UNIVERSITÄT PADERBORN
Die Universität der Informationsgesellschaft

AMTLICHE MITTEILUNGEN

VERKÜNDUNGSBLATT DER UNIVERSITÄT PADERBORN AM.UNI.PB

AUSGABE 11.19 VOM 29. MÄRZ 2019

FACHSPEZIFISCHE BESTIMMUNGEN FÜR DEN TEILSTUDIENGANG MANAGEMENT DER PRÜFUNGSORDNUNG FÜR DEN MASTERSTUDIENGANG KULTUR UND GESELLSCHAFT DER FAKULTÄT FÜR KULTURWISSENSCHAFTEN AN DER UNIVERSITÄT PADERBORN

VOM 29. MÄRZ 2019

HERAUSGEBER: PRÄSIDIUM DER UNIVERSITÄT PADERBORN

Fachspezifische Bestimmungen für den Teilstudiengang Management der Prüfungsordnung für den Masterstudiengang „Kultur und Gesellschaft“ der Fakultät für Kulturwissenschaften an der Universität Paderborn

vom 29. März 2019

„Aufgrund des § 2 Abs. 4 und des § 64 Abs. 1 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen (Hochschulgesetz – HG) vom 16. September 2014 (GV.NRW. S. 547), zuletzt geändert durch Artikel 3 des Gesetzes vom 17. Oktober 2017 (GV. NRW. S. 806), hat die Universität Paderborn folgende Prüfungsordnung erlassen:

Inhalt

§ 1 Allgemeine und fachspezifische Bestimmungen 3
§ 2 Studienbeschreibung 3
§ 3 Studienbeginn 3
§ 4 Zugangsvoraussetzungen 4
§ 5 Studienumfang und Module 4
§ 6 Zulassung zu Masterprüfungen 6
§ 7 Prüfungsleistungen und qualifizierte Teilnahme 6
§ 7a Sonderregeln zu Meldung und Abmeldung, Wiederholungs- und Kompensationsmöglichkeiten, endgültigem Nichtbestehen und Nichtteilnahme aus wichtigem Grund 6
§ 8 Masterarbeit 7
§ 9 Übergangsbestimmungen, Inkrafttreten, Außerkrafttreten und Veröffentlichung 7
Anhang: Studienverlaufspläne der beiden Spezialisierungen 9
Anhang: Wahlpflichtmodule im Wahlbereich Management 12
Anhang: Modulbeschreibungen 13

§ 1
Allgemeine und fachspezifische Bestimmungen

Diese fachspezifischen Bestimmungen gelten nur in Verbindung mit den Allgemeinen Bestimmungen der Prüfungsordnung für den Masterstudiengang „Kultur und Gesellschaft“ der Fakultät für Kulturwissenschaften an der Universität Paderborn in der jeweils geltenden Fassung (Allgemeine Bestimmungen).

§ 2
Studienbeschreibung

Das Anteilsfach „Management“ bietet die Möglichkeit, fundierte Kenntnisse der Unternehmensführung innerhalb eines kulturwissenschaftlichen Studiengangs zu erwerben. Es ist mit allen anderen Anteilsfächern des Masterstudiengangs „Kultur und Gesellschaft“ kombinierbar. Studierenden stehen mit „Management und Philosophie“ und „Management und Theologien im Dialog“ zwei Spezialisierungen innerhalb des Anteilsfaches zur Wahl. In besonderem Maße eignet sich die Spezialisierung „Management und Philosophie“ zur Kombination mit dem Anteilsfach Philosophie und die Spezialisierung „Management und Theologien im Dialog“ zur Kombination mit dem Anteilsfach „Theologien im Dialog“.

Der zunehmend sich verdeutlichende Wandel von klassischen Arbeits- zu wissensorientierten Prozessen und Entscheidungen stellen sowohl für das praktische Management, als auch für den staatlichen und gesellschaftlichen Bezugsrahmen in dem ökonomische Entscheidungen getroffen werden, neue Herausforderungen dar. Diese Herausforderungen sind zu thematisieren, zu analysieren und zu bewerten. Führen und Entscheiden als betriebswirtschaftliche Kernkompetenzen des Managements sind ethisch reflektiert auf die sie leitenden Wertbilder hin zu diskutieren und zu evaluieren. Diese Kernfähigkeiten entsprechen vielen Berufsfeldern, und zwar allen im allgemeinen Management als Unternehmensgesamtleitung, aber auch Bereichen wie Marketing, Personal- und Organisationsmanagement, sowie den Governanceaufgaben, die zunehmend horizontal zu der vorherrschenden vertikalen Entscheidungsstruktur neu entstehen (z.B. ethikorientierte Berichterstattung, praktische Unternehmensphilosophie, Kunden-und und gesellschaftliches Kontaktgruppenmanagement etc.). Das Besondere dieser Spezialisierungen ist Vermittlung und Verschränkung ethisch-grundsätzlicher Orientierungen mit methodisch-theoretischen Wissensbezügen ausgewählter Schwerpunkte der BWL und einiger ihrer angrenzenden Fächer.

Zwei spezifische Fachpflichtmodule bereiten zu Beginn des Studiums auf das Studium der gewählten Spezialisierung vor. Im Studienverlauf ist ein Vertiefungsmodul in der Spezialisierung Management und Philosophie zu absolvieren. In der Spezialisierung Management und Theologien im Dialog sind zwei Vertiefungsmodule zu absolvieren (Näheres regelt § 5). In der Spezialisierung Theologien im Dialog wird ein Pflichtmodul in englischer Sprache gehalten.

§ 3
Studienbeginn

Es bestehen keine fachspezifischen Ausnahmen zum Studienbeginn. Es gilt § 3 der Allgemeinen Bestimmungen.

§ 4
Zugangsvoraussetzungen

(1) Das Studium des Faches „Management“ setzt in Umsetzung des § 4 der allgemeinen Bestimmungen einen Studienabschluss voraus, der mindestens Studienanteile in den folgenden Bereichen und Umfängen beinhaltet:

- 10 LP Statistik und quantitative Methoden
- 40 LP Betriebswirtschaftslehre, davon 20 LP Management
- 10 LP Bachelorarbeit, nicht zwingend im Fachbereich des Teilstudiengangs.

(Die LP der Bachelorarbeit werden nicht bei den anderen Studienanteilen berücksichtigt.)

(2) Über die in § 4 der Allgemeinen Bestimmungen genannten Voraussetzungen hinaus bestehen für das Fach „Management“ keine weiteren Zugangsvoraussetzungen.

§ 5
Studienumfang und Module

(1) Das Studium im Fach „Management“ umfasst 45 LP. Wird die Masterarbeit in diesem Fach angefertigt, kommt zudem ein Profilierungsmodul im Umfang von 9 LP hinzu.

(2) Die Module bestehen aus Pflicht- und/oder Wahlpflichtveranstaltungen. In der Spezialisierung A: Management und Philosophie sind folgende Pflichtmodule zu absolvieren: Ökonomie, Ethik und Denken, Einführung in die Theorie der Unternehmung, Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre und Einführung in die Methoden d. empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung.

In der Spezialisierung B: Management und Theologien im Dialog sind folgende Pflichtmodule zu belegen: Interreligiöse Perspektiven der Wirtschaftsethik, Spirituality & Management, Einführung in die Theorie der Unternehmung, Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre und Einführung in die Methoden d. empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung.

Weiterhin sind Module im Umfang von 20 ECTS als Wahlpflichtmodule (Wahlbereich Management) zu belegen. Die Wahlpflichtmodule können aus einem Modulkatalog (Wahlkatalog Management) gewählt werden (siehe Anhang).

(3) Näheres ergibt sich aus nachfolgenden Tabellen:

Spezialisierung A: „Management und Philosophie“

Bereich	LP	Workload (h)	P/WP	Empfohlener Zeitpunkt/ Dauer
Vertiefungsmodul: Ökonomie, Ethik und Denken	10	300	P	2. Sem./1 Sem.
Fachpflichtmodule: • Einführung in die Theorie der Unternehmung • Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre	5 5	150 150	P	1. Sem./1 Sem. 1. Sem./1 Sem.
Einführung in die Methoden d. empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung	5	150	P	1. Sem./1 Sem.
Module aus dem Wahlbereich Management	20	600	WP	2./3. Semester .
Falls die Masterarbeit in diesem Fach geschrieben wird: **Profilierungsmodul**	9	270	WP	4.Sem/1.Sem

Spezialisierung B: „Management und Theologien im Dialog“				
Bereich	LP	Workload (h)	P/WP	Empfohlener Zeitpunkt/ Dauer
Vertiefungsmodule: • Interreligiöse Perspektiven der Wirtschaftsethik • Spirituality & Management	5 5	150 150	P P	2. Sem /1 Sem 3. Sem./ 1.Sem.
Fachpflichtmodule: • Einführung in die Theorie der Unternehmung • Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre	5 5	150 150	P P	1. Sem./1 Sem. 1. Sem./1 Sem.
Einführung in die Methoden d. empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung	5	150	P	1. Sem./1 Sem.
Module aus dem Wahlbereich Management	20	600	WP	2./3. Semester .
Falls die Masterarbeit in diesem Fach geschrieben wird: **Profilierungsmodul**	9	270	WP	4.Sem./1 Sem.

Abkürzungen: LP Leistungspunkte P Pflichtmodul WP Wahlpflichtmodul

(4) Die Beschreibungen der einzelnen Module sind den Modulbeschreibungen im Anhang zu entnehmen. Die Modulbeschreibungen enthalten insbesondere die Qualifikationsziele bzw. Standards, Inhalte, Lehr- und Lernformen sowie die Prüfungsmodalitäten und Prüfungsformen sowie etwaige Nachweise qualifizierter Teilnahme. Konkretisierungen finden sich jeweils aktuell im Modulhandbuch der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften. Das Modulhandbuch wird vor Beginn eines akademischen Jahres vom Fakultätsrat für Wirtschaftswissenschaften verabschiedet. Es ist unmittelbar danach, vor Beginn der Anmeldephase für das Wintersemester des jeweils folgenden akademischen Jahres zu veröffentlichen und gilt verbindlich für ein Jahr (Oktober bis September). Das Modulhandbuch wird auf der Homepage der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften bereitgestellt.

§ 6
Zulassung zu Masterprüfungen

Die über § 14 Allgemeine Bestimmungen hinausgehenden Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungsleistungen im Fach Management sind den Modulbeschreibungen im Anhang zu entnehmen.

§ 7
Prüfungsleistungen und qualifizierte Teilnahme

(1) Im Fach Management werden folgende Prüfungsleistungen, die in die Abschlussnote der Masterprüfung eingehen, erbracht, gewichtet und bewertet:
- Modul „Ökonomie, Ethik und Denken“ (Spezialisierung A): Modulteilprüfungen.
- Modul „Interreligiöse Perspektiven der Wirtschaftsethik“ (Spezialisierung B): Modulabschlussprüfung.
- Modul „Spirituality & Management“ (Spezialisierung B): Modulteilprüfungen.
- Modul „Einführung in die Theorie der Unternehmung“: Modulabschlussprüfung.
- Modul „Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre“: Modulabschlussprüfung.
- Modul „Einführung in die Methoden der empirischen Sozial- und Wirtschaftsforschung“: Modulabschlussprüfung.
- Module aus dem Wahlkatalog Management : Modulabschlussprüfungen oder Modulteilprüfungen
- Profilierungsmodul: Modulabschlussprüfung.

(2) Nachweise qualifizierter Teilnahme sind in den Modulbeschreibungen geregelt. Die qualifizierte Teilnahme ist nach Maßgabe der jeweiligen Modulbeschreibung entweder Voraussetzung für die Vergabe der Leistungspunkte oder Voraussetzung für die Teilnahme an Prüfungsleitungen.

§ 7a
Sonderregeln zu Meldung und Abmeldung, Wiederholungs- und Kompensationsmöglichkeiten, endgültigem Nichtbestehen und Nichtteilnahme aus wichtigem Grund

(1) Zu jedem Modul ist eine gesonderte Meldung durch die Studierenden erforderlich. Die Meldung zum Modul ist gleichzeitig die Meldung zu der entsprechenden Modulprüfung. Werden im Anschluss an diese Meldung im Rahmen der entsprechenden Modulprüfung keine Leistungspunkte erlangt (sei es

aufgrund von Rücktritt oder Nichtbestehen), so ist für eine erneute Belegung des Moduls eine gesonderte Meldung zum Modul durch die Studierenden erforderlich.

