritisch hinterfragt und bewertet.</p>	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminar	

Lernformen:	In Form pointierter Fallstudien werden praktische Handhabungen zu CSR in ausgewählten Unternehmen (u. a. von Partnerfirmen des Studienganges und aus den Unternehmen der Studierenden selbst) vorgestellt, (u.a. im Rahmen von Interviewgesprächen mit den Unternehmensvertretern) kritisch hinterfragt und bewertet. Ein die Veranstaltung abschließender Workshop ermöglicht den Studierenden das zuvor Erkannte zu einem eigenen Ansatz zur Übernahme sozialer Verantwortung in einem Teilbereich in ihren Unternehmen zu verdichten.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Das Modul schließt mit eigens erarbeiteter praktischer Fallstudienarbeit zum Thema Wirtschaft und Soziale Verantwortung mit Bezug zum persönlichen/beruflichen Tätigkeitsbereich ab.
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul des Master-Studiengangs Betriebswirtschaftslehre
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Bekman, Adriaan (2012): Begeisterung steckt an Über die Entwicklung von Menschen und Organisationen. Berlin: Alert-Verlag</p> <p>Bertelsmann Stiftung (2006): Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. Abrufbar unter: http://www.bertelsmann-stiftung.de/cps/rde/xbcr/bst/CSR_lay.pdf</p> <p>Buber, Martin (1983): Ich und Du. Heidelberg: Verlag Lambert Schneider GmbH</p> <p>Eisenstein, Charles (2013): Ökonomie der Verbundenheit. Berlin – München: Scorpio Verlag</p> <p>Franz, Jürgen H.(2014): Nachhaltigkeit, Menschlichkeit, Scheinheiligkeit. Philosophische Reflexionen über nachhaltige Themen. München: Oekom Verlag</p> <p>Heidbrink, Hirsch (Hg.) (2008): Verantwortung als Marktwirtschaftliches Prinzip. Zum Verhältnis von Moral und Ökonomie. Frankfurt/New York: Campus Verlag</p> <p>Helfrich, Sike (2012): Commons. Für eine neue Politik jenseits von Markt und Staat. In Silke Helfrich und Heinrich-Böll-Stiftung (Hg.) (2008): Commons. Bielefeld: Transcript Verlag. Abrufbar unter http://www.boell.de/de/content/commons-fuer-eine-neue-politik-jenseits-von-markt-und-staat.</p> <p>Hemel, Ulrich (2007): Wert und Werte. Ethik für Manager – Leitfaden für die Praxis. München: Carl Hanser Verlag</p> <p>Lang, M. und Mokrani, D. (Hg.) (2013): Beyond Development.</p>

	<p>Alternative Visions from Latin America. Quito: Funación Rosa Luxemburg. Abrufbar unter: http://www.rosalux.de/fileadmin/rls_uploads/pdfs/sonst_publicationen/BeyondDevelopment.pdf</p> <p>Pavan, Sukhdev (2013): Corporation 2020. Warum wir Wirtschaft neu denken müssen. München: oekom Verlag</p> <p>Priddat, Birger P. (2007): Moral als Indikator und Kontext von Ökonomie. In: Beschorner, Thomas und Kettner, Matthias und Nutzinger Hans G. und Panther, Stephan und Wieland, Josef (Hg.): Ethik und Ökonomie. Band 3. Marburg: Metropolis-Verlag.</p> <p>Rogall, Holger (Hg.) (2011): Jahrbuch Nachhaltige Ökonomie. ...im Brennpunkt: „Wachstum“. Marburg: Metropolis-Verlag.</p> <p>Rogall, Holger (Hg.) (2011): Grundlagen einer nachhaltigen Wirtschaftslehre. Volkswirtschaftslehre für Studierende des 21. Jahrhunderts. Marburg: Metropolis-Verlag.</p> <p>Senge, Peter M. (2011): Die notwendige Revolution. Wie Individuen und Organisationen zusammenarbeiten, um eine nachhaltige Welt zu schaffen. Heidelberg: Carl-Auer Verlag.</p> <p>Sprenger, Reinhard K. (2007): Das Prinzip Selbstverantwortung. Wege zur Motivation. Frankfurt/New York: Campus Verlag.</p> <p>Ullrich, Peter (2005): Zivilisierte Marktwirtschaft. Eine wirtschaftsethische Orientierung. Freiburg im Breisgau: Herder Verlag.</p> <p>Wilber, Ken (2010): Ganzheitlich handeln. Eine integrale Vision für Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Spiritualität. Freiamt: Arbor Verlag.</p> <p>Winistörfer, Herbert und Perrin, Irene und Teuscher, Peter und Forel, Alice (2012): Management der sozialen Verantwortung in Unternehmen: Leitfaden zur Umsetzung. München: Carl Hanser Verlag.</p>
--	---

Modul: MA 63	Modultitel: Marketingmanagement	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Dirk Battenfeld		
Qualifikationsstufe: Master	Studienhalbjahr: 3.	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 5	Arbeitsbelastung gesamt: 125 Stunden	davon Kontaktzeit: 25 Stunden
		davon Selbststudium: 100 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im HS	Teilnahmevoraussetzungen: MA 02 oder gleichwertige Vorkenntnisse	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Die Studierenden können integrierte, nach innen und außen gerichtete Kommunikations- und Marketingstrategien für Unternehmen und Organisationen entwerfen.	
Inhalte des Moduls:	Im Mittelpunkt stehen Methoden des Entwurfs von integrierten Kommunikationsstrategien und ihre operative Umsetzung mittels ausgewählter Marketing- und Kommunikationsinstrumente auf nationalen und internationalen Märkten. Als Lehrmaterial dienen ausgewählte wissenschaftliche Veröffentlichungen und Fallbeispiele z. B im Bereich des Nachhaltigkeitsmarketings oder der interkulturellen Kommunikation.	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminar	
Lernformen:	Seminaristischer Unterricht mit Gruppenarbeiten, Fallbeispielen und Erarbeitung einer Fallstudie.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Fallstudien	
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul stellt den Zusammenhang zwischen den nach innen gerichteten Maßnahmen bspw. der Organisationsentwicklung und Unternehmensführung und den nach außen gerichteten Kommunikationsmaßnahmen an nationale und internationale Absatzmärkte her.	
(Grundlagen-)Literatur:	<p>Backhaus, K./Büschken, J./Voeth, M. 2003: Internationales Marketing, 5., überarb. Aufl., Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 2003.</p> <p>Baumgarth: Markenpolitik, 3. Aufl., Wiesbaden 2008. Berndt, R./Hermanns, A.: Handbuch Marketing-Kommunikation: Strategien - Instrumente – Perspektiven, Gabler Verlag, 2012.</p> <p>Becker: Marketing Konzeption: Grundlagen des ziel-strategischen und</p>	

	<p>operativen Marketing-Managements, Verlag Vahlen 2009.</p> <p>Bruhn, M.: Unternehmens- und Marketingkommunikation: Handbuch für ein integriertes Kommunikationsmanagement, 3. Auflage, Verlag Vahlen, München 2014.</p> <p>Deresky, H. K. 2008: International Management: Managing Across Borders and Cultures, 6th edition, Prentice Hall.</p> <p>Esch (Hrsg.): Moderne Markenführung, 4. Aufl.</p> <p>Helsen, K./Kotabe, M. 2007: International Marketing Management, 4th edition, John Wiley & sons.</p> <p>Kotler/Bliemel: Marketing-Management. Analyse, Planung und Verwirklichung, München 2006.</p> <p>Kloss: Werbung, München 2003.</p> <p>Meffert/Burmann/Kirchgeorg: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Wiesbaden 2008.</p>
--	--

TEIL 3 - Wahlpflichtfächer

Modul: MA 01	Modultitel: Unternehmensführung	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Gregor Krämer		
Qualifikationsstufe: Master	Studienhalbjahr: 1.	Modulart: Pflichtmodul für Nicht-Betriebswirte, Wahlpflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 5	Arbeitsbelastung gesamt: 125 Stunden	davon Kontaktzeit: 25 Stunden
		davon Selbststudium: 100 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im HS	Teilnahmevoraussetzungen: keine spezifischen	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • haben Kenntnis des aktuellen wissenschaftlichen und gesellschaftlichen Diskurses der Unternehmensführung und können die von ihnen erfahrene Unternehmenspraxis in diesem Kontext einordnen, diskutieren und bewerten; • erkennen die Relevanz einer ganzheitlichen Betrachtung eines Unternehmens und dessen Führung im institutionellen wie im funktionalen Sinne; • wissen um die Illusion der Machbarkeit und sind vor dem Hintergrund ihrer Berufstätigkeit zur Reflexion des erworbenen Wissenstandes sowie neuer Ansätze zum Thema befähigt; • verstehen die Führung eines Unternehmens als eine strategische Aufgabe mit einer Binnen- und einer Außenperspektive sowie einer politischen Dimension; sie begreifen die Bedeutung von Kompromissen und Zielkonflikten im unternehmerischen Alltag sowie die Notwendigkeit von Managementsystemen zur Professionalisierung; • verfügen über die Fähigkeit zur eigenständigen Erweiterung und Vertiefung des Themas; • besitzen die Werkzeuge zur Aufbereitung und Bewertung von quantitativen, deskriptiven und normativen Entscheidungssituation im Unternehmensalltag; • wissen die (Eigen-)Dynamik von Entscheidungsprozessen zu verstehen und zu nutzen; • kennen die entscheidungstheoretischen Grundlagen und sind in der Lage, konstitutive Unternehmensentscheidungen unter Verwendung von Entscheidungsmodellen zu treffen; • sind sich der Tragweite einer Entscheidungssituation für das Unternehmen bewusst. 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • In diesem Modul werden die grundständigen Inhalte der Unternehmensführung (Planung und Kontrolle, Organisation, Personal- und Informationsmanagement sowie strategische Ausrichtung, Normen und Werte eines Unternehmens) vermittelt, um auf dieser Basis Best Practice-Beispiele zu durchdringen. Es wird auf die Erkenntnis hingearbeitet, dass es zwangsläufig einen strategischen Gap zwischen Vision und operativem Tagesgeschäft geben muss, um anhand der Praxis 	