(2) Die Meldung zu einem Modul erfolgt grundsätzlich in einem vom Prüfungsausschuss festgesetzten Zeitraum. Dieser Anmeldezeitraum liegt in der Regel in dem Semester, das dem Veranstaltungssemester vorausgeht. Sofern die Auslastung es zulässt, kann die Meldung zu einem Modul auch innerhalb der ersten drei Vorlesungswochen eines Semesters erfolgen.

(3) Bis spätestens eine Woche vor der ersten Prüfung in einem Modul kann die Meldung zu der entsprechenden Modulprüfung ohne Angabe von Gründen zurückgezogen werden.

(4) Ist die Teilnahme an einer Modulteilprüfung wegen Krankheit oder aus einem anderen wichtigen Grund nicht möglich, dann kann

a. die Kandidatin oder der Kandidat auf Antrag beim Zentralen Prüfungssekretariat von der Modulprüfung zurücktreten, sofern kein Ersatz für die versäumte Teilprüfung angeboten wird.

b. der Prüfungsausschuss in Absprache mit dem verantwortlichen Lehrenden im Einzelfall die Möglichkeit organisieren, das Modul zeitnah abzuschließen. Diese Möglichkeit soll insbesondere dann organisiert werden, wenn die Kandidatin oder der Kandidat bereits die Hälfte oder mehr der in dem Modul geforderten Leistungen erbracht hat. Die Gewichte der Modulteilprüfungen sind hierfür maßgeblich. Andernfalls wird diese Modulteilprüfung mit der Note mangelhaft (5,0) bewertet und geht mit dieser Note in die Berechnung der Modulnote ein.

(5) Eine nicht bestandene Modulabschlussprüfung kann zweimal wiederholt werden. Besteht die Modulprüfung aus Modulteilprüfungen, so können die einzelnen Modulteilprüfungen weder wiederholt noch nachgebessert werden. Wird eine Teilleistung mit schlechter als ausreichend (4,0) bewertet, findet eine Kompensation durch die gewichtete Einbeziehung aller Einzelnoten in dem Modul bei der Bildung der Modulnote statt.

(6) Ein Modul ist endgültig nicht bestanden, wenn die Modulabschlussprüfung oder, falls die Modulprüfung aus Modulteilprüfungen besteht, die Modulprüfung nicht mehr wiederholt werden kann.

§ 8
Masterarbeit

Die Masterarbeit kann auf Antrag in englischer Sprache abgefasst werden (vgl. § 18 der Allgemeinen Bestimmungen).

§ 9
Übergangsbestimmungen, Inkrafttreten, Außerkrafttreten und Veröffentlichung

(1) Diese fachspezifischen Bestimmungen gelten mit Wirkung für die Zukunft für alle Studierenden, die für den Masterstudiengang „Kultur und Gesellschaft“ mit dem Fach Management an der Universität Paderborn eingeschrieben sind.

(2) Diese fachspezifischen Bestimmungen treten am 1. April 2019 in Kraft. Gleichzeitig treten die fachspezifischen Bestimmungen für den Teilstudiengang Management der Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Kultur und Gesellschaft vom 16. Juni 2017 (AM. Uni.Pb. 52.17) außer Kraft. Die Zugangsregelungen gemäß § 4 gelten bereits für Einschreibungen zum Sommersemester 2019.

(3) Diese fachspezifischen Bestimmungen werden in den Amtlichen Mitteilungen der Universität Paderborn (AM. Uni.Pb) veröffentlicht.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Fakultätsrates der Fakultät für Kulturwissenschaften vom 27. Juli 2018 und des Fakultätsrats der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften vom 25. Juli 2018 sowie nach Prüfung der Rechtmäßigkeit durch das Präsidium der Universität Paderborn vom 18. Juli 2018.

Paderborn, den 29. März 2019

Die Präsidentin
der Universität Paderborn

Professorin Dr. Birgitt Riegraf

Anhang: Studienverlaufspläne der beiden Spezialisierungen

Studienverlaufsplan mit Studienbeginn Wintersemester[1]			
Semester	**Teilstudiengang Management: Spezialisierung „Management und Philosophie“**		
	Modul	**LP**	**Workload**
1. Sem.:	Einführung in die Theorie der Unternehmung	5	150
	Modul aus dem Wahlbereich Management[2]	5	150
	Einführung in die Methoden d. empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung	5	150
		15	**450**
2. Sem.:	Ökonomie, Ethik und Denken	10	300
	Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre	5	150
		15	**450**
3. Sem.:	Modul aus dem Wahlbereich Management[2]	10	300
	Modul aus dem Wahlbereich Management[2]	5	150
		15	**450**
4. Sem.:	Profilierungsmodul[3]	9	270
	Mündliche Verteidigung der Masterarbeit[3]	3	90
	Masterarbeit[3]	18	540
		30	**900**

Studienverlaufsplan mit Studienbeginn Sommersemester[1]			
Semester	**Teilstudiengang Management: Spezialisierung „Management und Philosophie“**		
	Modul	**LP**	**Workload**
1. Sem.:	Ökonomie, Ethik und Denken	10	300
	Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre	5	150
		15	**450**
2. Sem.:	Einführung in die Theorie der Unternehmung	5	150
	Modul aus dem Wahlbereich Management[2]	5	150
	Einführung in die Methoden d. empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung	5	150
		15	**450**

3. Sem.:	Modul aus dem Wahlbereich Management[2]	10	300
	Modul aus dem Wahlbereich Management[2]	5	150
		15	**450**
4. Sem.:	Profilierungsmodul[3]	9	270
	Mündliche Verteidigung der Masterarbeit[3]	3	90
	Masterarbeit[3]	18	540
		30	**900**

Studienverlaufsplan mit Studienbeginn Wintersemester[1]			
Semester	**Teilstudiengang Management: Spezialisierung „Management und Theologien im Dialog“**		
	Modul	**LP**	**Workload**
1.Sem.	Einführung in die Theorie der Unternehmung	5	150
	Modul aus dem Wahlbereich Management[2]	5	150
	Einführung in die Methoden d. empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung	5	150
		15	**450**
2.Sem.	Interreligiöse Perspektiven der Wirtschaftsethik	5	150
	Spirituality & Management	5	150
	Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre	5	150
		15	**450**
3. Sem.	Modul aus dem Wahlbereich Management[2]	5	150
	Modul aus dem Wahlbereich Management[2]	10	300
		15	**450**
4. Sem.	Profilierungsmodul[3]	9	270
	Mündliche Verteidigung der Masterarbeit[3]	3	90
	Masterarbeit[3]	18	540
		30	**900**

Studienverlaufsplan mit Studienbeginn Sommersemester[1]			
Semester	**Teilstudiengang Management: Spezialisierung „Management und Theologien im Dialog“**		
	Modul	**LP**	**Workload**
1.Sem.	Interreligiöse Perspektiven der Wirtschaftsethik	5	150
	Spirituality & Management	5	150
	Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre	5	150
		15	**450**
2.Sem.	Einführung in die Theorie der Unternehmung	5	150
	Modul aus dem Wahlbereich Management[2]	5	150
	Einführung in die Methoden d. empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung	5	150
		15	**450**
3. Sem.	Modul aus dem Wahlbereich Management[2]	5	150
	Modul aus dem Wahlbereich Management[2]	10	300
		15	**450**
4. Sem.	Profilierungsmodul[3]	9	270
	Mündliche Verteidigung der Masterarbeit[3]	3	90
	Masterarbeit[3]	18	540
		30	**900**

[1] Der Studienverlaufsplan gilt als Empfehlung und Orientierung

[2] Die Module aus dem Wahlkatalog Management können im Umfang von 5 oder 10 LP angeboten werden.

[3] Die Masterarbeit kann auch in dem anderen Fach abgelegt werden. Entsprechend ist das Profilierungsmodul dann dort zu absolvieren.

Anhang: Wahlpflichtmodule im Wahlbereich Management

Wahlpflichtmodule			
Modul-nummer	**ECTS**	**Modulname**	**Modulkoordinator**
W4114	5	Relationship Driven Selling: Theory and Practice	Prof. Dr. Andreas Eggert
W4121	10	Management- und Marketingphilosophie und –theorie	Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Klaus Rosenthal
W4115	5	Value-Based Marketing: Understanding and Communicating Customer Values in Business Markets	Prof. Dr. Andreas Eggert
W4125	10	Entrepreneurial Business Planning	Prof. Dr. Rüdiger Kabst
W4127	5	Praxis der Unternehmensgründung	Prof. Dr. Rüdiger Kabst
W5124	5	Wissensmanagement im Übergang von analogen zu digitalen Horizonten	Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Klaus Rosenthal
W4132	5	Seminar zur Organisationsökonomie	Prof. Dr. Bernd Frick
W4136	5	Applied Research Management	Prof. Dr. Bernd Frick
W4140	10	Employment Systems	Prof. Dr. Martin Schneider
W4141	10	Human Resource Management	Prof. Dr. Martin Schneider
W4164	10	Empirische Managementforschung	Prof. Dr. René Fahr
W4166	5	Seminar zur Unternehmenspolitik	Prof. Dr. René Fahr
W4168	10	Unternehmensethik	Prof. Dr. René Fahr
W4169	5	Seminar zur Wirtschafts- und Unternehmensethik	Prof. Dr. René Fahr
W4185	5	Themenbereiche der Wirtschaftsethik	Prof. Dr. René Fahr
W4186	10	Aspekte der Wirtschaftsethik	Prof. Dr. René Fahr
W4192	10	Service & Technology Management	Prof. Dr. Nancy Wünderlich
W4193	5	Praxisprojekt Innovationsmanagement	Prof. Dr. Nancy Wünderlich
W4128	5	Social Entrepreneurship – innovative Lösungen für gesellschaftliche, soziale und ökologische Probleme	Prof. Dr. Rüdiger Kabst
W4157	5	Seminar Organisationales Verhalten	Prof. Dr. Kirsten Thommes

Anhang: Modulbeschreibungen

1. Pflichtmodule

Die Modulbeschreibungen geben den aktuellen Stand der verpflichtenden Module gemäß dem Tag der Beschlussfassung der Prüfungsordnung wieder. Nachfolgende Änderungen der Modulbeschreibungen, die sich **nicht** auf den Titel des Moduls, den Workload, die Leistungspunkte, die Lehrveranstaltungen, die Inhalte, die Teilnahmevoraussetzungen, die Prüfungsformen, die Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten oder den Stellenwert der Note für die Endnote beziehen, werden unter dem Link http://wiwi.uni-paderborn.de/studium/orga/module/modulhandbuch/ veröffentlicht.

Einführung in die Methoden der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung					
Introduction to Methods of Economic and Social Research					
Modulnummer:	**Workload (h):**	**Credits:**	**Studiensemester:**	**Turnus:**	**Dauer (in Sem.):**
M.184.5161	150	5	1-2	WS	1

1 Modulstruktur:

	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt-zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	Einführung in die Methoden der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung	V	15	90	P	70
b)	Übung zu Forschungsmethoden	Ü	15	30	P	70

2 Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:

Keine.

3 Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):

Keine.

4 Inhalte:

Im Modul ‚Einführung in die Methoden der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung' erhalten die Studierenden ein Grundverständnis dafür, welche verschiedenen qualitativen und quantitativen Erhebungsmethoden in der Wirtschafts- und Sozialforschung herangezogen werden. Zudem werden die Stärken, aber auch die spezifischen Probleme bei der Anwendung der jeweiligen Methoden behandelt. Dabei wird die Erhebungsmethode immer in Zusammenhang mit dem Erkenntnisgegenstand, der Forschungsfrage und der geeigneten Auswertung besprochen. Im Fokus stehen folgende Erhebungsinstrumente, die teilweise weiter in verschiedene Arten unterteilt werden: Beobachtungsdaten, Fragebogen, Experiment, Interview.

Grundlage für die Erarbeitung ist ein umfassendes Verständnis von Wissenschaftstheorie (Kausalität, Induktion), welches zu Beginn vermittelt wird. Durch eine Einführung in wissenschaftliches Schreiben und geeigneter Ergebnisaufbereitung wird das Konzept des Moduls abgerundet, sodass die Studierenden am Ende des Semesters den gesamten Prozess eines empirischen Forschungsprojektes durchlaufen haben und das Grundverständnis für die Durchführung eines eigenen empirischen Forschungsprojektes im Bereich der Managementforschung haben.

5	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:** Die Studierenden… **Fachkompetenz Wissen** ▪ können mit Methoden in der Wirtschafts- und Sozialforschung umgehen. ▪ erlernen die Eigenschaften qualitativer und quantitativer Erhebungsmethoden in der Wirtschafts- und Sozialforschung. **Fachkompetenz Fertigkeit** ▪ wenden verschiedene Erhebungsinstrumente im wissenschaftlichen Arbeiten an. ▪ können geeignete Erhebungsinstrumente im wissenschaftlichen Arbeiten auswählen und methodische Vorgehensweisen zu Forschungsfragen im Bereich der Wirtschafts- und Sozialforschung bewerten. **Personale Kompetenz/Sozial** ▪ verbessern Kooperations- und Teamfähigkeit durch die Erarbeitung eines Forschungsprojektes in Kleingruppen. **Personale Kompetenz/Selbstständigkeit** ▪ vertiefen die Fähigkeiten zum wissenschaftlichen Arbeiten durch eigenständige Literaturrecherchen. ▪ vertiefen die Methodenkompetenzen durch eigenständige Recherche und Ausarbeitung eines Erhebungsinstruments. ▪ führen eigenständig Forschungsprojekte durch
6	**Prüfungsleistung:** [x] Modulabschlussprüfung (MAP) [] Modulprüfung (MP) [] Modulteilprüfungen (MTP)

Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
a)	Projektbericht	ca. 20 S.	100%

7	**Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:** Keine.
8	**Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:** Keine.
9	**Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:** Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.
10	**Gewichtung für Gesamtnote:** Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).
11	**Verwendung des Moduls in den Studiengängen:** M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik , M.A. Kultur & Gesellschaft.
12	**Modulbeauftragte/r:** Prof. Dr. Kirsten Thommes
12 a	**Ansprechpartner/in**
13	**Sonstige Hinweise:**

Einführung in die Theorie der Unternehmung

Introduction to the theory of enterprise

Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):
M.184.5121	150	5	1-2	WS	1

1 Modulstruktur:

	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt -zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	Einführung in die Theorie der Unternehmung	S	15	135	P	60

2 Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:

Keine.

3 Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):

Keine.

4 Inhalte:

Das Modul „Einführung in die Theorie der Unternehmung“ vermittelt den Studierenden die konstitutiven Elemente der Grundstruktur der Unternehmung nach Erich Gutenberg.

Die Spezialisierungen und Funktionsbereiche werden dabei nicht different und isoliert, und somit nicht mit ihren spezifischen Methoden und Instrumenten innerhalb der Tätigkeit des Unternehmens dargestellt und diskutiert, sondern in ihrem die Unternehmung überhaupt erst konstituierenden Gesamtzusammenhang thematisiert und reflektiert.

Nach dem Aufzeigen der geschichtlichen Entwicklung der Betriebswirtschaftslehre werden die Studierenden zur Unternehmung als Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre geleitet.

Hier setzen sie sich mit der Führung als betriebswirtschaftliche Haupttätigkeit sowie mit der Leistungserstellung und Leistungsverwertung der Unternehmung in ihren übergreifendenden, eine Unternehmung bildenden, Zusammenhängen auseinander.

Die Unternehmung wird weiterhin als Teil verschiedener Wirtschaftssysteme beleuchtet.

5 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:

Die Studierenden…

Fachkompetenz Wissen

- lernen grundlegende Begrifflichkeiten und Perspektiven der Theorie der Unternehmung nach Erich Gutenberg kennen; Geschichte und Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensführung, Leistungserstellung und -verwertung, Betrieb und Wirtschaftssystem.

Fachkompetenz Fertigkeit

- verstehen die konstitutiven Elemente der Theorie der Unternehmung, d.h. wie aus der Geschichte der BWL heraus bestimmte zentrale Funktionen, die von Unternehmen übernommen werden, den Unternehmensbegriff überhaupt erst begründen.

Personale Kompetenz/ Sozial

- arbeiten bei der Anfertigung einer Präsentation mit schriftlichen Ausarbeitung in kleinen Teams zur Förderung ihrer Kooperations-, Koordinations-, Kommunikations- und Teamfähigkeit.

Personal Kompetenz/ Selbstständigkeit

vertiefen ihre Fähigkeiten zum wissenschaftlichen Arbeiten durch Recherche der Literatur und eigenständige Herausarbeitung fachspezifischer Inhalte bei der Anfertigung einer Präsentation mit schriftlicher Ausarbeitung.

<table>
<tr><td>6</td><td>Prüfungsleistung:
[] Modulabschlussprüfung (MAP) [x] Modulprüfung (MP) [] Modulteilprüfungen (MTP)
<table>
<tr><th>Zu</th><th>Prüfungsform</th><th>Dauer bzw. Umfang</th><th>Gewichtung für die Modulnote</th></tr>
<tr><td>a)</td><td>Hausarbeit mit Präsentation
(in Gruppenarbeit)</td><td>8-12 Min. (pro Student);
4-6 S.
(pro Student)</td><td>100%</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>7</td><td>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:
Keine.</td></tr>
<tr><td>8</td><td>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:
Keine.</td></tr>
<tr><td>9</td><td>Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:
Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.</td></tr>
<tr><td>10</td><td>Gewichtung für Gesamtnote:
Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).</td></tr>
<tr><td>11</td><td>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:
M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik , M.A. Kultur & Gesellschaft.</td></tr>
<tr><td>12</td><td>Modulbeauftragte/r:
Prof. Dr. Prof. E.h. Dr. h.c. mult. Rosenthal</td></tr>
<tr><td>12a</td><td>Ansprechpartner/in:
Anne-Katrin Freiboth</td></tr>
<tr><td>13</td><td>Sonstige Hinweise:</td></tr>
</table>

Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre

Introduction to the theories of modern Business Administration

Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):
M.184.5122	150	5	1- 2	SS	1

1 Modulstruktur:

	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt-zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre	V/Ü	30	120	P	60

2 Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:

Keine.

3 Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):

Keine.

4 Inhalte:

Das Modul „Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre“ vermittelt den Studierenden vertiefende Kenntnisse der Methoden und Instrumente einzelner unternehmerischer Funktionen aus einer managementorientierten Perspektive – primär Management, Organisation und Personal.

Spezifische, praxisrelevante Problemstellungen dieser Funktionen werden dabei differenziert, dezidiert und lösungsorientiert diskutiert – unter Berücksichtigung moderner Konzepte, Modelle und Theorien.

Es werden beispielsweise thematisiert:

- Definitorische Abgrenzungen von Management, Organisation und Personal
- Managementtechniken und -modelle
- Managementfunktionen
- Unternehmenskultur mit interkulturellem Management
- Führungsstile
- Strategisches Management (z. B. Wettbewerbsanalyse, Erfahrungskurve, Marktwachstums-/Marktanteils-Portfolio, Benchmarking, Produkt-/Marktstrategien, Wettbewerbsstrategien, Kernkompetenzen, Balanced Scorecard)
- Aufbau- und Ablauforganisation
- Organisationstheoretische Ansätze (z. B. Scientific Management, Administrative Ansätze, Human-Relations-Ansatz, Situative Ansätze, Institutionenökonomische Ansätze)
- Organisationsformen mit ihren jeweiligen Strukturierungsprinzipen
- Konzepte des geplanten organisatorischen Wandels (z. B. Business Reengineering, Organisationsentwicklung)
- Personalbedarfsermittlung, Personalbeschaffung, Personaleinsatz, Personalmotivation und -honorierung, Personalentwicklung und Personalfreistellung

Diese Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre bietet den Studierenden ein tiefgreifendes Verständnis über relevante Themen der betriebswirtschaftlichen Praxis spezieller Funktionen eines Unternehmens aus aktueller Sicht.

5	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:** Die Studierenden… **Fachkompetenz Wissen** ▪ lernen vordergründig die unternehmerischen Funktionen Management, Organisation und Personal kennen, vertiefen ihre Kenntnisse der Methoden und Instrumente dieser unternehmerischen Funktionen sowie die ihnen zugrundeliegenden Konzepte, Modelle und Theorien. **Fachkompetenz Fertigkeit** lernen die funktionsspezifischen Begriffe und Konzepte auf relevante Problemstellungen anzuwenden und unter Einbezug gegenwärtiger wirtschaftlicher Geschehnisse zu analysieren, zu transferieren und kontrovers zu diskutieren. **Personale Kompetenz/ Sozial** ▪ arbeiten bei der Präsentation von Übungsaufgaben und Diskussionsfragen innerhalb der Vorlesung mit. **Personale Kompetenz/ Selbstständigkeit** bereiten die Inhalte der Vorlesung selbstständig vor und nach.
6	**Prüfungsleistung:** [X] Modulabschlussprüfung (MAP) [] Modulprüfung (MP) [] Modulteilprüfungen (MTP)

Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
a)	Klausur	90 Min	100%

7	**Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:** Keine.
8	**Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:** Keine.
9	**Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:** Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.
10	**Gewichtung für Gesamtnote:** Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).
11	**Verwendung des Moduls in den Studiengängen:** M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik , M.A. Kultur & Gesellschaft.
12	**Modulbeauftragte/r:** Prof. Dr. Prof. E.h. Dr. h.c. mult. Rosenthal
12 a	**Ansprechpartner/in:** Anne-Katrin Freiboth
13	**Sonstige Hinweise:**

Ökonomie, Ethik und Denken

Economy, Ethics and Thoughts

Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):
M.184.4122	300	10	1-2	SS	1

1 Modulstruktur:

	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt-zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	Vorlesung zu Ökonomie, Ethik und Denken	V	30	120	P	25
b)	Seminar zu Ökonomie, Ethik und Denken	S	30	120	P	25

2 Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls

Keine.

3 Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):

Keine.

4 Inhalte:

Die bisherige philosophische, ethische, moralische oder politische Wissenschaft hat ihre zentralen Begriffe und Ziele stets gegen die Ökonomie zu bestimmen versucht und dabei Ökonomiebeherrschung probiert und propagiert. Dieses Unterfangen aber steht den Kategorien des Denkens selbst diametral entgegen und hat die Ökonomie überhaupt erst zur global mächtigsten Ideologie gemacht. Dieses Dilemma ist nach über zweieinhalb Jahrtausenden zur Grund-Einsicht zu bringen, da dieses Paradox geradezu die Realität bewirkt hat, gegen die immer noch idealistisch in „guter Absicht“ moralisiert wird. Das Modul thematisiert diese Problematik und diskutiert die Zusammenhänge der Kategorien des Denkens als Kategorien des Marktes und der Unternehmung. Diese werden gegen die Wunschideologie der „guten Absicht“ der Ökonomiebeherrschung als Konzepte der sogenannten „Bürgerlichen Gesellschaft“ und des Staates („Politik“) gesetzt. Dabei wird auch der Unterschied zwischen Ethik und Moral deutlich.

Das Modul wird in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Ruth Hagengruber (Philosophie) angeboten.

5 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:

Die Studierenden…

Fachkompetenz Wissen

- erlangen durch Definition und Bestimmung grundlegender gemeinsamer Begriffe und Kategorien vertiefende Kenntnisse über strukturelle Zusammenhänge von Philosophie und Ökonomie
- können wesentliche Positionen und Argumente der Ideen- und Geistesgeschichte zueinander in Beziehung setzen
- erkennen Entwicklungstendenzen vor dem Hintergrund sich verändernder gesellschaftlicher Realitäten und ökonomischer Problemstellungen und gewinnen Perspektiven für zukünftige Entwicklungen

Fachkompetenz Fertigkeit

- entwickeln eine ausgeprägte Fähigkeit zur detaillierten Analyse und Beurteilung ökonomisch-philosophischer Sachverhalte
- können unter Rekurs auf die Kenntnis vergangener Entwicklungstendenzen begründet und differenziert Stellung zu aktuellen und zukünftigen Problemhorizonten nehmen
- konzipieren differenzierte wissenschaftliche Argumentationen durch die Einordnung, Abwägung und Kritik der die Dogmengeschichte prägenden Positionen
- entwickeln erfolgreiche Strategien um Umgang mit abstrakten und komplexen Theorietexten

	▪ verbinden philosophische und ökonomische Argumentationsweisen zu interdisziplinären Ansätzen ▪ präsentieren die Ergebnisse eigener Forschung systematisch und argumentativ stringent **Personale Kompetenz/Sozial** ▪ entwickeln durch Gruppendiskussionen eine ausgeprägte Fähigkeit zur Kritik, insbesondere auch Selbstkritik ▪ vertreten eigene Standpunkte begründet und sicher ▪ entwickeln interdisziplinäre Diskurse **Personale Kompetenz/ Selbstständigkeit** ▪ erarbeiten, präzisieren und planen eigene Forschungsvorhaben ▪ reflektieren Veranstaltungsinhalte und setzen diese in Beziehung zu eigenen Forschungsinteressen ▪ bewerten Argumente kritisch in Bezug auf ökonomische, soziale und politische Dimensionen
6	**Prüfungsleistung:** [] Modulabschlussprüfung (MAP) [] Modulprüfung (MP) [x] Modulteilprüfungen (MTP)

zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
a)	Portolio	5 S.	50%
b)	Hausarbeit mit Präsentation	15 S. ca. 10 Min.	50%

7	**Studienleistung/qualifizierte Teilnahme** Keine.
8	**Voraussetzung für die Teilnahme an Prüfungen** Keine.
9	**Voraussetzung für die Vergabe von Credits:** Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.
10	**Gewichtung für Gesamtnote** Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).
11	**Verwendung des Moduls in den Studiengängen:** M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik , M.A. Kultur & Gesellschaft.
12	**Modulbeauftragte/r:** Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Klaus Rosenthal
12 a	**Ansprechpartner/in:** Sören Middeke
13	**Sonstige Hinweise:** **Unterrichtssprache:** Deutsch

Interreligiöse Perspektiven der Wirtschaftsethik

Interreligious Perspectives on Business Ethics

Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):
M.184.5162	150	5	1-2	SS	1

1 Modulstruktur:

	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt-zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	Interreligiöse Perspektiven der Wirtschaftsethik	S	30	120	P	20

2 Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:

Keine.