	<p>zu reflektieren, wie damit umgegangen werden kann.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mit dem Wissen über die Relevanz von strategischen Entscheidungsprozessen für die Unternehmensführung über den Unternehmensalltag hinaus, werden – insbesondere vor dem Hintergrund konstitutiver unternehmerischer Rahmenbedingungen – Möglichkeiten erarbeitet, schwierige Situationen darzustellen und Entscheidungsprozesse voranzutreiben. Dazu werden Entscheidungssituationen vollständig beschrieben, eine strukturierte Vorgehensweise zum Aufbau eines Entscheidungssystems vorgestellt und diskutiert und Hilfestellungen zur Auswahl der am besten geeigneten Handlungsalternative geboten. • Neben dem klassischen Projektmanagement werden Softskills zur Entscheidungsfindung gelehrt.
Art der Lehrveranstaltung(en):	<p>Seminaristische Vorlesung</p> <p>Die Vorlesung vermittelt theoretisches Wissen, das durch integrierte Fallstudienarbeit gefestigt, verknüpft und angewandt wird.</p>
Lernformen:	<p>Seminaristischer Unterricht zur Vermittlung der Grundlagen mit Rückkopplung zum beruflichen Alltag der Studierenden; Fallstudienarbeit in Seminarform; Diskussion im Plenum; Selbststudium.</p>
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	<p>schriftliche Klausur (60 Minuten)</p>
Verwendbarkeit des Moduls	<p>spezifisches Modul des Master-Studiengangs Betriebswirtschaftslehre; Voraussetzung für BWL MA 33 (Organisationsentwicklung und organisationales Lernen)</p>
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Adam, Dietrich: Planung und Entscheidung. 4. Auflage, Wiesbaden: Gabler, 1997.</p> <p>Burschel, Carlo/Losen, Dirk/Wiendl, Andreas: Betriebswirtschaftslehre der Nachhaltigen Unternehmung. München: Oldenbourg, 2004.</p> <p>Dillerup, Ralf/Stoi, Roman: Praxis der Unternehmensführung. Fallstudien und Firmenbeispiele. München: Vahlen, 2008.</p> <p>Dillerup, Ralf/Stoi, Roman: Unternehmensführung. 2. Auflage, München: Vahlen, 2008.</p> <p>Hopfenbeck, Waldemar: Allgemeine Betriebswirtschafts- und Managementlehre. Das Unternehmen im Spannungsfeld zwischen ökonomischen, sozialen und ökologischen Interessen. 14. Auflage, Landsberg: Moderne Industrie, 2002.</p>

	<p>Kirsch, Werner/Seidl, David/Aaken, Dominik van: Unternehmensführung. Eine evolutionäre Perspektive. Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2009.</p> <p>Klein, Robert/Scholl, Armin: Planung und Entscheidung - Konzepte, Modelle und Methoden einer modernen betriebswirtschaftlichen Entscheidungsanalyse, München: Vahlen, 2004.</p> <p>Laux, Helmut: Entscheidungstheorie. 7. Auflage, Berlin: Springer, 2007.</p> <p>Macharzina, Klaus/Wolf, Joachim: Unternehmensführung. Das internationale Managementwissen. Konzepte – Methoden – Praxis. 6. Auflage, Wiesbaden: Gabler, 2008.</p> <p>Schierenbeck, Henner/Wöhle, Claudia: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre. 18. Aufl., München: Oldenbourg, 2015.</p> <p>Wöhe, Günter: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 25. Aufl., München: Vahlen, 2013.</p>
--	---

Modul: MA 02	Modultitel: Unternehmensplanung und -analyse	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Lars Petersen		
Qualifikationsstufe: Master	Studienhalbjahr: 2.	Modulart: Pflichtmodul für Nicht-Betriebswirte, Wahlpflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 5	Arbeitsbelastung gesamt: 125 Stunden	davon Kontaktzeit: 25 Stunden
		davon Selbststudium: 100 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im FS	Teilnahmevoraussetzungen: keine spezifischen	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen wesentliche Instrumente des betrieblichen Rechnungswesens und sind in der Lage, diese zu interpretieren und im Hinblick auf ihre performative Wirkung zu bewerten; • kennen quantitative Methoden zur Fundierung betrieblicher Entscheidungen und können diese selbstständig anwenden; • wissen um die Bedeutung und um die Grenzen quantitativer Entscheidungsmethoden und können deren Einsatz kritisch reflektieren; • kennen die Grundelemente, wesentliche Annahmen und Kernaussagen mikroökonomischer Modelle und können diese kritisch reflektieren. 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Quantitative Modelle in der Wirtschaftswissenschaft • Externes und internes Rechnungswesen • Kosten- und Erlösrechnung • Deckungsbeitragsrechnung, Prozesskostenrechnung • Investitionsrechnung und Unternehmensfinanzierung • Grundmodelle der Mikroökonomie • Theorie des Haushalts und der Unternehmung 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	<p>Seminaristische Vorlesung</p> <p>Die Vorlesung vermittelt theoretisches Wissen, das durch integrierte Fallstudienarbeit gefestigt, verknüpft und angewandt wird.</p>	
Lernformen:	Seminaristischer Unterricht, fallstudienbasierte Partner- und Gruppenarbeit, Diskussion im Plenum	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	schriftliche Klausur (60 Minuten)	

Verwendbarkeit des Moduls	spezifisches Modul des Master-Studiengangs Betriebswirtschaftslehre; Voraussetzung für BWL MA 63 (Marketing-Management)
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Baye, Michael R. (2013): Managerial Economics and Business Strategy, 8. Auflage, London u.a.: MacGraw-Hill.</p> <p>Bieg, Hartmut/Kußmaul, Heinz/Waschbusch, Gerd: Externes Rechnungswesen. 6. Aufl., München 2012.</p> <p>Ewert, R./Wagenhofer, A. (2008): Interne Unternehmensrechnung, 7. Aufl., Berlin u. a.: Springer.</p> <p>Hölscher, Reinhold: Investition, Finanzierung und Steuern. München 2010.</p> <p>Kilger, W./Pampel, J./Vikas, K. (2007): Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung, 12. Aufl., Wiesbaden: Gabler.</p> <p>Kruschwitz, Lutz/Husmann, Sven: Finanzierung und Investition. 6. Aufl., München 2010.</p> <p>Schweitzer, M./Küpper, H.-U. (2011): Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, 10. Aufl., München: Vahlen.</p> <p>Pindyck, R. S./Rubinfeld, D. L. (2013): Mikroökonomie, 8. Aufl., München u.a.: Pearson.</p> <p>Wöhe, Günter/Kußmaul, Heinz: Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik. 8. Aufl., München 2012.</p>

Modul: MA 31	Modultitel: Sustainable Entrepreneurship for PO and NPO	
Modulverantwortlicher: Jun.-Prof. Dr. Stephan Hankammer		
Qualifikationsstufe: Master	Studienhalbjahr: 2.	Modulart: Wahlpflichtmodul
Leistungspunkte / (Credits): 5	Arbeitsbelastung gesamt: 125 Stunden	davon Kontaktzeit: 35 Stunden
		davon Selbststudium: 90 Stunden
Dauer und Häufigkeit: jährlich im FS	Teilnahmevoraussetzungen: Studierenden ohne wirtschaftswissenschaftlichen Studienabschluss wird empfohlen vor Teilnahme an diesem Modul die Module MA 01 und MA 02 zu belegen.	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden lernen die Grundzüge des Managements von Unternehmensgründungen kennen und werden befähigt, diese anzuwenden. Zudem sind die Studierenden in der Lage Beispiele und Besonderheiten von Sustainable Entrepreneurship und verwandten Konzepten zu benennen und Aspekte des Sustainable Entrepreneurship auf eigene Gründungsvorhaben zu übertragen.</p> <p>Die Studierenden verstehen unternehmerisches Handeln als „Aufgreifen und Verwandeln“ (G. Werner) gesellschaftlicher Gegebenheiten und Unternehmertum als „innere Geisteshaltung“. Sie sind in der Lage, Entscheidungsprozesse in Unternehmen phasen- und kontextabhängig zu gestalten und zu führen. Darüber hinaus verstehen die Studierenden die Struktur und Funktionsweise von Unternehmen als soziale Organismen mit voneinander abhängigen Gliedern, ineinandergreifenden Lebensprozessen und aufeinander folgenden Lebensphasen und können auf dieser Grundlage situationsgerecht auf die Unternehmensentwicklung einwirken.</p> <p>Die Studierenden,</p> <ul style="list-style-type: none"> • wissen, worin sich das Management einer NfPO im Grundsatz von der Führung eines „klassischen“ Unternehmens unterscheidet, • wissen, welche Managementlehren für eine geschäftsorientierte Unternehmensführung für eine Übertragung auf NfPOs geeignet sind und welche nicht, • können aufzeigen, wie in einer NfPO die Bereiche Organisation (Strukturen und Prozesse), Steuerung (Planung und Kontrolle) sowie Willensbildung und Entscheidungsfindung gestaltet sein müssen, um erfolgreich am Markt zu bestehen, • beherrschen praktische Handhabungen, die es ihnen ermöglichen, selbst (haupt- oder ehrenamtlich) in einer NfPO tätig werden zu können. 	