3 Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):

Keine.

4 Inhalte:

Während in den Religionen selbst die Zusammenführung von Ökonomie und Religion seit jeher Teil des Bestands an Bestimmungen und Bräuchen ist – so finden sich beispielsweise Wucher, Zinsverbot und Geldkritik sowie Vertragstreue und Anstandsregeln in fast allen Glaubensrichtungen wieder – erlangen die von den verschiedenen Religionen angebotenen normativen Ansätze in der Ökonomie als Wissenschaft und akademische Disziplin kaum Beachtung. Doch nicht zuletzt die Weltwirtschaftskrise der letzten Jahre hat deutlich gemacht, wie zweifelhaft die in der gegenwärtigen Wirtschaftsordnung vorherrschenden ethischen Standards sind und lassen den Ruf nach Leitlinien verantwortlichen Handelns lauter werden. Neben der Wirtschaftsethik, die sich als Versuch versteht, moralische Werte und Normen in den Rahmen einer modernen Marktwirtschaft zu integrieren, lassen sich auch aus den Religionen heraus ebensolche Ansätze für ein verantwortungsvolleres und nachhaltigeres Wirtschaften entwickeln. Ziel des Moduls ist es, zentrale Grundlagen, Methoden und Denkfiguren einer interreligiösen Wirtschaftsethik zu erarbeiten, anhand ausgewählter Vertiefungsthemen erproben und kritisch reflektieren.

5 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:

Die Studierenden…

Fachkompetenz Wissen

- kennen die grundlegenden wirtschaftsethisch relevanten Problemstellungen und können diese beschreiben.
- kennen die zentralen Grundlagen, Konzepte und Denkfiguren einer interreligiösen Wirtschaftsethik.
- erlangen vertiefende Kenntnisse in fachspezifischen Wissensgebieten durch Aufarbeitung ausgewählter Vertiefungsthemen.

Fachkompetenz Fertigkeit

- analysieren wirtschaftsethische Texte und können den Argumentationsgang rekonstruieren.
- wenden wirtschaftsethische Kompetenz zur Beschreibung und Analyse konkreter Problemstellungen an.

Personale Kompetenz/Sozial

- stellen ihre Ausarbeitung mit Hilfe geeigneter Präsentationsmedien vor und vertreten diese im Rahmen einer Plenumsdiskussion argumentativ.
- erarbeiten in Kleingruppen eigenverantwortlich ausgewählte Vertiefungsthemen.
- bringen sich in den geführten Leseübungen durch aktive Mitarbeit ein.

<table>
<tr><td></td><td>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit
▪ reflektieren und bewerten ökonomische Handlungsoptionen und Entscheidungssituationen auf Basis (wirtschafts-)ethischer Ansätze.
▪ sind in der Lage, aktuelle Problemstellungen und wirtschaftsethische Überlegungen in einen theoretischen Rahmen einzuordnen, innerhalb dieses Rahmens konsistent zu argumentieren und in einer wissenschaftlich fundierten Arbeit zu verschriftlichen.</td></tr>
<tr><td>6</td><td>Prüfungsleistung:
[] Modulabschlussprüfung (MAP) [x] Modulprüfung (MP) [] Modulteilprüfungen (MTP)
<table>
<tr><th>Zu</th><th>Prüfungsform</th><th>Dauer bzw. Umfang</th><th>Gewichtung für die Modulnote</th></tr>
<tr><td>a)</td><td>Hausarbeit mit Präsentation</td><td>20 S.
30 Min.</td><td>100%</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>7</td><td>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:
Keine.</td></tr>
<tr><td>8</td><td>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:
Keine.</td></tr>
<tr><td>9</td><td>Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:
Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.</td></tr>
<tr><td>10</td><td>Gewichtung für Gesamtnote:
Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).</td></tr>
<tr><td>11</td><td>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:
M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik , M.A. Kultur & Gesellschaft.</td></tr>
<tr><td>12</td><td>Modulbeauftragte/r:
Prof. Dr. René Fahr</td></tr>
<tr><td>12 a</td><td>Ansprechpartner/in:
Lisa Werner</td></tr>
<tr><td>13</td><td>Sonstige Hinweise:
Unterrichts- und Prüfungssprache des Moduls ist Deutsch. Die zugrunde liegende Literatur kann zum Teil englischsprachig sein.</td></tr>
</table>

Spirituality & Management

Spirituality & Management

Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester	Turnus:	Dauer (in Sem.):
M.184.4149	150	5	1-4	SS	1

1 Modulstruktur:

	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt-zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	Spirituality & Management	S	30	120	P	20-30

2 Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls

Keine.

3 Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):

It is recommended that students have studied some basic course in HRM before attending the module.

4 Inhalte:

There is in the Western management literature growing evidence which suggests the need for promoting spirituality among individuals, business organizations, and corporate leaders at large. The spiritual engagement is sought to improve the quality of life as also the performance of organizations in a world ridden with problems.

The course reviews the critical 'wisdom literature' of ancient Indian traditions and examines how these precepts and practices can complement and enrich contemporary businesses and global managerial frame. In addition, the course seeks to emphasize that if organizations follow these precepts and practices, a higher level of sustainable growth is possible to achieve.

India has had a long unbroken tradition of spirituality as a life process. Its ancient metaphysical literature is concerned as much with deeper philosophical and spiritual issues of human values as it is with the question of individual behavior, models of social functioning, leadership and organizational governance.

The course consists of the following components: (i) Understanding "spirituality" and gaining insights into its new found appeal in academia and management discourse (ii) Understanding and analyzing the cardinal tenets of Indian thoughts (Vedanta, Buddhism, Jainism) and the ancient treatise on economy and state (iii) Harnessing the spirit and influence of Vedanta in modern management and exploring alternative models of management for a more sustainable and globalized economy (iv) Internalizing /imbibing tenets of ancient learning, to actualize individual potential for taking up effective managerial roles.

5 Lernergebnisse /learning outcomes, Kompetenzen:

Students…

Fachkompetenz Wissen

- understand the nature and meaning of spirituality.
- gain adequate understanding of and insight into the key tenets of ancient Indian wisdom in literature used in the course.
- underline the links between ancient thoughts with modern management theories.

Fachkompetenz Fertigkeit

- develop a framework in the context of one's own individual, social and organizational settings.
- practice ancient techniques of yoga and meditation for self-actualization and promoting a positive personality.
- develop sensitivity and perception in both ones' personal and professional lives.
- identify the meaning and influence of spirituality to organizational members and performance.
- acquire techniques for reflection and self-management.
- acquire strategies of gathering knowledge.
- design a seminar paper.

<table>
<tr><td></td><td>

Personale Kompetenz/Sozial

- form groups
- participate in an interactive seminar and debate about central concepts of spirituality and management practices

Personale Kompetenz/Selbstständigkeit:

- search for information and literature
- prepare a presentation and present own results

</td></tr>
<tr><td>6</td><td>

Prüfungsleistung:

[X] Modulabschlussprüfung (MAP) [] Modulprüfung (MP) [ ] Modulteilprüfungen (MTP)

<table>
<tr><th>zu</th><th>Prüfungsform</th><th>Dauer bzw. Umfang</th><th>Gewichtung für die Modulnote</th></tr>
<tr><td>a)</td><td>Hausarbeit</td><td>12 S.</td><td>100%</td></tr>
</table>

</td></tr>
<tr><td>7</td><td>

Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:

Keine.

</td></tr>
<tr><td>8</td><td>

Voraussetzung für die Teilnahme an Prüfungen:

Keine.

</td></tr>
<tr><td>9</td><td>

Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:

Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.

</td></tr>
<tr><td>10</td><td>

Gewichtung für Gesamtnote:

Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).

</td></tr>
<tr><td>11</td><td>

Verwendung des Moduls in den Studiengängen:

M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, , M.A. Kultur & Gesellschaft.

</td></tr>
<tr><td>12</td><td>

Modulbeauftragte/r:

Prof. Dr. Martin Schneider

</td></tr>
<tr><td>12a</td><td>

Ansprechpartner/in:

Prof. Dr. Martin Schneider

</td></tr>
<tr><td>13</td><td>

Sonstige Hinweise:

A detailed list of topics, course reader and bibliography will be made available before the course begins.

Unterrichts- und Prüfungssprache: English.

</td></tr>
</table>

Profilierungsmodul

Profiling module

Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester	Turnus:	Dauer (in Sem.):
M.184.5199	270	9	4	SS,WS	1

1 Modulstruktur:

	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt-zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	Wahlveranstaltung mit inhaltlichem Bezug zum Thema der Masterarbeit	S	30	150	P	60
b)	Projektarbeit/Kolloquium			90	P	60

2 Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls

Keine.

3 Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):

Keine.

4 Inhalte:

Im Profilierungsmodul wird der für die Masterarbeit gewählte thematische Schwerpunkt in einer Wahlveranstaltung und einer Projektarbeit inklusive einem Kolloquium vertiefend verfolgt. Die Wahlveranstaltung wird dabei in Absprache mit dem Betreuer/der Betreuerin der Masterarbeit festgelegt, um eine adäquate inhaltliche Verknüpfung zu gewährleisten. Bei der Veranstaltung handelt es sich um ein Seminar aus dem Wahlkatalog Management. Die Projektarbeit bereitet die Studierenden auf der Erstellung ihrer Masterarbeit vor und fokussiert neben einer inhaltlichen Vorbereitung insbesondere die Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens.

5 Lernergebnisse /learning outcomes, Kompetenzen:

Die Studierenden…

Fachkompetenz Wissen

- vertiefen bereits erworbene Fachkenntnisse innerhalb der Wahlveranstaltung.

Fachkompetenz Fertigkeit

- können fachwissenschaftliche Fragestellungen aufbereiten, strukturieren und darstellen können auf Forschungsniveau wissenschaftlich arbeiten.

Personale Kompetenz/Sozial

- erarbeiten und diskutieren Forschungsergebnisse in Gruppen.

Personale Kompetenz/Selbstständigkeit:

- entwickeln die Fähigkeit zur eigenständigen Recherche weiter.

6 Prüfungsleistung:

[X] Modulabschlussprüfung (MAP) [] Modulprüfung (MP) [ ] Modulteilprüfungen (MTP)

zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
a)	Hausarbeit mit Präsentation	10-20 S. / 10-20 Min.	100%

7 Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:

Keine.

8	**Voraussetzung für die Teilnahme an Prüfungen:** Keine.
9	**Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:** Voraussetzung für den Abschluss des Moduls und die Vergabe der Leistungspunkte ist das Bestehen der Modulabschlussprüfung sowie die qualifizierte Teilnahme an den Lehrveranstaltungen. Die qualifizierte Teilnahme ist in Form einer Präsentation, schriftlicher Ausarbeitung oder in Form der Teilnahme an einer Kurzklausur nachzuweisen.
10	**Gewichtung für Gesamtnote:** Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).
11	**Verwendung des Moduls in den Studiengängen:** M.A. Kultur und Gesellschaft
12	**Modulbeauftragte/r:** Fahr, René / Rosenthal, Klaus
12 a	**Ansprechpartner/in:** Fahr, René / Rosenthal, Klaus
13	**Sonstige Hinweise:**

2. Modulbeschreibungen der Module aus dem Wahlbereich Management:

Relationship Driven Selling: Theory & Practice

Relationship Driven Selling: Theory & Practice

Modulnummer:	Workload	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):
M.184.4114	150	5	2-3	WS	1

1 Modulstruktur:

	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt -zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	Relationship Focused Selling	V	15	60	P	20
b)	Sales Training	Ü	15	60	P	20

2 Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:
Keine.

3 Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):
Keine.

4 Inhalte:
The class is taught by our guest professor Prof. James A. Eckert, Ph.D.

Contrary to many predictions, the sales function has not disappeared with the advent of modern B2B web and information sharing capabilities. In fact it is becoming increasing clear that the selling function is becoming even more important in a world where buying and selling information has become much more transparent, making the buy-sell interactions and the ensuing relationships even more important to both firms' success. Thus, in the world of B2B Marketing, the sales function is still key. However, the emphasis has changed. We now see a world where the salesperson is charged with being an adaptive, relationship builder, not a transaction creator.

This course will delve into that world. Specifically, this course will have two components: (1) a theoretical review of key sales management material as it relates to adaptive, relationship focused selling, and (2) a corporate style sales training approach designed to allow students to build the practical selling and communication skills necessary to function as an adaptive, relationship focused salesperson. This course will involve reading, lectures, discussions, exams, and interactive exercises such as role-plays and cases.

5 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:
Students are…

Fachkompetenz Wissen
- gaining knowledge of key sales management theories as they relate to adaptive relationship focused selling
- gaining knowledge of key sales management methods of adaptive relationship focused selling.

Fachkompetenz Fertigkeit
- building practical selling and communication skills necessary to function as an adaptive, relationship focused salesperson.
- developing understanding for selection and evaluation of key sales management theories and methods of adaptive relationship focused selling.

Personale Kompetenz / Sozial
- acquiring written and oral communication skills (in English), selling skills and team working skills.

Personale Kompetenz / Selbstständigkeit
- learning strategies of gathering knowledge and applying that knowledge to different situations; acting as a sales person for a company

6	**Prüfungsleistung:** [] Modulabschlussprüfung (MAP) [] Modulprüfung (MP) [X] Modulteilprüfungen (MTP)

Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
a)	Präsentation mit Hausarbeit	10 S./10 Min.	55%
b)	Übungen im sales training mit Ausarbeitung	10-15 S.	45%

7	**Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:** Keine.
8	**Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:** Keine.
9	**Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:** Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.
10	**Gewichtung für Gesamtnote:** Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).
11	**Verwendung des Moduls in den Studiengängen:** M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen, M.A. Kultur & Gesellschaft.
12	**Modulbeauftragte/r:** Prof. Dr. Andreas Eggert
12 a	**Ansprechpartner**
13	**Sonstige Hinweise:** **Unterrichtssprache/ teaching language**: English

Value-Based Marketing: Understanding and Communicating Customer Value in Business Markets

Value-Based Marketing: Understanding and Communicating Customer Value in Business Markets

Modulnummer:	Workload	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):
M.184.4115	150	5	2-3	WS	1

1 Modulstruktur:

	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt -zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	Customer Value Management	V	15	60	P	20
b)	Customer Value Model Project	Ü	15	60	P	20

2 Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:
Keine.

3 Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):
Keine.

4 Inhalte:

Value-based marketing is a progressive, practical approach to marketing management that has two basic goals: (1) deliver superior value to targeted markets, market segments, or individual customers, (2) get an equitable return on the value delivered.

Value-based marketing encompasses those management activities that enable a firm to understand, create, and deliver value to other businesses, governments, institutional customers and/or consumers.

Customer value is "the worth in monetary terms of the economic, technical, service, and social benefits a customer receives in exchange for the price it pays for a market offering."

After developing a thorough understanding of value as the cornerstone of marketing, the course introduces the customer value model as a practically applicable approach to assess customer value and explores the strategic issues of segmenting, targeting, and positioning. Further on, it delineates how pricing and selling approaches can be built on a thorough understanding of customer value. The course also deals with commoditization in business markets and offers insights on how to manage customers for profit.

Value-Based Marketing ist ein progressive und praxisorientierter Ansatz im Marketing Management, der zwei grundlegen Ziele verfolgt: 1) einen höheren Wert in Zielmärkte, -Segmente oder Kunden zu bringen und 2) einen ausreichenden Return of den gelieferten Wert zu erreichen.

Value-Based Marketing beinhaltet die Managementaktivitäten, die es einem Unternehmen ermöglichen, einen Wert für andere Unternehmen, Regierungen, institutionelle Kunden oder Konsumenten zu verstehen, aufzubauen und zu übermitteln.

Customer Value ist „der Wert in Geldeinheiten von ökonomischen, technischen, service- oder sozialen Vorteilen im Austausch für den Preis, der für ein Gut gezahlt wird.

Nachdem ein fundiertes Verständnis für die Bedeutung dieses Werts als Grundpfeiler von Marketing entwickelt wird, führt das Modul das Customer-Value-Modell als einen praktischen Zugang ein, um den Customer Value zu bewerten und behandelt die strategischen Aspekte der Segmentierung, Targeting und der Positionierung. Weiterhin wird aufgezeigt, wie Pricing und Verkaufsansätze auf Basis des Verständnisses des Customer Value Modells entwickelt werden können.

5	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:** Students … **Fachkompetenz Wissen** ▪ gain knowledge of key concepts, tools, and business practice of value-based marketing. **Fachkompetenz Fertigkeit** ▪ learn to build value-in-use models to calculate and persuasively demonstrate customer value for different business market offerings **Personale Kompetenz / Sozial** ▪ are encouraged to reflect and evaluate value-based marketing against other concepts, tools and business practices and enables them to make informed decisions on the choice of appropriate marketing management approaches. ▪ improve their collaboration and teamworking skills as well as oral and written English communication skills **Personale Kompetenz / Selbstständigkeit** ▪ apply value-in-use assessment as a foundation to approach the strategic managerial challenges of segmenting, targeting, and positioning as well as pricing.
6	**Prüfungsleistung:** [] Modulabschlussprüfung (MAP) [] Modulprüfung (MP) [X] Modulteilprüfungen (MTP)

Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
a)	Klausur	30-60 Min	30%
a)	mündliche Beteiligung und Quiz zu Fallstudien		30%
b)	Projektarbeit	10-15 S.	40%

7	**Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:** Keine.
8	**Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:** Keine.
9	**Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:** Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.
10	**Gewichtung für Gesamtnote:** Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).
11	**Verwendung des Moduls in den Studiengängen:** M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen, M.A. Kultur & Gesellschaft.
12	**Modulbeauftragte/r:** Prof. Dr. Andreas Eggert
12 a	**Ansprechpartner**
13	**Sonstige Hinweise:** **Unterrichtssprache/ teaching language**: English

Management- und Marketingphilosophie und -theorie

Philosophy and Theory of Management and Marketing

Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):
M.184.4121	300	10	2-3	WS	1

1 Modulstruktur:

	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt -zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	Marketing-Philosophie	V/Ü	30	120	P	40
b)	Marketing-Seminar	S	30	120	P	40

2 Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:

Keine.

3 Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):

Keine.

4 Inhalte:

Das Modul Management- und Marketingphilosophie und -theorie führt historisch und systematisch in die Dogmengeschichte der Wissenschaften auf der einen und der Ökonomie auf der anderen Seite ein. Die Vorlesung verfolgt dabei eine Analyse elementarer ökonomischer Kategorien und Begriffe wie „Gut“ oder „Bedürfnis“ von ihrem Ursprung in der griechischen Antike her und unternimmt eine wissenschaftliche Rekonstruktion der Management- und Marketingtheorie. Ausgehend von der Kenntnis der elementaren strukturellen Entwicklungs- und Veränderungsprozesse werden zukünftige Management- und Marketingprobleme für Wissenschaft und Praxis identifiziert und diskutiert. Die Veranstaltung fokussiert daher weniger das Wissen um Instrumente, sondern vielmehr das Wissen um grundsätzliche ökonomische Zusammenhänge. Die Inhalte der Vorlesung werden im Seminar vertieft und weitergeführt.

5 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:

Die Studierenden…

Fachkompetenz Wissen

- erlangen durch Definition und Bestimmung der grundlegenden Begriffe und Kategorien der Management- und Marketingtheorie vertiefende Kenntnisse über ökonomische Zusammenhänge
- erlangen durch die Identifizierung wesentlicher Eckpunkte der wissenschaftlichen und ökonomischen Dogmengeschichte die Fähigkeit zur detaillierten Einschätzung zukünftiger Entwicklungsperspektiven in Wissenschaft und Praxis
- können Positionen und Argumente zueinander in Beziehung setzen

Fachkompetenz Fertigkeit

- entwickeln eine ausgeprägte Fähigkeit zur detaillierten Analyse und Beurteilung ökonomischer Sachverhalte
- können unter Rekurs auf die Kenntnis vergangener Entwicklungstendenzen begründet und differenziert Stellung zu aktuellen und zukünftigen Management- und Marketingproblemen nehmen
- erlangen Problemlösekompetenz durch den Erwerb von bloßem Instrumentalwissen zugrundeliegendem Zusammenhangswissen
- konzipieren differenzierte wissenschaftliche Argumentationen durch die Einordnung, Abwägung und Kritik der die Dogmengeschichte prägenden Positionen
- entwickeln erfolgreiche Strategien um Umgang mit abstrakten und komplexen Theorietexten

	Personale Kompetenz/Sozial ▪ präsentieren die Ergebnisse eigener Forschung systematisch und argumentativ stringent ▪ entwickeln durch Gruppendiskussionen eine ausgeprägte Fähigkeit zur Kritik, insbesondere auch Selbstkritik ▪ vertreten eigene Standpunkte begründet und sicher **Personale Kompetenz/Selbstständigkeit** ▪ erarbeiten, Präzisieren und planen eigene Forschungsvorhaben ▪ reflektieren Veranstaltungsinhalte und setzen diese in Beziehung zu eigenen Forschungsinteressen ▪ bewerten Argumente kritisch in Bezug auf ökonomische, soziale und politische Dimensionen
6	**Prüfungsleistung:** [] Modulabschlussprüfung (MAP) [x] Modulprüfung (MP) [] Modulteilprüfungen (MTP)

zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
a) b)	Hausarbeit mit Präsentation	15 S./10 Min.	100%

7	**Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:** Keine.
8	**Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:** Keine.
9	**Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:** Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.
10	**Gewichtung für Gesamtnote:** Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).
11	**Verwendung des Moduls in den Studiengängen:** M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen, M.A. Kultur & Gesellschaft.
12	**Modulbeauftragte/r:** Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Klaus Rosenthal
12 a	**Ansprechpartner/in:** Sören Middeke
13	**Sonstige Hinweise:** **Unterrichtssprache: Deutsch**

Entrepreneurial Business Planning

Entrepreneurial Business Planning

Modulnummer:	Workload	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):
M.184.4125	300	10	2-3	Jedes WS	1

1 Modulstruktur:

	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt -zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	Entrepreneurial Business Planning Vorlesung	V	30	120	P	60
b)	Entrepreneurial Business Planning Übung	Ü	30	120	P	60

2 Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:
Keine.

3 Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):
Keine.

4 Inhalte:
Das Modul vermittelt fortgeschrittene und anwendungsorientierte Aspekte des Gründungsmanagements. Folgende Aspekte und Themen werden dabei umfasst:

- Von der Idee zur Chance und Gelegenheit
- Kreativität und Unternehmensideen
- Erstellung des Business Plans
  - · Unternehmensgründung
  - · Marketingplanung
  - · Organisationsplanung
  - · Finanzplanung

Die Projektarbeit entspricht der Anfertigung eines Businessplans zu einer fiktiven oder realen Gründungsidee. Dieser Businessplan muss in Gänze alle wichtigen Fragestellungen einer Gründung beantworten, z.B. die Finanzplanung und die Analyse der Wettbewerbssituation.

Die Projektarbeiten werden in Kleingruppen erstellt. Die Gruppengröße kann je nach Teilnehmerzahl variieren (max. 3 Personen).

5 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:
Die Studierenden…

Fachkompetenz Wissen

- erwerben fortgeschrittene Kenntnisse und ein tiefgreifendes Verständnis theoretischer und anwendungs-bezogener Fragestellungen des Gründungsmanagements und Entrepreneurship.

Fachkompetenz Fertigkeit

- können eigenständig wissenschaftliche Erkenntnissen. Formulierung sammeln, bewerten und interpretieren, argumentativ verteidigen und fachbezogene Positionen und Problemlösungen kritisch würdigen.
- können Gründungsideen und Geschäftsmöglichkeiten einschäzurn

Personale Kompetenz/Sozial

- bilden Lerngruppen und vertiefen das Erlernte.
- diskutieren Ideen und präsentieren eigene Lösungen
- organisieren weiterführende Lernprozesse in Bezug auf reale/fiktive Gründungen und praktische Anwendung selbstständig.