<p>Inhalte des Moduls:</p>	<p>Sustainable Entrepreneurship</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entrepreneurship, Sustainable Entrepreneurship & verwandte Konzepte • Nachhaltigkeitswirkung & Marktwirkung von Entrepreneurship • Geschäftsideen, Geschäftspläne & Geschäftsmodelle • Gründungsmanagement (Finanzierung & Rechtsform) • Arbeit und Einkommen in der postindustriellen Gesellschaft • Phasen von Entscheidungsprozessen • Der Unternehmensorganismus und seine vier Glieder • Die sieben Lebensprozesse des Unternehmens / die Entwicklungsphasen des Unternehmens • Die zwölf Ämter der Unternehmensführung <p>Entrepreneurship for NPO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung und Perspektiven des Dritten Sektors – zukünftige Marktsegmente für NPO • Die Behauptung von NPO im Spannungsfeld zwischen Markt und Staat • Ziel- und aufgabenorientierte Rechtsformen im Gemeinnützigkeitsbereich • Optimiertes System-, Marketing- und Ressourcenmanagement für eine erfolgreiche NPO • Problem- und lösungsorientierte Zusammenarbeit zwischen hauptamtlich und ehrenamtlich Tätigen in einer NPO
<p>Art der Lehrveranstaltung(en):</p>	<p>Die Veranstaltung „Sustainable Entrepreneurship“ ist als Vorlesung mit Elementen klassischer Wissensvermittlung, interaktiver Einbeziehung der Studierenden und Anwendung der akademischen Inhalte in Form von Fallstudienarbeit konzipiert. In Gruppenarbeit erarbeiten die Studierenden zudem die Grundlagen (Geschäftsideen und Geschäftsmodelle) für eigene Gründungsideen.</p> <p>In der Veranstaltung „Entrepreneurship for NPO“ werden mittels Fallstudien zunächst Ziele, Strategien und Strukturen erfolgreicher wie auch gescheiterter NPOs analysiert, reflektiert und problematisiert. In Form von fallspezifischen Gruppenarbeiten werden die Ergebnisse präsentiert und mit Kommilitonen, dem Dozenten und externen Experten bewertet. Auf der Grundlage dieser Erkenntnisse werden für ein konkretes praktisches Problem die Gründungsbedingungen einer NPO in Form eines Workshops mit erfahrenen Beteiligten aus bestehenden NPOs erarbeitet, präsentiert und anschließend hinsichtlich ihrer Praktikabilität bewertet.</p>
<p>Lernformen:</p>	<p>Vorlesung, Fallstudienarbeit, Gruppenarbeit</p>
<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und</p>	<p>Fallstudienarbeit</p>

Dauer der Prüfung):	
Verwendbarkeit des Moduls	Modul der Spezialisierung Nachhaltiges Wirtschaften des Master-Studiengangs Betriebswirtschaftslehre
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Badelt, Christoph/Michael Meyer/Ruth Simsa (Hrsg.): Handbuch der Nonprofit Organisation. Strukturen und Management, Stuttgart: Schäffer-Poeschel 2007</p> <p>Birkhölzer, Karl/Ansgar Klein/Eckhardt Priller/Annette Zimmer (Hrsg.): Dritter Sektor/Drittes System. Theorie, Funktionswandel und zivilgesellschaftliche Perspektiven, VS: Wiesbaden 2005</p> <p>Bygrave, W.; Zacharakis, A. (Hg.) (2011): Entrepreneurship. Hoboken, N.J: Wiley.</p> <p>Particularly: Whitman, J. (2011): Social Entrepreneurship: An Overview. In: W. Bygrave und A. Zacharakis (Hg.): Entrepreneurship. Hoboken, N.J: Wiley, S. 563–582.</p> <p>Fröse, Marlies W. (Hrsg.): Management Sozialer Organisationen. Beiträge aus Forschung und Praxis – Das Darmstädter Management-Modell, Haupt: Bern/Stuttgart/Wien 2005</p> <p>Helmig, Bernd/Robert Purtschert (Hrsg.): Nonprofit-Management – Beispiel für Best-Practices im Dritten Sektor, Gabler: Wiesbaden 2006</p> <p>Helmig, Bernd/Robert Purtschert/Reinbert Schauer, Dieter Witt (Hrsg.): Nonprofit-Organisationen und Märkte. 7. Internat. Colloquium der NPO-Forscher im März 2006 an der Universität Freiburg/Schweiz, DUV: Wiesbaden 2007</p> <p>Schaltegger, S. (2010): Unternehmerische Nachhaltigkeit als Treiber von Unternehmenserfolg und Strukturwandel, in: Wirtschaftspolitische Blätter, 57. Jg., Nr. 4, 495-503.</p> <p>Schaltegger, S.; Wagner, M. (2011): Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: categories and interactions. In: Bus. Strat. Env. 20 (4), S. 222–237.</p> <p>Schwarz, Peter: Organisation in Nonprofit-Organisationen. Grundlagen, Strukturen, Haupt: Bern/Stuttgart/Wien 2005</p> <p>Schwarz, Peter/Robert Purtschert/Carles Giroud/Reinbert Schauer: Das Freiburger Management-Modell für Nonprofit-Organisationen, 6. Auflage, Haupt: Bern/Stuttgart/Wien 2009</p> <p>Volkman, C.K.; Tokarski, K.O.; Ernst, K. (2012): Social entrepreneurship and social business. An introduction and discussion with case studies. Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Werner, G. W. (2008): Skript zur Veranstaltung Entrepreneurship I, Karlsruhe.</p> <p>Werner, G. W. (2008): Skript zur Veranstaltung Entrepreneurship II, Karlsruhe.</p> <p>Werner, G. W. (2013): Womit ich nie gerechnet habe. Berlin: Econ.</p>

Modul: MA 35	Modultitel: Leadership and Coaching	
Modulverantwortlicher: Angela Kühn		
Qualifikationsstufe: Master	Studienhalbjahr: 3.	Modulart: Wahlpflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 5	Arbeitsbelastung gesamt: 125 Stunden	davon Kontaktzeit: 24 Stunden
		davon Selbststudium: 101 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im HS	Teilnahmevoraussetzungen: keine spezifischen	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • verstehen Führung als Funktion der Zusammenarbeit und als strategischen Unternehmensprozess, • durchschauen Macht in ihrer Ambivalenz und können mit ihr wertorientiert umgehen, • verstehen moderne Führungskonzepte und können diese umzusetzen, • sind in der Lage, ihren persönlichen Führungsstil zu analysieren und gezielt zu wechseln, • reflektieren Führung aus der Perspektive der Geführten, • sind in der Lage, Entscheidungen zu kommunizieren und Mitarbeiter zu motivieren, • sind fähig, Feedback als wichtigen Bestandteil der Entwicklung von Führungskompetenz zu erhalten und zu geben, • erkennen Coaching als Instrument der Entwicklung und Unterstützung von Führungskräften und können dieses gezielt einsetzen, • verstehen die Anforderungen an einen Coachingprozess und können diese bei der Durchführung berücksichtigen, • sind in der Lage, Mitarbeiter für Coachings zu gewinnen, Coaches auszuwählen und zu beauftragen. 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Die Funktionen der Führung in der Organisation • Phänomene der institutionellen und persönlichen Macht und des wertorientierten Umgangs mit Macht • Führung und Herrschaft • Ebenen und Aufgaben der Führung im Unternehmen • Motivation von Mitarbeitern • Moderne Führungskonzeptionen wie MbO, Situative Führung, Führung als Dienstleistung, Vorgesetzte als Coach ihrer Mitarbeiter, Dialogische Führung u.ä. • Individuelle Führungsstile und Führungsverhalten • Feedback • Führungsinstrumente (Projekte, Mitarbeitergespräche usw.) • Führungskonflikte 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Führungskräfteentwicklung • Coaching als Form der individuellen Begleitung und Unterstützung von Führungskräften • Coaching, Supervision, Intervention • Coaching und Beratung • Erfolgsfaktoren, Rahmenbedingungen und Grenzen von Coaching • Der Coachingprozess • Coaching als Kunst • Persönlichkeitsentwicklung im Coaching • Der Coach • Coaching als Instrument der Unternehmensentwicklung
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminar
Lernformen:	<p>Die Lehrveranstaltung „Leadership“ beginnt mit einem kunstpädagogischen Einstieg in die Thematik der Führung, gefolgt von einer Reflexion der Erfahrungen und einer Vermittlung theoretischer Inhalte. Relevante Literatur wird durch die Studierenden in Gruppenarbeit erschlossen und vorgetragen. Mittels künstlerischer Übungen und Rollenspielen werden verschiedene Phänomene von Macht und Führung erarbeitet und ein Erkennen des eigenen Führungsstils bzw. -verhaltens ermöglicht. Erfahrungen im Rahmen dieser Übungen sowie der eigenen Berufspraxis werden im Gespräch reflektiert.</p> <p>Im Rahmen der Veranstaltung „Coaching“ erhalten die Studierenden ein exemplarisches Coaching durch einen Fachmann. Die Studierenden üben durch gegenseitiges Coaching Techniken und Ansätze des Coachings sowie zur non-direktiven Beratung. Ergebnisse werden unter Moderation des Dozenten diskutiert und reflektiert.</p>
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Portfolio zur Coachingerfahrung
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul im Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre (M. A.) im Schwerpunkt Leadership.
(Grundlagen-)Literatur:	<p>Bennis, Warren/Nanus, Burt: Führungskräfte, Frankfurt/M: Campus, 1990.</p> <p>Blanchard, Kenneth/Carew, Donald/Parisi-Carew, Eunice: Der Minutenmanager schult Hochleistungsteams, Reinbek: Rowohlt, 1992.</p> <p>Daft, R. L. (2005). The Leadership Experience. Mason, Ohio, Thomson.</p> <p>Dietz, Karl-Martin: Dialog. Die Kunst der Zusammenarbeit, Heidelberg: menon, 1998.</p> <p>Fallner, Heinrich/Pohl, Michael: Coaching mit System, Opladen: Leske und Budrich, 2001.</p> <p>Machiavelli, Niccolo: Der Fürst, Frankfurt/M: Insel, 2007.</p> <p>March, J. G. and T. Weil (2005). On Leadership. Oxford, Blackwell.</p> <p>Sprenger, Reinhard K.: Das Prinzip Selbstverantwortung, Frankfurt: Campus, 1997.</p>

	<p>Sprenger, Reinhard K.: Vertrauen führt, Frankfurt/M: Campus, 2002.</p> <p>Vogelauer, Werner (Hrsg.): CoachingPraxis, Neuwied: Luchterhand, 2000</p> <p>Wunderer, R. (2011). Führung und Zusammenarbeit. Köln, Luchterhand.</p> <p>Yukl, G. (2010). Leadership in Organizations. Upper Saddle River, NJ, Pearson.</p>
--	---