	Personal Kompetenz/Selbstständigkeit ▪ suchen den Austausch mit Fachvertretern und Laien über Informationen, Ideen, Problemfelder und Lösungen des behandelten Fachgebiets. ▪ präsentieren ihre eigenen Gründungsideen vor einem Fachpublikum.
6	**Prüfungsleistung:** [x] Modulabschlussprüfung (MAP) [] Modulprüfung (MP) [Modulteilprüfungen (MTP)

Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
a)	Projektarbeit	15 S.	100%

7	**Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:** Keine.
8	**Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:** Keine.
9	**Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:** Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.
10	**Gewichtung für Gesamtnote:** Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).
11	**Verwendung des Moduls in den Studiengängen:** M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen, M.A. Kultur & Gesellschaft.
12	**Modulbeauftragte/r:** Prof. Dr. Rüdiger Kabst
12 a	**Ansprechpartner** Julia Wegge
13	**Sonstige Hinweise:**

Praxis der Unternehmensgründung

Practice in Company Start-Ups

Modulnummer:	Workload	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):
M.184.4127	150	5	2-3	WS	1

1 Modulstruktur:

	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt -zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	Praxis der Unternehmensgründung	V	30	120	P	150

2 Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:
Keine.

3 Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):
Keine.

4 Inhalte:
Das Modul besteht aus der Vorlesungsreihe SIGMA, die wöchentlichen Vorträge von Praktikern zur Unternehmensgründung aus der Universität enthält.
Die SIGMA Vorlesungsreihe beinhaltet gründungsthematische Inhalte und vermittelt unternehmerisches Basiswissen. Referenten aus der Praxis präsentieren u.a. folgende Themen: Patent- und Lizenzrecht, Finanzierungsmodelle, Rechtsformwahl, Marketing, Personal, Rechnungs- und Steuerwesen, sowie Informationen über Fördermaßnahmen. Informationen zu den verschiedenen Vorträgen erhalten Sie unter auf der Website: http://www.sigma-paderborn.de/. Es gibt keine weitere Vorlesung oder Übung im klassischen Sinne. Die Prüfungsleistung ist durch die Abgabe einer Projektarbeit in Form eines Businessplans zu erbringen. Es können auch reale Gründungsideen als Projekt erarbeitet werden.
Für die Vorlesungsreihe SIGMA besteht keine Anwesenheitspflicht und es können keine zusätzlichen Punkte durch die Anwesenheit erworben werden.

5 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:
Die Studierenden…
Fachkompetenz Wissen
- besitzen aktuelles Wissen über gründungsorientierte Themen wie Patent- und Lizenzrecht, Finanzierungsmodelle, Rechtsformwahl, Marketing, Personal, Rechnungs- und Steuerwesen, Informationen über Fördermaßnahmen.**Fachkompetenz Fertigkeit**
- erlernen konkrete Maßnahmen zur Ausarbeitung einer Gründungsidee, die sie direkt anhand eines eigenständig angefertigten Businessplans umsetzen.
- können beliebige Entscheidungen unter Unsicherheit formal strukturieren und lösen.
- setzen die erlernten Maßnahmen dann kreativ in Form einer Ideenskizze um.

Personale Kompetenz/Sozial
- bilden Lerngruppen und vertiefen das Erlernte.
- diskutieren Ideen und präsentieren eigene Lösungen

Personal Kompetenz/Selbstständigkeit
- können das erlernte Fakten- und Methodenwissen zu wirtschaftlichen und technischen Sachverhalten auf ein konkretes Gründungsprojekt übertragen. Darüber hinaus erlangen die Studierenden fortgeschrittene Fähigkeiten, Gründungskonzepte und Gründungsideen realistisch und strukturiert einschätzen zu können.

<table>
<tr><td>6</td><td>Prüfungsleistung:
[x] Modulabschlussprüfung (MAP) [] Modulprüfung (MP) [Modulteilprüfungen (MTP)
<table>
<tr><th>Zu</th><th>Prüfungsform</th><th>Dauer bzw. Umfang</th><th>Gewichtung für die Modulnote</th></tr>
<tr><td>a)</td><td>Projektarbeit</td><td>15 S.</td><td>100%</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>7</td><td>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:
Keine.</td></tr>
<tr><td>8</td><td>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:
Keine.</td></tr>
<tr><td>9</td><td>Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:
Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.</td></tr>
<tr><td>10</td><td>Gewichtung für Gesamtnote:
Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).</td></tr>
<tr><td>11</td><td>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:
M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M. Sc.Wirtschaftspädagogik, M. Ed. Wirtschaftspädagogik, M.Sc. Wirtschaftsingenieruwesen, M.A. Kultur & Gesellschaft</td></tr>
<tr><td>12</td><td>Modulbeauftragte/r:
Prof. Dr. Rüdiger Kabst</td></tr>
<tr><td>12 a</td><td>Ansprechpartner
Julia Wegge</td></tr>
<tr><td>13</td><td>Sonstige Hinweise:</td></tr>
</table>

Social Entrepreneurship - innovative Lösungen für gesellschaftliche, soziale und ökologische Probleme					
Social Entrepreneurship - innovative solutions for social and ecological problems					
Modulnummer: M.184.4128	**Workload (h):** 150	**Credits:** 5	**Studiensemester:** 1-4	**Turnus:** SS	**Dauer (in Sem.):** 1

1 Modulstruktur:

	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt-zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	Intensivworkshop	S	20	10	P	25
b)	Gruppen-Coaching	S	10	110	P	25

2 Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:

Keine.

3 Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):

Keine.

4 Inhalte:

Diese neuartige Lehrveranstaltung richtet sich an alle Studierenden der fünf Fakultäten der Universität Paderborn und wird praxisnahe Einblicke in die Welt der Unternehmensgründung liefern. Ziel des Moduls ist es, theoretische und praktische Kenntnisse zur Gründung eines Sozialunternehmens zu erlernen und anzuwenden. Der Schwerpunkt liegt dabei vor allem auf der Generierung einer möglichen Gründungsidee und der darauffolgenden Umsetzung einer ersten Version bzw. eines Prototypen zur möglichen Vorbereitung einer Gründung. Die Gründungsidee kann sich auf reelle oder fiktive Gründungsabsichten aus den Bereichen Klima & Umwelt, Gesellschaft & Politik, Kultur & Medien, Bildung & Integration und Gesundheit beziehen.

Das Modul setzt sich aus zwei Teilmodulen zusammen (siehe methodische Umsetzung): Das erste Teilmodul besteht aus einem Intensivworkshop zur Erlangung der theoretischen Kenntnisse & Methoden zur Gründung eines Sozialunternehmens. In einem 2-tägigen Workshop (http://zgi-kompakt.de) der Social Entrepreneurship Akademie, der von der KFW Stiftung unterstützt wird, tauchen die Studierenden in das Thema „Social Entrepreneneurship“ (https://www.youtube.com/watch?v=443E1bX7lk0) ein und generieren im Team eine eigene Gründungsidee. Der Workshop ist für die teilnehmenden Studierenden kostenlos. Am Ende des Workshops erfolgt eine Präsentation. Das beste Team hat die Möglichkeit zu einer nationalen Folgeveranstaltung eingeladen zu werden, bei der sich alle Gewinnerteams der deutschlandweiten Workshop-Reihe treffen. Im zweiten Teilmodul wird an der Gründungsidee weitergearbeitet. Die Studierenden entwickeln eine erste, vereinfachte Version bzw. Prototypen ihres Produkts oder ihrer Dienstleistung. Diese erste Version sollte nur mit den nötigsten Funktionen ausgestattet sein und dient einem ersten Eindruck des Geschäftsmodells. Während des 2. Teilmoduls wird es regelmäßiges Feedback, persönliche Betreuung und Zwischenpräsentationen zur Weiterentwicklung geben. Zum Abschluss wird das Geschäftsmodell in einem Projektbericht zusammengefasst.

5 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:

Fachkompetenz Wissen

- erlangen Verständnis darüber, was Sozialunternehmen sind und wie diese zur Lösung eines gesellschaftlichen Problems beitragen.
- kennen den Aufbau, die Strategien und den Erfolg von Sozialunternehmen.
- bauen gründungsrelevantes Wissen zur Ideenfindung und Vorbereitungsphase der Gründung auf.

	Fachkompetenz Fertigkeit ▪ können Gründungsideen für (Sozial-)Unternehmen identifizieren. ▪ können ein (Sozial-)unternehmen mit geeigneten Methoden systematisch in den Markt einführen (z.B. Design Thinking). ▪ können einen Prototypen für ihr Geschäftsmodell erstellen. ▪ können ein geeignetes Finanzierungsmodell entwickeln. **Personale Kompetenz/ Sozial** ▪ arbeiten mit interdisziplinärem Verständnis ▪ finden Konsens in Teams in widersprüchlichen Situationen ▪ präsentieren und vertreten ihre Ergebnisse argumentativ und systematisch **Personale Kompetenz/ Selbstständigkeit** ▪ können selbstständig eine Gründungsidee umsetzen ▪ können Gründungsideen kritisch und analytisch reflektieren ▪ zeigen eine unternehmerische proaktive Haltung im Umgang mit Problemen
6	**Prüfungsleistung:** [] Modulabschlussprüfung (MAP) [x] Modulprüfung (MP) [] Modulteilprüfungen (MTP)

Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
a), b)	Projektbericht mit Präsentation	15 S./ 20 Min.	100%

7	**Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:** Keine.
8	**Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:** Keine.
9	**Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:** Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.
10	**Gewichtung für Gesamtnote:** Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).
11	**Verwendung des Moduls in den Studiengängen:** M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik
12	**Modulbeauftragte/r:** Prof. Dr. Kabst
12 a	**Ansprechpartner/in** Eva Alexandra Schmitz
13	**Sonstige Hinweise:** Aufgrund der intensiven Betreuung und dem anwendungsbezogenen Charakter des Moduls ist dieses Seminar auf max. 25 Teilnehmer begrenzt. Die Anmeldung zu diesem Modul ist ausschließlich über eine Bewerbung an den Lehrstuhl möglich. Die Bewerbung sollte den tabellarischen Lebenslauf, die aktuelle Notenbescheinigung und ein 1-seitiges Motivationsschreiben bezüglich der hier beschriebenen Modulinhalte umfassen.

Wissensmanagement im Übergang von analogen zu digitalen Horizonten

Knowledge Management in transfer from analog to digital horizons

Modulnummer:	Workload	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):
M.184.5124	150	5	1-4	WS	1

1 Modulstruktur:

	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt -zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	Wissensmanagement im Übergang von analogen zu digitalen Horizonten	V	30	120	P	40

2 Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:
Keine.

3 Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):
Keine.

4 Inhalte:
Unter dem Stichwort der Digitalisierung vollzieht sich kontinuierlich ein Bedeutungswechsel in den Entscheidungsstrukturen von Markt und Unternehmung. Analoge Entscheidungshorizonte werden zunehmend digital unterstützt und sodann durch digitalisierte Automatismen ersetzt. Damit vollzieht sich schrittweise ein bedeutungsvoller Paradigmenwechsel in allen Märkten und allen Gesamtfunktionen der Unternehmung.
Das Blockseminar „Wissensmanagement im Übergang von analogen zu digitalen Horizonten“ geht diesem Paradigmenwechsel nach und setzt sich das Ziel, die wesentlichen Strukturelemente und Kategorien zu analysieren und in ihrer Tragweite eines verändernden Horizonts zu evaluieren.

5 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:
Die Studierenden…

Fachkompetenz Wissen
- erlangen durch Definition, Bestimmung und Analyse grundlegender Kategorien und Strukturelemente vertiefende Kenntnisse über strukturelle Zusammenhänge von Wissen und Ökonomie vor dem Hintergrund einer zunehmenden Bedeutung digitaler Horizonte
- können wesentliche Entwicklungstendenzen auf Märkten und innerhalb der Unternehmung erkennen und gewinnen hieraus Perspektiven für zukünftige Entwicklungen
- erkennen Herausforderungen und Problemstellungen der Digitalisierung in den wesentlichen Funktionsbereichen der Unternehmung

Fachkompetenz Fertigkeit
- können unter Rekurs auf sich herausstellende Entwicklungstendenzen begründet und differenziert Stellung zu aktuellen und zukünftigen Problemhorizonten nehmen
- entwickeln erfolgreiche Strategien um Umgang mit abstrakten und komplexen Theorietexten
- entwickeln eine ausgeprägte Fähigkeit zur detaillierten Analyse und Beurteilung ökonomisch-relevanter Wissensstrukturen
- beurteilen ökonomische Entwicklungstendenzen der Digitalisierung vor dem Hintergrund ihrer sozialen und politischen Auswirkungen

Personale Kompetenz/Sozial
- entwickeln durch Gruppendiskussionen eine ausgeprägte Fähigkeit zur Kritik, insbesondere auch Selbstkritik
- vertreten eigene Standpunkte begründet und sicher
- entwickeln interdisziplinäre Diskurse

	Personal Kompetenz/Selbstständigkeit ▪ erarbeiten, präzisieren und planen eigene Forschungsvorhaben ▪ reflektieren Veranstaltungsinhalte und setzen diese in Beziehung zu eigenen Forschungsinteressen ▪ bewerten Argumente kritisch in Bezug auf ökonomische, soziale und politische Dimensionen
6	**Prüfungsleistung:** [] Modulabschlussprüfung (MAP) [X] Modulprüfung (MP) [] Modulteilprüfungen (MTP)

Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
a)	Hausarbeit mit Präsentation	6 S./ 15 Min.	100%

7	**Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:** Keine.
8	**Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:** Keine.
9	**Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:** Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.
10	**Gewichtung für Gesamtnote:** Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).
11	**Verwendung des Moduls in den Studiengängen:** M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M. Sc. Wirtschaftspädagogik, M. Ed. Wirtschaftspädagogik, M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen, M.A. Kultur & Gesellschaft
12	**Modulbeauftragte/r:** Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Rosenthal
12 a	**Ansprechpartner** Sören Middeke
13	**Sonstige Hinweise:** Die Veranstaltung findet als Blockseminar am Ende des Wintersemesters statt. Die genauen Termine werden zu Semesterbeginn bekanntgegeben. **Veranstaltungssprache:** Das Seminar findet in deutscher Sprache statt. **Lernmaterialien, Literaturangaben:** Rosenthal, Klaus (2017): Der Blickwechsel der Wissenschaft. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft. Frey, Carmen (2013): Management im Betrieb : Eine Reise zur postkapitalistischen Ästhetik von Management. München: AVM.edition. Weitere Literatur wird in der Einführungsveranstaltung bekanntgegeben und zur Verfügung gestellt.

Seminar zur Organisationökonomie: Individual Behavior

The Economics of Organizations: Individual Behavior

Modulnummer:	Workload	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):
M.184.4132	150	5	2-3	SS	1

1 Modulstruktur:

	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt -zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	Seminar zur Organisation-ökonomie: Individual Behavior	S	30	120	P	15

2 Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:

Keine.

3 Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):

Organisation und Unternehmensführung.

Für das Verfassen der wissenschaftlichen Arbeit sind die Kenntnisse der Vorlesungsinhalte des o.g. Moduls von Vorteil, jedoch nicht verpflichtend.

Organization and Governance.

In order to write the seminar paper, basic knowledge of the contents from the above mentioned course is recommended though not obligatory.

4 Inhalte:

Das Seminar beinhaltet das Verfassen einer wissenschaftlichen Arbeit und die Präsentation der Ergebnisse aus dem Bereich der Ökonomie des individuellen Verhaltens. Dabei sollen relevante Fragestellungen ökonomisch analysiert und mit Hilfe von theoretischen Konzepten und empirischer Evidenz aufgearbeitet werden. Die Themenauswahl bildet ein breites Spektrum aus der ökonomischen Forschung über das Verhalten von Individuen in Organisationen ab und kann nach Rücksprache auch um ein eigenes Thema erweitert werden. Zentrale Themen sind beispielsweise: das Verhalten von Individuen in Alltags- (Geschlechterunterschiede, Peer-Effekte, Korruption etc.) und Extremsituationen (z.B. in Kriegen und im Gefängnis).

Eine detaillierte Liste aller Themen wird in der Einführungsveranstaltung präsentiert.

The workload of the seminar includes writing a scientific paper and holding a presentation on the results from the field of the economics of individual behavior. Students will have to economically analyze a relevant research question by the means of theoretical models and empirical evidence. The topics encompass a wide array of research covering the economics of individual behavior in organizations and can be extended to topics of own interest in the respective field. Research questions might deal with: individual behavior in every day life (e.g. gender differences, peer effects, corruption etc.) and under extreme conditions (e.g. in wars and in prison).

A detailed list of the topics covered will be presented during the introductory session.

5 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:

Die Studierenden…

Fachkompetenz Wissen

- erlangen Fundierte Kenntnisse verschiedener Forschungstheorien und –Methoden im Bereich Individual Behavior.

Students…

Fachkompetenz Wissen

- learn about different research topics and methods in the field of individual behavior in organizations.

Kompetenz Fertigkeit

	Kompetenz Fertigkeit ▪ lernen, Forschungsthemen selbständig zu bearbeiten ▪ lernen, gängige Herangehensweisen sowie Forschungsmethoden basierend auf existierender Literatur zu bewerten. **Personale Kompetenzen/ Sozial** ▪ diskutieren, bewerten und präsentieren Forschungsbeiträge **Personale Kompetenzen/ Selbstständigkeit** ▪ führen Selbständige Literaturrecherche, Zusammenfassung und Diskussion der Erkenntnisse durch.	▪ learn to work on their own research topics. ▪ evaluate different approaches and research methods based on existing scientific papers. **Personale Kompetenzen/ Sozial** ▪ learn to discuss, evaluate and present papers. **Personale Kompetenzen/ Selbstständigkeit** ▪ use Independent literature research, summary and discussion of findings in an own paper.

6 **Prüfungsleistung:**

[] Modulabschlussprüfung (MAP) [X] Modulprüfung (MP) [X] Modulteilprüfungen (MTP)

Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
a)	Hausarbeit mit Präsentation	12 Seiten /15 Min.	100%

7 **Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:**

Keine.

8 **Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:**

Keine.

9 **Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:**

Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.

10 **Gewichtung für Gesamtnote:**

Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).

11 **Verwendung des Moduls in den Studiengängen:**

M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M. Sc.Wirtschaftspädagogik, M. Ed. Wirtschaftspädagogik, M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen, M.A. Kultur & Gesellschaft.

12 **Modulbeauftragte/r:**

Prof. Dr. Bernd Frick

12 a **Ansprechpartner:**

13 **Sonstige Hinweise:**

Die Unterrichts- und Prüfungssprache ist Englisch.

Applied Research Management

Applied Research Management

Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):
M.184.4136	150	5	2-3	WS	1

1 Modulstruktur:

	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt-zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	Applied Research Management	S	30	120	P	30

2 Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:

Keine.

3 Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):

Keine.

4 Inhalte:

The goal of this course is to help students planning an empirical analysis for their thesis to have had experience in that process, from forming hypotheses and collecting data to selecting an empirical methodology and interpreting the results.

Therefore, students will become acquainted with the analysis of different datasets before having to conduct an own empirical analysis.

5 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:

Students…

Fachkompetenz Wissen:

- are made familiar with decision-making and problem-solving techniques as well as criteria required to choose data and literature most adequate for their research projects.

Fachkompetenz Fertigkeit:

- learn how to address a research topic as well as how to collect, analyze and interpret data by the means of the statistical software Stata.

Personale Kompetenz/ Sozial:

- apply their knowledge by focusing on own research questions which they answer in groups by the use of suitable empirical data.

Personale Kompetenz/ Selbstständigkeit:

- learn strategies of gathering data, modeling and forming hypotheses, and conducting empirical analyses.

6 Prüfungsleistung:

[] Modulabschlussprüfung (MAP) [] Modulprüfung (MP) [x] Modulteilprüfungen (MTP)

Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
a)	Hausarbeit	15 S.	70%
a)	Portfolio	10 S.	30%

7 Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:

Keine.

8	**Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:** Keine.
9	**Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:** Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.
10	**Gewichtung für Gesamtnote:** Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).
11	**Verwendung des Moduls in den Studiengängen:** M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.A. Kultur & Gesellschaft.
12	**Modulbeauftragte/r:** Prof. Dr. Bernd Frick
12 a	**Ansprechpartner/in:** Patrizia Fanasch, Ilka Tanneberg
13	**Sonstige Hinweise:** Die Unterrichts- und Prüfungssprache ist Englisch.

Employment Systems

Employment Systems

Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester	Turnus:	Dauer (in Sem.):
M.184.4140	300	10	2-3	WS	1

1 Modulstruktur:

	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt -zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	Concepts	V	30	120	P	120
b)	Case Studies	V/Ü	30	120	P	120

2 Wahlmöglichkeiten innerhalb eines Moduls

Keine.

3 Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):

Keine.

4 Inhalte:

An important aspect of managing employment relations is the systemic or holistic aspect: the fact that certain HR and employment practices are often combined in particular ways. Such combinations are often termed employment systems or HR systems, and a whole range of typologies have been suggested. In this module, these typologies are introduced in order to enhance students' understanding of employment systems, their building blocks, their logics, their efficiency in different situations, and their fairness for particular groups of employees.

In the first element of the module, basic building blocks and different typologies are introduced. In the second element of the module, students are asked to apply the concepts to a company case study. The concepts discussed come from economics, sociology and human resource management. The case study as an empirical method is introduced in order for students to apply the concept to a real-world case they are asked to research in an independent way, based on company documents and published material.

5 Lernergebnisse /learning outcomes, Kompetenzen:

Students…

Fachkompetenz Wissen

- identify typologies of employment systems.
- compare the basic theoretical building blocks found in economics, sociology, and HRM.
- outline the case as a small-n empirical method.

Fachkompetenz Fertigkeit

- apply basic concepts and employment systems typologies to real-world company cases.
- evaluate the efficiency and the fairness of employment systems.
- design seminar paper (case study).
- write down the results of a company case study.

Personale Kompetenz/Sozial

- participate in an interactive seminar and debate about central concepts of employment systems.

Personale Kompetenz/Selbstständigkeit

- develop a research question based on collected data.
- search for information and literature.

<table>
<tr><td>6</td><td>Prüfungsleistung:
[x] Modulabschlussprüfung (MAP) [ ] Modulprüfung (MP) [ ] Modulteilprüfungen (MTP)
<table>
<tr><th>zu</th><th>Prüfungsform</th><th>Dauer bzw. Umfang</th><th>Gewichtung für die Modulnote</th></tr>
<tr><td>a), b)</td><td>Hausarbeit</td><td>12 S.</td><td>100%</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>7</td><td>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:
Keine.</td></tr>
<tr><td>8</td><td>Voraussetzung für die Teilnahme an Prüfungen:
Keine.</td></tr>
<tr><td>9</td><td>Voraussetzung für die Vergabe von Credits:
Die Vergabe von Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.</td></tr>
<tr><td>10</td><td>Gewichtung für Gesamtnote:
Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet</td></tr>
<tr><td>11</td><td>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:
M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.A. Kultur & Gesellschaft.</td></tr>
<tr><td>12</td><td>Modulbeauftragte/r:
Prof. Dr. Martin Schneider</td></tr>
<tr><td>12 a</td><td>Ansprechpartner/in:
Prof. Dr. Martin Schneider</td></tr>
<tr><td>13</td><td>Sonstige Hinweise:
Unterrichts- und Prüfungssprache: Englisch.</td></tr>
</table>

Human Resource Management

Human Resource Management

Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester	Turnus:	Dauer (in Sem.):
M.184.4141	300	10	2-3	SS	1

1 Modulstruktur:

	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt -zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	Grundlagen	V	30	120	P	130
b)	Empirische Personalforschung	V/Ü	20	130	P	130

2 Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls

Keine.

3 Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):

Keine.

4 Inhalte:

Das Modul vermittelt Kompetenzen zur strategischen Gestaltung des Personalmanagements und zur Formulierung und Organisation entsprechender Forschungsprojekte. Dazu werden sowohl ökonomische als auch sozialpsychologische Ansätze angewendet. In Teilmodul „Grundlagen“, dem ausgewählte Kapitel aus Sadowski (2002) zugrunde liegen, werden zentrale Konzepte eingeführt: vollständige und unvollständige Verträge, psychologische Verträge, Fairness, Partizipation, interne Arbeitsmärkte, Commitment und Fragen der Weiterbildung. In Teilmodul „Empirische Personalforschung“ werden Kompetenzen in der empirischen Personalforschung vermittelt und eingeübt. Wesentliche Ansätze der empirischen Personalforschung werden hierzu am Beispiel der Regressionsanalyse nachvollzogen.