Modul: MA 36	Modultitel: Leitbild & Kommunikation	
Modulverantwortlicher: Angela Kühn		
Qualifikationsstufe: Master	Studienhalbjahr: 4.	Modulart: Wahlpflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 5	Arbeitsbelastung gesamt: 125 Stunden	davon Kontaktzeit: 30 Stunden
		davon Selbststudium: 95 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im FS	Teilnahmevoraussetzungen: keine spezifischen	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • verschiedene Ansätze zur Leitbildentwicklung gegeneinander abzuwägen, • leitbildorientiert zu handeln und zu führen, • Leitbildprozesse in Gang zu setzen und zu gestalten, • Leitbilder in Unternehmensstrategien zu übersetzen, • ein Leitbild selbst zu verfassen, • Grundlagen der Integrierten Kommunikation funktional und anwendungsorientiert einzusetzen, • Public Relations Instrumente anzuwenden, • Kommunikationstheorien zur Analyse von Kommunikationsphänomenen zu nutzen, • Kommunikationsstörungen und Konflikte zu diagnostizieren, Lösungen zu finden und umzusetzen, • Kommunikationsprozesse und ihre innere Dynamik zu verstehen und sie zu begleiten, • Gesprächsgruppen zielgerichtet zu moderieren, • externe Kommunikations-Berater auszuwählen und mit ihnen zusammenzuarbeiten. 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Leitbilder und ihre Funktion für die Organisation • Leitbilder und Unternehmensstrategien • Verschiedene Wege der Leitbildentwicklung • Erkenntnisfragen der Leitbildarbeit • Exemplarische Entwicklung eines Leitbilds • Zusammenhang zwischen Leitbild und Marketing • Konzepte der Organisationskommunikation • Kommunikationsplanungsprozessen und gängige Kommunikationsmaßnahmen • Situations- und Zielgruppenanalyse • Das Briefing in der Kommunikation • Medienmitteilung und Medienkonferenz • Das Interview • Der Weg von Leitbild und Kommunikationskonzept • Grundhaltungen des Kommunizierens, Frage- und Kommunikationstechniken, nonverbale Kommunikation 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Störungen in der Kommunikation • Gesprächsmoderation
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminar
Lernformen:	<p>Im Rahmen der Veranstaltung „Leitbildarbeit“ werden die Studierenden im Sinne einer Praxisforschung an reale Fallbeispiele herangeführt: Sie analysieren Unternehmensleitbilder, erkunden Leitbildprozesse und Leitbildfunktionen in Unternehmen. Anschließend üben die Studierenden aktiv Leitbildprozesse ein, unterstützt durch kunstpraktische Übungen. Die Thematik wird durch klassische Wissensvermittlung sowie Literaturstudium vertieft. Abschließend geht es darum, ein konkretes Leitbild für eine Organisation selbst zu erarbeiten.</p> <p>Im Veranstaltungsteil „Kommunikation“ werden Kommunikationssituationen zunächst anhand von Fallbeispielen verdeutlicht. Die Studierenden werden sensibilisiert für unterschiedliche Formen und Ebenen der verbalen und nonverbalen Kommunikation und schärfen ihre Wahrnehmung für offene und unterschwellige Kommunikationsformen. Im Rahmen der Betrachtung kommunikationswissenschaftlicher Theorien werden eigene Erfahrungen der Studierenden im Gespräch reflektiert und erfolgt der Transfer in den beruflichen Kontext</p>
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Portfolio der praktischen Lernerfahrungen.
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul im Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre (M. A.) im Schwerpunkt Leadership
(Grundlagen-)Literatur:	<p>Ahrens, Rupert/ Scherer, Helmut/Zerfaß, Ansgar (Hrsg.): Integriertes Kommunikationsmanagement. Ein Handbuch für Öffentlichkeitsarbeit, Marketing, Personal- und Organisationsentwicklung, Frankfurt: FAZ, 1995</p> <p>Bentele, Günter: Handbuch der Public Relations: Wissenschaftliche Grundlagen und Berufliches Handeln, Wiesbaden: VS, 2008</p> <p>Böning, Uwe: Moderieren mit System, Wiesbaden: Gabler, 1991</p> <p>Bruhn, Manfred, Integrierte Unternehmenskommunikation</p> <p>Bruhn, Manfred/Esch, Franz Rudolf/Langer, Tobias, Sie hören eine Probe der Audible-Audioausgabe. Handbuch Kommunikation: Grundlagen - Innovative Ansätze - Praktische Umsetzungen, Wiesbaden: Gabler, 2008</p> <p>Buber, Martin: Ich und Du. Heidelberg: Lambert Schneider, 1983.</p> <p>Fromm, Erich: Von der Kunst des Zuhörens, München: Heyne, 1991</p> <p>Glasl, Fritz/Lievegoed, Bernard: Dynamische Unternehmensentwicklung, Bern u. Stuttgart: Haupt, 1993.</p> <p>Glasl, Friedrich/Kalcher, Trude/Piber, Hannes (Hrsg.), Professionelle Prozessberatung. Das Trigon-Modell der sieben OE-Basisprozesse, Bern u. Stuttgart: Haupt, 2014 (3. Auflg.)</p> <p>Graf, Pedro/Spengler, Maria: Leitbild- und Konzeptentwicklung,</p>

	<p>Augsburg: Ziel, 2008.</p> <p>Habermas, Jürgen, Theorie des kommunikativen Handelns, 2 Bände, Frankfurt/M: 1997</p> <p>Hartkemeyer, Martina/Hartkemeyer, Johannes F./Dhority, L. Freeman, Miteinander Denken. Das Geheimnis des Dialogs, Stuttgart: Klett-Cotta: 1998</p> <p>Hasper, Willem/Glasl, Fritz: Von kooperativer Marktstrategie zur Unternehmensentwicklung, Bern und Stuttgart: Haupt, 1988.</p> <p>Hömberg, Walter / Burkart, Roland: Kommunikationstheorien: Ein Textbuch zur Einführung, Düsseldorf: Braumüller, 2007</p> <p>Koolmann, Steffen, Leitbilder der Technikentwicklung. Das Beispiel des Automobils, Frankfurt/New York: Campus 1992</p> <p>Mintzberg, Henry: Mintzberg über Management, Wiesbaden: Gabler, 1991.</p> <p>Rogers, Carl R.: Entwicklung der Persönlichkeit, Stuttgart: Klett-Cotta, 2006</p> <p>Schulz v. Thun, Friedemann: Miteinander reden, Reinbek: Rowohlt, 1994</p> <p>Seifert, Josef W.: Visualisieren. Präsentieren. Moderieren, Offenbach: Gabal, 2007</p> <p>Watzlawick, Paul/Beavin, Janet H./Jackson, Don D.: Menschliche Kommunikation, Bern: Huber, 1971.</p> <p>Zerfaß, Ansagr/Piwinger, Manfred: Handbuch Unternehmenskommunikation: Strategie - Management – Wertschöpfung, Wiesbaden: Springer/Gabler 2014</p>
--	---

Modul: MA 38	Modultitel: Sustainability Management	
Modulverantwortlicher: Jun.-Prof. Dr. Stephan Hankammer		
Qualifikationsstufe: Master	Studienhalbjahr: 1.	Modulart: Wahlpflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 5	Arbeitsbelastung gesamt: 125 Stunden	davon Kontaktzeit: 25 Stunden
		davon Selbststudium: 100 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im HS	Teilnahmevoraussetzungen: Nicht-Betriebswirten wird empfohlen, vor Teilnahme an dem Modul Sustainability die Module MA 01 und MA 02 zu belegen	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • können das Konzept der Nachhaltigkeit und seine spezifische Bedeutung für die Wirtschaftswissenschaften wissenschaftlich fundiert erklären. • kennen die wesentlichen Standards und Normen des Nachhaltigkeitsmanagements. • verfügen über anwendungsorientiertes Wissen zu Methoden des unternehmerischen Nachhaltigkeitsmanagements. • lernen die Praxis des Nachhaltigkeitsmanagements in Unternehmen zu bewerten. • verfügen über die Fähigkeit zur eigenständigen Vertiefung des Themas. • sind vor dem Hintergrund ihrer Berufstätigkeit zur Reflexion des erworbenen Wissenstandes sowie neuer Ansätze zum Thema befähigt. 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Das Konzept der Nachhaltigkeit und seine Geschichte • Ethische Grundlagen unternehmerischer Nachhaltigkeit • Standards & Normen des Nachhaltigkeitsmanagements • Nachhaltigkeit und Strategie • Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagementsysteme • Ökobilanzierung • Nachhaltigkeitsberichterstattung • Managementmethoden für Nachhaltigkeit • Theorien des Nachhaltigkeitsmanagements 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminar	

Lernformen:	Die Veranstaltung ist als Vorlesung mit Elementen klassischer Wissensvermittlung, interaktiver Einbeziehung der Studierenden und Anwendung der akademischen Inhalte in Form von Gruppenarbeit konzipiert.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Wissenschaftliches Referat und Klausur
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul im Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre (M. A.) im Schwerpunkt „Nachhaltiges Wirtschaften“
(Grundlagen-)Literatur:	<p>Baumast, A.; Pape, J. (Hg.) (2013): Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement. Stuttgart: UTB.</p> <p>Hörisch, J.; Freeman, R. E.; Schaltegger, S. (2014): Applying Stakeholder Theory in Sustainability Management: Links, Similarities, Dissimilarities, and a Conceptual Framework. In: Organization & Environment 27 (4), S. 328–346.</p> <p>Schaltegger, S. (2010): Unternehmerische Nachhaltigkeit als Treiber von Unternehmenserfolg und Strukturwandel. Wirtschaftspolitische Blätter (4), S. 495–503.</p> <p>Schaltegger, S.; Herzig, C.; Kleiber, O.; Klinke, T.; Müller, J. (2007): Nachhaltigkeitsmanagement in Unternehmen. Von der Idee zur Praxis: Managementansätze zur Umsetzung von Corporate Social Responsibility und Corporate Sustainability. Lüneburg: BMU/BDI/CSM.</p>

Modul: MA 41	Modultitel: Money and Society	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Gregor Krämer		
Qualifikationsstufe: Master	Studienhalbjahr: 1./3.	Modulart: Wahlpflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 5	Arbeitsbelastung gesamt: 125 Stunden	davon Kontaktzeit: 40 Stunden
		davon Selbststudium: 85 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im HS	Teilnahmevoraussetzungen: keine MA 01 und MA 02 oder gleichwertige Vorkenntnisse	Sprache: englisch/deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die wesentlichen aktuellen Entwicklungen des Bank- und Finanzwesens und können diese kritisch reflektieren, • verstehen und reflektieren die Wechselwirkungen des Bank- und Finanzwesens mit der Gesellschaft auf wirtschaftlicher, ökologischer, sozialer und kultureller Ebene und können dabei selbständig neue Zusammenhänge erkennen, • können ihre eigene Rolle (auf individueller und auf Unternehmensebene) in Bezug auf die aktuelle Entwicklung des Bank- und Finanzwesens reflektieren, • können das Wesen und die Funktion des Geldes, der Banken und der anderen Akteure des Finanzwesens phänomenologisch beobachten und beschreiben, kritisch reflektieren, aus der Sicht unterschiedlicher wissenschaftlicher Disziplinen beleuchten und selbständig neue Zusammenhänge erkennen, • können ihre eigene Beziehung zum Geld beobachten, kritisch reflektieren und daraus selbständig Schlüsse in Bezug auf ihr privates Verhalten und ihre berufliche Tätigkeit ziehen. • kennen die philosophischen, ethischen, religiösen bzw. politischen Ursprünge des sozial verantwortlichen Bank- und Finanzwesens und können diese in Beziehung zu unterschiedlichen Theorieansätzen bringen, • können sich ihre Werte (auf individueller und auf Unternehmensebene) bewusst machen, diese reflektieren und im Dialog fundiert vertreten, • kennen und reflektieren die Gemeinsamkeiten und Unterschiede der verschiedenen Ansätze, Formen bzw. Akteure des sozial verantwortlichen Bank- und Finanzwesens und können selbständig dazu Position beziehen, • kennen innovative Entwicklungen und Instrumente sowie die unterschiedlichen Netzwerke bzw. Stakeholder im Bereich des sozial verantwortlichen Bank- und Finanzwesens, • sind hinsichtlich der genannten Fragestellungen des Geld-, Bank- und Finanzwesens in ihrem beruflichen Umfeld und in der Öffentlichkeit dialogfähig und können ihre eigene Position fundiert vertreten. 	

Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Überblick über die aktuellen Entwicklungen im Bank- und Finanzwesen, • die Rollen der unterschiedlichen Akteure des Bank- und Finanzwesens im Hinblick auf die Verursachung oder Verhinderung von Finanz- und Verschuldungskrisen, • Zusammenhang zwischen Real- und Finanzwirtschaft, • die Rolle des Bank- und Finanzwesens für die Disparität in der Verteilung des Wohlstandes, • Wesen und Funktion des Geldes sowie des Bank- und Finanzwesens, • die Geschichte des Bank- und Finanzwesens, • der Prozess der Geldschöpfung, • regionale, nationale und globale Währungen, • Funktionen und Wirkungszusammenhänge von Zins und Zinseszins, • das Finanzwesen im Spannungsfeld von Beziehung und Transaktion, • Geld und menschliche Beziehungen, • die philosophischen, ethischen, religiösen bzw. politischen Wurzeln des sozial verantwortlichen Bank- und Finanzwesens, • die Gemeinsamkeiten (Definition) und Unterschiede der verschiedenen Ansätze, Formen bzw. Akteure des sozial verantwortlichen Bank- und Finanzwesens, • innovative Entwicklungen und Instrumente im sozial verantwortlichen Bankwesen, • Mikrofinanzwesen.
Art der Lehrveranstaltung(en):	Die Vorlesung vermittelt theoretisches Wissen, das durch integrierte Workshops gefestigt, verknüpft und angewandt wird.
Lernformen:	<p>Die Veranstaltung beinhaltet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diskussionen, Rollenspiele und Debatten, • „Speed-dating“, „World-Café“ und weitere interaktive Methoden, • künstlerische Prozesse, • Lernpartnerschaften.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Wissenschaftliches Referat oder Hausarbeit nach Maßgabe des Modulverantwortlichen
Verwendbarkeit des Moduls	Spezifisches Modul des Master-Studiengangs Betriebswirtschaftslehre; das Modul ist Voraussetzung für die Teilnahme an Modul MA 42 (Socially Responsible Management in Banking & Finance) und bildet zusammen mit diesem die Spezialisierung „Socially Responsible Finance“ im Master-Studiengang BWL.
(Grundlagen-)Literatur:	<p>Baecker, D. (2008) <i>Womit handeln Banken? –Perspektiven einer nachhaltigen Wirtschaft</i>, Hamburg: Suhrkamp.</p> <p>Benedikter, R. (2011) <i>Social Banking and Social Finance Answers to</i></p>

	<p><i>the Economic Crisis</i>, New York Dordrecht Heidelberg London: Springer.</p> <p>Binswanger, H.-C. (2009) <i>Vorwärts zur Mäßigung – Perspektiven einer nachhaltigen Wirtschaft</i>, Hamburg: Murmann Verlag.</p> <p>Brodbeck, K.-H. (2009) <i>Die Herrschaft des Geldes</i>, Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.</p> <p>Dembinski, P.-H. (2008) <i>Finance: Servant or Deceiver? Financialization at the Crossroads</i>, New York: Palgrave Macmillan.</p> <p>Deutschmann, C. (2002) <i>Die gesellschaftliche Macht des Geldes</i> Leviathan Sonderheft 21/2002, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.</p> <p>Ferguson, N. (2008) <i>The Ascent of Money - A Financial History of the World</i>, New York: Penguin Group.</p> <p>Graeber, D., aus dem Amerikanischen von Schäfer, U., Freundl, H. und Gebauer, S. (2012) <i>Schulden: Die ersten 5000 Jahre</i>, Stuttgart: Klett-Cotta.</p> <p>Graeber, D. (2011) <i>Debt the first 5000 years</i>, New York: Melville House Publishing.</p> <p>Guene, C. and Mayo, E. (2001) <i>Banking and Social Cohesion - Alternative responses to a global market</i>, Oxfordshire: Jon Carpenter Publishing.</p> <p>Jeucken, M. (2004) <i>Sustainability in Finance: Banking on the Planet</i>, Delft: Eburon Publishers.</p> <p>Kerler, R. (2000) <i>Was hat Geld mit mir zu tun?</i>, Dornach, Verlag am Goetheanum.</p> <p>Mees, R. (1991) <i>Money for a better world</i>, Stroud: Hawthorn Press.</p> <p>Simmel, G. (2009) <i>Philosophie des Geldes</i>, Köln: Anaconda Verlag.</p> <p>Steiner, R. (1986) <i>Nationalökonomischer Kurs</i>, Dornach, Verlag am Goetheanum.</p>
--	--

Modul: MA 42	Modultitel: Socially Responsible Management in Banking and Finance	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Gregor Krämer		
Qualifikationsstufe: Master	Studienhalbjahr: 2./4.	Modulart: Wahlpflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 5	Arbeitsbelastung gesamt: 125 Stunden	davon Kontaktzeit: 40 Stunden
		davon Selbststudium: 85 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im FS	Teilnahmevoraussetzungen: Empfohlen sind MA 01 und MA 02, MA 41 oder gleichwertige Vorkenntnisse	Sprache: englisch/deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die besonderen Arbeitsweisen, Methoden, Modelle und Instrumente des sozial verantwortlichen Bank- und Finanzwesens und können diese kritisch reflektierend ins Verhältnis zur Praxis und zu den Werten anderer Finanzinstitutionen stellen, • können betriebliche Entscheidungsprozesse vor dem Hintergrund mehrdimensionaler Werte und Ziele gestalten und steuern, • können sich selbst, die eigenen Fähigkeiten, die eigene Praxis und die Praxis ihres Unternehmens einschätzen und reflektieren und auf dieser Grundlage individuelle und betriebliche Veränderungsprozesse initiieren und steuern, • können in Bezug auf zukünftige Entwicklungen des sozial verantwortlichen Bank- und Finanzwesens Trends wahrnehmen, Fragen entwickeln, Chancen und Risiken einschätzen, Visionen und Ziele entwickeln, • können vor diesem Hintergrund die eigene Rolle und die ihres Betriebes einschätzen und nächste Schritte einleiten. 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Kriterien für die Entwicklung innovativer Finanzinstrumente, wie Transparenz, Mitwirkung und Verantwortung, • ganzheitliche Vermögensberatung vom Einlagengeschäft über die Anlage in Wertpapieren und Beteiligungen bis zu Schenkungen und Stiftungen unter Einbezug des Werte- und des biographischen Hintergrundes der Kunden, • SRI (Socially Responsible Investments), • Kundensektoren im Kredit- und Beteiligungsbereich, • Einsatz und Beurteilung ökonomischer, ökologischer, sozialer und kultureller Positiv- und Negativkriterien im Aktiv- und Passivgeschäft, • die Gestaltung von betrieblichen Entscheidungsprozessen vor dem Hintergrund multidimensionaler Werte und Ziele, • Ansätze zur Messung und Beschreibung der Wirkungen des sozial verantwortlichen Bank- und Finanzwesens, • besondere Fähigkeiten und Kompetenzen von Mitarbeitenden im sozial verantwortlichen Bank- und Finanzwesen, • Methoden der Praxisreflektion und der Aktionsforschung, 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Gestaltung von individuellen und betrieblichen Veränderungsprozessen, • Management wertorientierter Unternehmen, • Digitalisierung, Demografie, Demokratie – Herausforderungen des sozial verantwortlichen Finanzwesens von der Zukunft her denken.
Art der Lehrveranstaltung(en):	Die Vorlesung vermittelt theoretisches Wissen, das durch integrierte Workshops gefestigt, verknüpft und angewandt wird.
Lernformen:	Die Veranstaltung beinhaltet <ul style="list-style-type: none"> • Diskussionen, Rollenspiele und Debatten, • Methoden der Aktionsforschung, • künstlerische Prozesse, • Zukunftswerkstatt.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Wissenschaftliches Referat oder Hausarbeit nach Maßgabe des Modulverantwortlichen.
Verwendbarkeit des Moduls	Spezifisches Modul des Master-Studiengangs Betriebswirtschaftslehre; das Modul baut auf dem Modul MA 41 (Money and Society) auf und bildet zusammen mit diesem die Spezialisierung „Socially Responsible Finance“ im Master-Studiengang BWL.
(Grundlagen-)Literatur:	<p>Benedikter, Roland: Social Banking and Social Finance Answers to the Economic Crisis, New York 2011.</p> <p>Binswanger, Hans Christoph: Vorwärts zur Mäßigung – Perspektiven einer nachhaltigen Wirtschaft, Hamburg 2009.</p> <p>Faust, Martin/Scholz, Stefan (Hrsg.): Nachhaltige Geldanlagen: Produkte, Strategien und Beratungskonzepte, Frankfurt 2013.</p> <p>Helfrich, Silke/Heinrich Böll-Stiftung (Hrsg.): Commons: Für eine neue Politik jenseits von Markt und Staat, Bielefeld 2012.</p> <p>Hopwood, Anthony/Unerman, Jeffrey/Fries, Jessica (Hrsg.): Accounting for Sustainability: Practical Insights, London 2010.</p> <p>Kutzschenbach, Klaus: Frauen Männer Management: Führung und Team neu denken, Leonberg 2011.</p> <p>Lochmaier, Lothar: Die Bank sind wir – Chancen und Perspektiven von Social Banking, Hannover 2010.</p> <p>McNiff, Jean/Whitehead, Jack: Doing and Writing Action Research, London 2009.</p> <p>Scharmer, Claus Otto: Theorie U – Von der Zukunft her führen, Heidelberg 2007.</p>

	<p>Sprenger, Reinhard: Vertrauen führt. Worauf es im Unternehmen wirklich ankommt, Frankfurt 2002.</p> <p>Weber, Olaf/Remer, Sven (Hrsg.): Social Banking and the Future of Social Finance, London 2011.</p>
--	--

Modul: MA 43	Modultitel: Ästhetische Unternehmensgestaltung	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Susanne Balzejewski		
Qualifikationsstufe: Master	Studienhalbjahr: 4.	Modulart: Wahlpflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 5	Arbeitsbelastung gesamt: 125 Stunden	davon Kontaktzeit: 24 Stunden
Teilnehmerzahl: max. 20		davon Selbststudium: 101 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im FS	Teilnahmevoraussetzungen: keine spezifischen	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studenten sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ästhetik, Materialität und Emotionalität als wichtige Dimension des Unternehmens zu erkennen und zu verstehen, • Gestaltungsprozesse in der ästhetischen Dimension im Unternehmen anzuregen, zu gestalten und zu begleiten, • die Bedeutung von Artefakten in Veränderungsprozessen im Unternehmen zu verstehen und Veränderungsprozesse in ihrer Materialität zielgerecht zu gestalten, • Methoden der Führung durch Wahrnehmung situationsgerecht einzusetzen. 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Ästhetik im Unternehmen: Begriffe, Konzepte, Forschungslinien • Emotionalität im Unternehmenskontext • Ästhetische Führung / Führung durch Wahrnehmung • Methoden der Erfassung und Analyse der ästhetischen Dimension im Unternehmen • Funktionen der ästhetischen Dimension im Gesamtsystem Unternehmung • Ansätze zur Gestaltung und Inszenierung von Materialität im Unternehmen <p>Das Modul Ästhetische Unternehmensgestaltung stellt die sinnliche Wahrnehmung und Erfahrung von Menschen in Unternehmen in den Mittelpunkt der Betrachtung. Nach Eagleton (1990) wird Ästhetik im Unternehmen definiert als „the business of affections and aversions, how the world strikes the body in its sensory surfaces“. Das Modul befasst sich daher einerseits mit der Materialität von Organisations- und Führungsprozessen (Artefakte, Design, Mode, Gesten, Räume, Kunst als Objekt im Unternehmen) und andererseits mit den psychologischen und sozio-psychologischen Prozessen (Wahrnehmung, Interpretation, Bedeutung, Emotionen), mit denen die Mitarbeiter im Unternehmen mit der Materialität ihrer Arbeitsumgebung interagieren.</p>	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminaristische Vorlesung	
Lernformen:	Die Veranstaltung ist als seminaristische Vorlesung angelegt, die Wissensvermittlung in Kurzvorträgen mit Referaten der Teilnehmer zur Literaturschließung und -vermittlung sowie Projektarbeit kombiniert. Die	

	Projektarbeit dient dazu, mithilfe der Anwendung der erlernten Konzepte und Ansätze die Erfahrungen der Teilnehmer hinsichtlich der ästhetischen Dimension im eigenen Arbeitskontext für die gemeinsame Diskussion zu erschließen.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Portfolio zur Projektarbeit.
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul im Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre (M. A.) im Schwerpunkt Kunst in der Unternehmensgestaltung.
(Grundlagen-)Literatur:	<p>Beattie, Vivian and Michael Jones (1992). "The use and abuse of graphs in annual reports: Theoretical framework and empirical study". <i>Accounting and Business Research</i>. 22(88): 291–303.</p> <p>Belova, Olga (2006). "The event of seeing: A phenomenological perspective on visual sense-making". <i>Culture and Organization</i>. 12/2: 93–107.</p> <p>Biehl-Missal, B. (2011). <i>Wirtschaftsästhetik</i>. Wiesbaden: Gabler.</p> <p>Eagleton, T. (1991). <i>The ideology of the aesthetic</i>. London: Verso.</p> <p>Gibb, S. (2004). "Arts-based training in management development: the use of improvisational theatre." <i>Journal of Management Development</i> 23(8): 741-750.</p> <p>Linstead, S. and H. J. Höpfl (2000). <i>The aesthetics of organization</i>, Sage.</p> <p>Pink, Sarah (2005). <i>The future of visual anthropology: engaging the senses</i>. London: Routledge.</p> <p>Warren, S. (2008). "Empirical challenges in organizational aesthetics research: towards a sensual methodology." <i>Organization Studies</i> 29(4): 559-580.</p> <p>Witz, A., et al. (2003). "The labour of aesthetics and the aesthetics of organization." <i>Organization</i> 10(1): 33-54.</p>

TEIL 4 – Kunst im Dialog (KiD)

Modul: MA 61	Modultitel: Gemeinschaftsbildung und Teamarbeit	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Steffen Koolmann		
Qualifikationsstufe: Master	Studienhalbjahr: 1.	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 5	Arbeitsbelastung gesamt: 125 Stunden	davon Kontaktzeit: 45 Stunden
Teilnehmerzahl: max. 20		davon Selbststudium: 80 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im HS	Teilnahmevoraussetzungen: keine spezifischen	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen sozialwissenschaftliche und künstlerische Ansätze und Befunde zur Gruppenarbeit, können mit diesen umgehen und sie für praktische Fragestellungen fruchtbar machen, • sind in der Lage, von der künstlerischen Lernebene auf die des eigenen Verhaltens zu schließen und soziale Erfahrungen und Erkenntnisse aus künstlerischen Übungen in berufliche Handlungssituationen zu übertragen, • sind in der Lage, die Stellung des Teams in der Arbeitsorganisation zu berücksichtigen und bewusst zu planen, • kennen gruppendynamische Phänomene und deren Gesetzmäßigkeiten, erkennen diese Phänomene in realen Situationen und haben Strategien entwickelt, damit umzugehen, • können in Teams wirksam zusammenarbeiten und die eigene Rolle darin bewusst und kreativ gestalten, • können Teams organisieren, begleiten, führen und steuern • kennen Probleme in der Teamarbeit, können diese diagnostizieren und ihre Lösung wirksam unterstützen. 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Soziologische Theorien der Gruppe und ihrer Dynamik • Phasen und Klippen der Gruppenbildung und Teamentwicklung • Rollen in der Gruppe, Führung in der Gruppe • Entscheidungen in Gruppen, Gruppenkonflikte • Stärken und Schwächen der Teamarbeit • Zusammensetzung, Organisation und Steuerung von Teams • Das Team im Change Management • Spiel und Flow im Team - kreative Buildingprozesse 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminaristische Vorlesung	
Lernformen:	<p>In der Veranstaltung „Gruppenprozesse verstehen“ werden die Studierenden mittels künstlerischer Übungen mit Team- und Gruppenarbeitserfahrungen konfrontiert und erforschen, entwickeln und üben dabei nonverbale Handlungsdimensionen. Durch gezielte performative und kunstpraktische Übungen wird der persönliche Handlungsradius in Gruppen entdeckt, erweitert und professionalisiert, und es werden Möglichkeiten künstlerisch impulsierter Interventionen in sozialen Zusammenhängen verinnerlicht. Die Lehrveranstaltung „Teamorganisation und Teamführung“ transferiert</p>	

	die im künstlerischen Bereich gemachten Erfahrungen in einen berufspraktischen Zusammenhang. Theoretische Erkenntnisse werden vermittelt und in Gruppenarbeiten vertieft. Durch Rollenspiele und anhand von exemplarischen Realprojekten werden die im künstlerischen Bereich gesammelten Erfahrungen auf berufspraktische Kontexte und Situationen übertragen. Es erfolgt eine Analyse und Reflexion sowohl individueller Verhaltensweisen als auch der Gruppenleistung im Gruppen- und Plenumsgespräch.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Portfolio der Lernerfahrungen
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlpflichtmodul im Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre (M. A.) im Schwerpunkt Kunst in der Unternehmensgestaltung.
(Grundlagen-)Literatur:	<p>Bachmann, Henning (Hrsg.): Kritik der Gruppendynamik, Frankfurt/M (Fischer) 1981.</p> <p>Becker-Beck, Ulrike: Soziale Interaktion in Gruppen. Struktur- und Prozessanalyse, Wiesbaden (VS) 1997.</p> <p>Birker, Gabriele/Birker, Klaus: Teamentwicklung und Konfliktmanagement: Effizienzsteigerung durch Kooperation, Berlin (Cornelsen) 2007.</p> <p>Bösenberg, Dirk/Metzen, Heinz: Lean Management, Landsberg/Lech (Moderne Industrie) 1992.</p> <p>Brüll, Dieter: Der anthroposophische Sozialimpuls, Schaffhausen (Novalis) 1984.</p> <p>Hofstätter, Peter: Gruppendynamik, Reinbek (Rowohlt) 1957.</p> <p>Kasenbacher, Karl G.: Gruppen und Systeme, Opladen (Leske und Budrich) 2003.</p> <p>Katzenbach, Jon: Wisdom of Teams: Creating the High Performance Organisation: European Version, London (Mcgraw-Hill) 2005.</p> <p>Langmaack, Barbara, Braune-Krickau, Michael: Wie die Gruppe laufen lernt, München (Psychologie-Verlags-Union) 1989.</p> <p>Lindenau, Christof: Soziale Dreigliederung, Der Weg zu einer lernenden Gesellschaft, Stuttgart (Freies Geistesleben) 1989.</p> <p>Maaß, Eveline/Ritschl, Karsten: Teamgeist, Paderborn (Junfermann) 1997.</p> <p>Meier, Daniel: Wege zur erfolgreichen Teamentwicklung, Solothurn (Eigenverlag) 2004.</p> <p>Richter, Horst E.: Die Gruppe, Reinbek (Rowohlt) 1972.</p> <p>Stahl, Eberhard: Dynamik in Gruppen: Handbuch der Gruppenleitung, Weinheim (Beltz) 2007.</p> <p>Tegethoff, Hans G.: Soziale Gruppen und Individualisierung, München (Reinhardt) 1999 .</p> <p>Thomas, Alexander/Stumpf, Siegfried: Teamarbeit und Teamentwicklung, Göttingen (Hogrefe) 2003.</p> <p>Mihaly Csikszentmihalyi: Flow im Beruf, Stuttgart (Klett-Cotta) 2003</p> <p>Johan Huizinga: Vom Ursprung der Kultur im Spiel, Hamburg (rowohlts enzyklopa) 1987</p> <p>John Dewey: Kunst als Erfahrung, Frankfurt a. M. (suhrkamp) 1988</p>

Modul: MA 81	Modultitel: Künstlerische Methoden und Interventionen in der Personalarbeit	
Modulverantwortlicher: Ruediger John		
Qualifikationsstufe: Master	Studienhalbjahr: 1.	Modulart: Wahlpflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 5	Arbeitsbelastung gesamt: 125 Stunden	davon Kontaktzeit: 24 Stunden
Teilnehmerzahl: max. 20		davon Selbststudium: 101 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im HS	Teilnahmevoraussetzungen: keine spezifischen	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • verstehen den künstlerischen Prozess als Paradigma des sozialen Prozesses und erkennen in künstlerischen Fragestellungen soziale solche und umgekehrt, • können prozessbestimmte Handlungsmethoden identifizieren und zielorientiert praktizieren, • sind in der Lage, die Stufen des künstlerischen Prozesses auf wirtschaftliches und Management-Handeln sinngemäß zu übertragen, • sind sich ihrer Wahrnehmungsfähigkeiten bewusst und beherrschen künstlerische Techniken zu deren Erweiterung, • haben Strategien entwickelt, flexibel mit unbekanntem Situationen umzugehen, • reflektieren ihr eigenes Handeln sowie das Handeln in ihrem Umfeld vor dem Hintergrund künstlerischer Erfahrungen, • sind in der Lage, Situationen und Prozesse ganzheitlich zu erfassen, • erkennen die Relevanz und die Grenzen intuitiver Entscheidungen und können diese in ihr persönliches Entscheidungsvermögen integrieren, • können künstlerische Methoden auf ihren Berufsalltag übertragen und eigenständig berufliche Handlungsabläufe integrieren. 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Überblick über Handlungssituationen und Handlungskompetenzen im Berufsalltag • Die Phasen des künstlerischer Prozesse • Wahrnehmungsmöglichkeiten und deren Anwendung • Ausgewählte künstlerische Methoden • Möglichkeiten des Transfers künstlerischer Methoden auf den Berufsalltag • Handhabung von verschiedenen Kreativtechniken 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminar	
Lernformen:	Das Modul ist zweigeteilt in eine einführende Veranstaltung „Konzeptentwicklung für künstlerische Methoden und Interventionen“ und eine mit mehrwöchigem zeitlichem Abstand folgende Veranstaltung zur „Präsentation und Umsetzung künstlerischer Interventionen im	

	<p>Berufsalltag“. In der ersten Veranstaltung erfolgt unter Anleitung der Dozenten eine praktische Einführung in Kunstprozesse und darstellende und bildende künstlerische Arbeitstechniken. Die Struktur künstlerischer Arbeitsprozesse und die Wirkung künstlerischer Interventionen werden im Rahmen eines interaktiven Unterrichtsgesprächs theoretisch analysiert und reflektiert. Hierauf aufbauend erfolgt in betreuten Individual- und Gruppenarbeitsphasen die Entwicklung jeweiliger (Grob-)Konzepte für künstlerische Interventionen im Berufsalltag der Studierenden. In der Zeit bis zur zweiten Teilveranstaltung arbeiten die Studierenden ihr Konzept für eine künstlerische Intervention aus und setzen sie in ihrem eigenen beruflichen Kontext um. Die Ergebnisse werden im Rahmen der zweiten Teilveranstaltung präsentiert, diskutiert und unter Anleitung der Dozenten reflektiert</p>
<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):</p>	<p>Portfolio praktischer Lernerfahrungen.</p>
<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>	<p>Wahlpflichtmodul im Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre (M. A.) im Schwerpunkt ‚Kunst in der Unternehmensgestaltung‘</p>
<p>(Grundlagen-)Literatur:</p>	<p>Edwards, Betty: Garantiert zeichnen lernen "Drawing on the Right Side of the Brain", Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 1982. Lehnerer, Thomas: Methode der Kunst, Würzburg: Königshausen und Neumann, 1994. Heid, Klaus; John, Ruediger: Transfer: Kunst – Wirtschaft – Wissenschaft, Baden-Baden: Die Deutsche Bibliothek, 2003. Tony und Barry Buzan: Das Mind - Map Buch, Heidelberg (mvg Verlag) 1997 Thomas Kaniuth: Management - Ästhetik, Bayreuth (R.E.A. - Verlag Mangementforschung 2000</p>

Modul: MA 82	Modultitel: Management als Kunstprozess	
Modulverantwortlicher: Anne von Hoyningen-Hüne		
Qualifikationsstufe: Master	Studienhalbjahr: 2.	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 5	Arbeitsbelastung gesamt: 125 Stunden	davon Kontaktzeit: 45 Stunden davon (separat) Praxiszeit
Teilnehmerzahl: max. 20		davon Selbststudium: 75 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im FS	Teilnahmevoraussetzungen: keine spezifischen	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Spezifika von Managementprozessen und können diese mit der Grundstruktur von Kunstprozessen in Beziehung setzen, • verstehen die Bedeutung künstlerischen Handelns, Übens und Intervenierens in der Wissens- und Dienstleistungsgesellschaft, • kennen unterschiedliche Formen der Führung und des Geführt-Werdens und können diese differenziert und flexibel einsetzen bzw. damit umgehen, • sind in der Lage, Mitarbeiter und Projektteams zu motivieren und dialogisch zu führen, • sind in der Lage, sich selbst zu führen und zu motivieren, • haben Strategien entwickelt, um in unbestimmten und komplexen Situationen handlungsfähig zu bleiben • nehmen sich selbst und andere im Hinblick auf ihre jeweiligen Fähigkeiten, Bedürfnisse und Motivationslagen wahr und haben Strategien entwickelt, diesen situativ gerecht zu werden 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Führungsphänomene in Kunstprojekten • Überblick über Managementprozesse • Managementprozesse als Kunstprozesse • Künstlerische Handlungselemente in Managementprozessen • Erweiterter Kunstbegriff als Anregung für berufliches Handeln • Künstlerische Entwicklung, Durchführung und Leitung eines Projektes 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	1 Seminar, 1 Übung	
Lernformen:	<p>Die Grundlagen und Besonderheiten der Wissens- und Dienstleistungsgesellschaft unter dem Aspekt künstlerischer Prozesselemente werden seminaristisch erarbeitet. Anhand eines künstlerischen Projekts wird der künstlerische Prozess analysiert und seine Anwendbarkeit auf moderne Managementprozesse geprüft; Mit künstlerisch praktischen Methoden werden Transfermethoden erforscht. Im Rahmen des Seminars werden Managementprozesse mit Hilfe der Handlungsmodelle des „künstlerischen Handelns“ sowie des „erfahrungsgeleiteten Arbeitens und Lernens“ gedeutet.</p>	
Voraussetzungen für die	Präsentation der Ergebnisse des künstlerischen Projektes „Management	

Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	als Kunstprozess“ (30 min).
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul im Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre (M. A.)
(Grundlagen-)Literatur:	Brater, Michael; Büchele, Ute; Fucke, Erhard: Künstlerisch handeln. Stuttgart: Freies Geistesleben, 1989. Lehnerer, Thomas: Methode der Kunst, Würzburg: Königshausen und Neumann, 1994. Heid, Klaus; John, Ruediger: Transfer: Kunst – Wirtschaft – Wissenschaft, Baden-Baden: Die Deutsche Bibliothek, 2003

TEIL 5- Studium Generale (StuGe)

Modul: MA 62	Modultitel: Theoretische Philosophie und Wirtschaft	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Thomas Schmaus		
Qualifikationsstufe: Master	Studienhalbjahr: 3.	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 5	Arbeitsbelastung gesamt: 125 Stunden	davon Kontaktzeit: 35 Stunden
		davon Selbststudium: 90 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 3. Semester, jährlich im HS	Teilnahmevoraussetzungen: Formal und inhaltlich keine	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • werden mit Grundlagen der theoretischen Philosophie vertraut und erhöhen durch exemplarische Erörterungen ihr Reflexionsvermögen bezüglich wirtschaftswissenschaftlicher Methoden und Theorien; • sind dazu in der Lage, auf der Basis exemplarischer erkenntnis- und wissenschaftstheoretischer Erörterungen die Wissenschaften in ihren systematischen, geschichtlichen und kulturellen Bedingtheiten und Differenzen zu verstehen; • lernen, die expliziten und impliziten Voraussetzungen von Menschen- und Weltbildern, insbesondere im ökonomischen Zusammenhang, zu erkennen und zu beurteilen; • können unseren gegenwärtigen kulturellen Kontext erörtern und erfassen die Herausforderungen und Chancen interkultureller Begegnungen in einer globalisierten Welt. 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der theoretischen Philosophie • Erkenntnistheorie, Wissenschaftstheorie, und -geschichte im Diskurs mit wirtschaftswissenschaftlichen Methoden und Modellen • Ontologie und philosophische Anthropologie im Diskurs mit ökonomischen Welt- und Menschenbildern • Kulturphilosophie und interkulturelle Philosophie im Diskurs mit gegenwärtigen ökonomischen Herausforderungen 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesungen, Seminare, Übungen oder vergleichbare Lehrveranstaltungen	
Lernformen:	Lektüre, seminaristischer Unterricht, seminaristische Gruppenarbeit, Studienleistungen verschiedener Art (z. B. Referate, Protokolle, Präsentationen von Ergebnissen aus der Gruppenarbeit, Anwendungen auf Fallbeispiele aus der Praxis) mit Feedback durch die Dozenten	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Zulassungsvoraussetzung zur Modulabschlussprüfung sind die regelmäßige aktive Teilnahme an den Lehrveranstaltungen sowie deren Vor- und Nachbereitung. Die möglichen Formen der Modulabschlussprüfung regelt allgemein die Prüfungsordnung und konkrete der Modulbeauftragte zu Beginn des Moduls. In der Regel muss für den erfolgreichen Abschluss des Moduls eine Hausarbeit im Umfang von 10-15 Seiten zu einer Fragestellung verfasst werden, die im Zusammenhang mit dem Inhalt des Moduls steht. Die Benotung der Leistung im Modul ergibt sich aus der Bewertung der Hausarbeit.	

Verwendbarkeit des Moduls	
(Grundlagen-)Literatur:	Die Literatur wird semesteraktuell bekanntgegeben

Modul: MA 64	Modultitel: Praktische Philosophie und Wirtschaft	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Thomas Schmaus		
Qualifikationsstufe: Master	Studienhalbjahr: 4.	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 5	Arbeitsbelastung gesamt: 125 Stunden	davon Kontaktzeit: 35Stunden
		davon Selbststudium: 90Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im FS	Teilnahmevoraussetzungen: Formal und inhaltlich keine	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • werden mit Grundlagen der praktischen Philosophie vertraut und erhöhen durch exemplarische Erörterungen ihr Reflexionsvermögen für die eigene Praxis; • verstehen die einflussreichsten ethischen Modelle zur Beurteilung menschlichen Handelns und können diese auf Fallbeispiele aus ihrer Praxis anwenden; • sind dazu in der Lage, spezifisch wirtschafts- und unternehmensethische Fragestellungen zu erörtern; • beschäftigen sich mit gegenwärtigen sozialen, politischen und ökologischen Herausforderungen und erkennen darin Innovationspotentiale für ökonomisches Handeln. 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der praktischen Philosophie • Ethische Modelle (z. B. Tugendethik, deontologische Ethik, Utilitarismus) und deren Konsequenzen für die Beurteilung ökonomischen Handelns • Wirtschaftsethik und unternehmerische Verantwortung • Soziale, politische und ökologische Herausforderungen für das ökonomische Handeln 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesungen, Seminare, Übungen oder vergleichbare Lehrveranstaltungen	
Lernformen:	Lektüre, seminaristischer Unterricht, seminaristische Gruppenarbeit, Studienleistungen verschiedener Art (z. B. Referate, Protokolle, Präsentationen von Ergebnissen aus der Gruppenarbeit, Anwendungen auf Fallbeispiele aus der Praxis) mit Feedback durch die Dozenten	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Zulassungsvoraussetzung zur Modulabschlussprüfung sind die regelmäßige aktive Teilnahme an den Lehrveranstaltungen sowie deren Vor- und Nachbereitung. Die möglichen Formen der Modulabschlussprüfung regelt allgemein die Prüfungsordnung und konkrete der Modulbeauftragte zu Beginn des Moduls. In der Regel muss für den erfolgreichen Abschluss des Moduls eine Hausarbeit im Umfang von 10-15 Seiten zu einer Fragestellung verfasst werden, die im Zusammenhang mit dem Inhalt des Moduls steht. Die Benotung der Leistung im Modul ergibt sich aus der Bewertung der Hausarbeit.	
Verwendbarkeit des Moduls		
(Grundlagen-)Literatur:	Die Literatur wird semesteraktuell bekanntgegeben.	

TEIL 6- Forschungswerkstatt und Masterarbeit

Modul: MA 97	Modultitel: Forschungswerkstatt	
Modulverantwortlicher: Jun-Prof. Dr. Eva-Maria Walker		
Qualifikationsstufe: Master	Studienhalbjahr: 5.	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 5	Arbeitsbelastung gesamt: 125 Stunden	davon Kontaktzeit: 25 Stunden
		davon Selbststudium: 100 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 1 Semester, jährlich im HS	Teilnahmevoraussetzungen: mindestens 10 ECTS-LP aus dem Bereich der betriebswirtschaftlichen Pflichtmodule, 20 ECTS-LP aus dem Bereich der Bereich der betriebswirtschaftlichen Wahlpflicht- Module und 10 ECTS-LP aus dem Bereich Kunst und Studium Generale	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden sind in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • eine betriebswirtschaftliche Fragestellung eigenständig zu entwerfen, die wissenschaftliche/praktische Relevanz der Fragestellung angemessen zu begründen sowie diese in den aktuellen Forschungskontext einzuordnen. • ein Exposé für eine umfangreiche wissenschaftliche Arbeit zu erstellen, <ul style="list-style-type: none"> ◦ die eine betriebswirtschaftliche Problemstellung eigenständig analysiert, ◦ die Lösungsansätze für die gewählte Fragestellung erarbeitet, ◦ die Methoden (Primär-/Sekundäranalyse) zur Bearbeitung der gewählten Fragestellung aufzeigt, ◦ die den für die Problemstellung relevanten betriebswirtschaftlichen Literaturkorpus (weitgehend) selbstständig aufarbeitet und mit Bezug auf die Fragestellung systematisiert. 	
Inhalte des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Wiederholung und Vertiefung der Kenntnisse in der Wissenschaftstheorie für die Betriebswirtschaftslehre auf einem für das Masterniveau angemessenen Niveau (u.a. Interdisziplinarität betriebswirtschaftlicher Wissenschaftsprogramme), • Wiederholung und Vertiefung der Kompetenzen zum wissenschaftlichen Arbeiten und Schreiben auf einem für das Masterniveau angemessenen Niveau (v.a. eigenständige Entwicklung und Bearbeitung einer wissenschaftlichen Fragestellung, Wahl der für die Bearbeitung geeigneten Methode (Sekundäranalyse/Primäranalyse (qualitativ/ quantitativ)), eigenständige Einordnung wissenschaftlicher Quellen, • Selbstständige Entwicklung einer betriebswirtschaftlichen Fragestellung, • Selbstständige Planung und Entwicklung eines Konzepts/Exposés zur Bearbeitung dieser Fragestellung. 	

Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminar
Lernformen:	<ul style="list-style-type: none"> • Teilnehmerzentrierte Methoden, sowohl auf individueller Ebene (z.B. Erarbeitung eines Clusters zur Vorbereitung des Exposés) als auch auf Gruppenebene. • Bedarfsbezogene, individuelle Betreuung bei der Erstellung des Exposés.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	<p>Eine Forschungswerkstatt lebt von der regelmäßigen und aktiven Teilnahme <i>aller</i> Studierenden. Erst dann kann sich ein kollegiales Austauschforum entwickeln, von dem alle Teilnehmenden gleichermaßen profitieren. Teilnahmenachweise werden daher wie folgt erworben:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die regelmäßige und aktive Teilnahme an der Forschungswerkstatt, • die Präsentation des eigenen Exposés, • schriftliche Feedbacks zu mindestens drei Präsentationen von anderen Studierenden.
Verwendbarkeit des Moduls	Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre; Voraussetzung für Master-Abschluss-Modul
(Grundlagen-)Literatur:	<p>Huemer, Birgit & Rheindorf, Markus & Gruber, Helmut (2012): Abstract, Exposé und Förderantrag. Wien: Böhlau.</p> <p>Karmasin, Matthias & Ribing, Rainer (2011): Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten. Ein Leitfaden für Seminararbeiten, Bachelor-, Master- und Magisterarbeiten sowie Dissertationen. Wien: facultas wuv.</p> <p>Kornmeier, Martin (2007): Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler. Heidelberg: Physika-Verlag.</p> <p>Sandberg, Berit (2013): Wissenschaftliches Arbeiten von Abbildung bis Zitat. Lehr- und Übungsbuch für Bachelor, Master und Promotion. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.</p> <p>Schanz, Günther (2014): Eine kurze Geschichte der Betriebswirtschaftslehre. Konstanz: UVK.</p> <p>Theisen, Manuel René (2013): Wissenschaftliches Arbeiten: erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit. München: Vahlen.</p>

Modul: MA 99	Modultitel: Master-Abschluss	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Lars Petersen		
Qualifikationsstufe: Master	Studienhalbjahr: 5./6.	Modulart: Wahlpflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 25	Arbeitsbelastung gesamt: 625 Stunden	davon Kontaktzeit: 1 Stunde + Betreuung nach Bedarf
		davon Selbststudium: 624 Stunden
Dauer und Häufigkeit: 2 Semester, jederzeit nach Absprache	Teilnahmevoraussetzungen: 45 ECTS-Leistungspunkte, davon mind.10 aus dem Bereich der betriebswirtschaftlichen Pflichtfächer sowie 5 aus der Forschungswerkstatt (MA 97)	Sprache: deutsch
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	Die Studierenden sind in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • ein Thema aus einem betriebswirtschaftlichen Problemfeld angemessen abzugrenzen, • dieses Thema weitgehend selbständig mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten, • den aktuellen Stand der hierfür relevanten betriebswirtschaftlichen Theorie selbständig zu erarbeiten und systematisch darzustellen, • eine geeignete Vorgehensweise zur Bearbeitung der gegebenen Problemstellung auszuwählen und die notwendigen Arbeitsschritte eigenständig zu planen und zu organisieren, • eigenständig Lösungsansätze für die betriebswirtschaftliche Problemstellung zu erarbeiten, systematisch darzustellen und in Beziehung zum betriebswirtschaftlichen Theoriekontext zu setzen, • eine schriftliche wissenschaftliche Arbeit in angemessener Form anzufertigen, • die Arbeitsergebnisse mündlich zu präsentieren und in einer Diskussion zu verteidigen sowie die gewählte Vorgehensweise zu erläutern. 	
Inhalte des Moduls:	Betriebswirtschaftliches Thema nach Absprache mit dem Betreuer	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Abschluss-Arbeit, Präsentation Mit der Anfertigung der Abschluss-Arbeit stellt der Studierende seine Fähigkeit zum eigenständigen wissenschaftlichen Arbeiten unter Beweis; mit der Präsentation (Referat und Kolloquium) zeigt der Studierende, dass er in der Lage ist, die Ergebnisse seiner Arbeit	

	einem fachkundigen Publikum angemessen zu kommunizieren und reflektiert zur Diskussion zu stellen
Lernformen:	eigenständige wissenschaftliche Arbeit, bei Bedarf individuelle Betreuung; hochschulöffentliche Präsentation als Einzelarbeit mit anschließender Diskussion
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	schriftliche Abschluss-Arbeit (23 ECTS-LP; 29 Wochen), Präsentation (2 ECTS-LP; Vortrag 15–30 Minuten, Kolloquium 15–30 Minuten)
Verwendbarkeit des Moduls	Master-Studiengang Betriebswirtschaftslehre
(Grundlagen-)Literatur:	Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, 16. Aufl., München: Vahlen, 2013.