5 Lernergebnisse /learning outcomes, Kompetenzen:

Die Studierenden …

Fachkompetenz Wissen

- benennen, beschreiben und skizzieren einschlägige personalwirtschaftliche Theorien
- übertragen die einschlägigen personalwirtschaftlichen Theorien auf strategische Personalmanagementfragen
- ordnen verschiedene methodische Instrumente ein

Fachkompetenz Fertigkeit

- erstellen eine Konzeption einer empirischen Untersuchung
- wenden die vorgestellten Methoden im Rahmen einer empirischen Untersuchung an
- nutzen personalwirtschaftliche Theorien und Instrumente der Personalforschung für personalwirtschaftliche Fragestellungen

Personale Kompetenz/Sozial

- stellen Lerngruppen zusammen und vertiefen das in der Vorlesung Erlernte
- lösen gemeinsam die Übungszettel

Personale Kompetenz/Selbstständigkeit

- wählen selbstständig Forschungsinstrumente der Personalwirtschaft aus und bewerten diese
- nehmen Stellung zu Personalmanagementfragen auf Basis einer theoriegestützten Analyse

6 Prüfungsleistung:

[x] Modulabschlussprüfung (MAP) [] Modulprüfung (MP) [] Modulteilprüfungen (MTP)

zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
a), b)	Klausur	120 Min.	100%

7	**Studienleistung/qualifizierte Teilnahme** Keine.
8	**Voraussetzung für die Teilnahme an Prüfungen** Keine.
9	**Voraussetzung für die Vergabe von Credits:** Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.
10	**Gewichtung für Gesamtnote** Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).
11	**Verwendung des Moduls in den Studiengängen:** M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.A. Kultur & Gesellschaft.
12	**Modulbeauftragte/r:** Prof. Dr. Martin Schneider
12 a	**Ansprechpartner/in** Simon Eisele
13	**Sonstige Hinweise:** **Unterrichtssprache:** Deutsch

Seminar Organisationales Verhalten

Seminar Organizational Behavior

Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):
M.184.4157	150	5	1-4	SS;WS	1

1 Modulstruktur:

	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt-zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	Seminar zu Organisationalem Verhalten	S	30	120	P	20

2 Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:

Keine.

3 Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):

Keine.

4 Inhalte:

Inhalt des Seminars ist die Diskussion ausgewählter Probleme des Verhaltens von Menschen in Organisationen. Die Studierenden erarbeiten selbstständig und mit Hilfe wissenschaftlicher Methoden eine Fragestellung. Die konkreten Inhalte des Moduls ändern sich semesterweise.

5 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:

Studierende…

Fachkompetenz Wissen

- kennen aktuelle Probleme und Lösungsmöglichkeiten organisationalen Verhaltens.
- erlangen personalwirtschaftliches und organisationales Wissen und wenden dieses an.

Fachkompetenz Fertigkeit

- können selbständige Literaturrecherche durchführen
- planen und fertigen eine eigenständigen Seminararbeit an
- bereiten eine Präsentation,
- schreiben wissenschaftlich

Personale Kompetenz/ Sozial

- arbeiten mit interdisziplinärem Verständnis
- präsentieren und vertreten ihre Ergebnisse argumentativ und systematisch

Personale Kompetenz/ Selbstständigkeit

- können selbstständig wissenschaftliche Arbeiten reflektieren und umsetzen
- hinterfragen und analysieren wissenschaftliche empirische Quellen für ihr eigenes Projekt

6 Prüfungsleistung:

[] Modulabschlussprüfung (MAP) [x] Modulprüfung (MP) [] Modulteilprüfungen (MTP)

Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
a)	Hausarbeit mit Präsentation	10 S./ 10 Min.	100%

7	**Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:** Keine.
8	**Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:** Keine.
9	**Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:** Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.
10	**Gewichtung für Gesamtnote:** Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).
11	**Verwendung des Moduls in den Studiengängen:** M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.A. Kultur und Gesellschaft
12	**Modulbeauftragte/r:** Prof. Dr. Kirsten Thommes
12 a	**Ansprechpartner/in:**
13	**Sonstige Hinweise:**

Empirische Managementforschung

Empirical Research in Management

Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):
M.184.4164	300	10	2-3	WS	1

1 Modulstruktur:

	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt-zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	Experimentelle Ansätze der empirischen Managementforschung	V	45	90	P	60
b)	Experimentelle Ansätze der empirischen Managementforschung	Ü	15	70	P	60
c)	Experimentelle Projektarbeit	P	15	65	P	60

2 Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:

Keine.

3 Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):

Keine.

4 Inhalte:

Das Modul möchte vor allem Lust und Neugierde auf experimentelle Wirtschaftsforschung im Allgemeinem und speziell im Bereich der Managementforschung wecken und das Handwerkzeug vermitteln, um ein eigenes (Labor-)Experiment im Rahmen einer (Gruppen-)Projektarbeit zu entwickeln und durchzuführen.

In den Vorlesungen und Übungen des ersten Teilmoduls wird das methodische Fachwissen vermittelt. Angefangen mit allgemeinen wissenschaftstheoretischen Aspekten werden verschiedene Experimente zu einem breiten Spektrum von ökonomischen Themen vorgestellt, die speziellen Experimentdesigns und -abläufe näher erläutert sowie die Ergebnisse kritisch diskutiert. Die Themen umfassen Motive wie Fairness, Reziprozität und Vertrauen, Wahrnehmungsverzerrungen, Risikoverhalten und die Selbstüberschätzung bei Managerentscheidungen.

Im zweiten Teilmodul erarbeiten die Teilnehmer gruppenweise, aufbauend auf dem im ersten Teilmodul vermittelten methodischen Wissen, ein eigenes experimentelles Projekt im Rahmen einer Hausarbeit und präsentieren die Studie den übrigen Teilnehmern. Das Paderborner Laboratorium für experimentelle Wirtschaftsforschung BaER-Lab steht hierbei für die eigene Forschung zur Verfügung.

5 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:

Die Studierenden…

Fachkompetenz Wissen:

- beschäftigen sich mit Befunden experimenteller Studien zur Managementforschung/ Experimentelle Wirtschaftsforschung.
- führen Experimente durch.

Fachkompetenz Fertigkeit:

- wenden experimentelle Befunde auf Problemstellungen im Bereich Management, ökonomische Interaktionen, wirtschaftsethisches Verhalten, Vertragsstrukturen im Unternehmenskontext, Einschätzung von Verhaltensverzerrungen, Wahrnehmung und Einschätzung von Entscheidungen unter Unsicherheit und Risiko an.

Personale Kompetenz/Sozial:

- koordinieren, konzipieren und führen eine Gruppenarbeit durch Aufbereitung, Präsentation und Diskussion der Arbeitsergebnisse.

	Personale Kompetenz/Selbstständigkeit: ▪ erarbeiten selbstständig englischsprachige Lektüre. ▪ reflektieren kritisch erarbeitete Inhalte, entwickeln eigenständig eine fundierte persönliche Haltung und erwerben die Fähigkeit, diese sachkundig zu vertreten.
6	**Prüfungsleistung:** [] Modulabschlussprüfung (MAP) [] Modulprüfung (MP) [X] Modulteilprüfungen (MTP)

Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
a), b)	Klausur	60 Min.	60%
c)	Projektarbeit	16S.	40%

7	**Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:** Keine.
8	**Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:** Keine.
9	**Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:** Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.
10	**Gewichtung für Gesamtnote:** Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).
11	**Verwendung des Moduls in den Studiengängen:** M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.A. Kultur & Gesellschaft.
12	**Modulbeauftragte/r**: Prof. Dr. Fahr
12 a	**Ansprechpartner/in:** Behnud Mir Djawadi
13	**Sonstige Hinweise:**

Seminar zur Unternehmenspolitik

Seminar in Company Policy

Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):
M.184.4166	150	5	2-3	SS	1

1 Modulstruktur:

	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt -zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	Seminar zur Unternehmenspolitik	S	15	135	P	30

2 Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:

Keine.

3 Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):

Keine.

4 Inhalte:

Unternehmenspolitik umfasst Maßnahmen und Entscheidungen des strategischen Managements, die das Verhalten der internen und externen Anspruchsgruppen des Unternehmens (Stakeholder) regeln und ihre Interessen harmonisieren. Entsprechend eng gekoppelt ist Unternehmenspolitik mit der Organisations- und Weisungsstruktur, der Unternehmenskultur sowie der Mission und Vision des Unternehmens. Grundfragen wie der Zweck der Geschäftstätigkeit an sich, die Partizipationsrechte der Mitarbeiter und die Verantwortung des Unternehmens gegenüber seiner ökologischen und sozialen Umwelt stehen im Fokus der Unternehmenspolitik.

Das „Seminar zur Unternehmenspolitik“ deckt dieses breite Spektrum ab, indem es zu wechselnden Themen angeboten wird und meist in Kooperation mit namhaften Praxispartnern stattfindet. Beispiele für die inhaltliche Ausrichtung des Moduls aus den vergangenen Semestern sind „Compliance“ (mit PricewaterhouseCoopers) und „Nachhaltigkeitsberichterstattung“ (mit Wincor Nixdorf).

Ziel des Moduls ist es, die Studierenden für die Chancen und Herausforderungen einer integrierten Unternehmenspolitik zu sensibilisieren und ihnen im Austausch mit Unternehmensvertretern die Möglichkeit zu geben, sich selbst (als zukünftige Führungskräfte) einen fundierten wie differenzierten Standpunkt zu aktuellen Problemstellungen in diesem Kontext zu erarbeiten.

5 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:

Die Studierenden…

Fachkompetenz Wissen

- kennen die zentralen Begriffe, Ziele und Aufgaben der Unternehmenspolitik sowie die jeweiligen Gestaltungsoptionen.

Fachkompetenz Fertigkeit

- kennen spezifische Konzepte und Methoden im Kontext der Unternehmenspolitik und können entsprechende Instrumente anwenden.
- wenden Methoden und Instrumenten aus dem Kontext der Unternehmenspolitik für unterschiedliche Aufgabenstellungen der Unternehmensführung an (insbesondere in Bereichen wie nachhaltiges Management, Corporate Social Responsibility und Compliance).

Personale Kompetenz/Sozial

- koordinieren, konzipieren und führen eine Gruppenarbeit durch.
- bereiten die Arbeitsergebnisse auf, präsentieren und diskutieren.

	Personale Kompetenz/Selbstständigkeit ▪ können Handlungsalternativen selbstständig auswählen ▪ wenden Handlungsoptionen an und bewerten diese zur Lösung unternehmenspolitischer Problemstellungen.
6	**Prüfungsleistung:** [] Modulabschlussprüfung (MAP) [x] Modulprüfung (MP) [] Modulteilprüfungen (MTP)

Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
a)	Hausarbeit mit Präsentation	15 S./ 15 Min.	100%

7	**Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:** Keine.
8	**Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:** Keine.
9	**Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:** Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.
10	**Gewichtung für Gesamtnote:** Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).
11	**Verwendung des Moduls in den Studiengängen:** M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.A. Kultur & Gesellschaft.
12	**Modulbeauftragte/r:** Prof. Dr. René Fahr
12 a	**Ansprechpartner/in** Dörte Foit
13	**Sonstige Hinweise:** Bitte beachten Sie, dass dieses Modul nicht in jedem Semester angeboten wird.

Unternehmensethik

Business Ethics

Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):
M.184.4168	300	10	2-3	SS	1

1 Modulstruktur:

	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt -zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	Unternehmensethik Vorlesung	V	30	120	P	90
b)	Unternehmensethik Übung	Ü	30	120	P	90

2 Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:

Keine.

3 Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):

Keine.

4 Inhalte:

Managemententscheidungen und unternehmerisches Handeln müssen nach gesellschaftlicher Bewertung mehr und mehr nicht nur ökonomischen Effizienzkritierien, sondern auch ethischen Maßstäben genügen. Woran orientieren sich jedoch diese ethischen Maßstäbe? Kann man durch die Ausgestaltung bestimmter Institutionen ein bestimmtes (ethisch gewünschtes) Handeln der Entscheider induzieren?

Die Veranstaltung geht diesen Fragen nach. Der Kurs basiert vorwiegend auf einer empirischen verhaltensökonomischen Perspektive über menschliches Entscheiden.

Zunächst werden die Grundbegriffe der Ethik geklärt und es wird in die wesentlichen Richtungen der Ethik eingeführt: Tugendethik, Gesinnungsethik und Utilitarismus. Dieser Abschnitt endet mit dem Grundmodell ethischer Managemententscheidungen von Rest. Kernpunkt der Veranstaltung bilden die verhaltenökonomischen Perspektiven zur Ethik. Hierzu werden ausgewählte Texte der experimentalökonomischen und kognitionspsychologischen Literatur, die (empirische) Evidenz zu ethischem Verhalten liefern, besprochen. Abschließend wendet sich das Modul konkreten Institutionen und unternehmerischen Entscheidungen zu und versucht diese einzuordnen und zu bewerten.

Zu jeder Vorlesung gibt es einen verpflichtenden Lektürehinweis. Die Übung dient dazu, das Grundverständnis der Lektüre sicherzustellen und die Anwendung des Gelernten zu ermöglichen.

Die Bereitschaft und Fähigkeit zum disziplinierten Selbststudium der jeweils vorgegeben Pflichtlektüre ist notwendige Voraussetzung für die erfolgreiche Teilnahme an der Veranstaltung.

5 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:

Die Studierenden…

Fachkompetenz Wissen

- lernen die Grundlagen der Ethik, Modelle ethischer Managemententscheidungen, Wirtschaftsethik in Unternehmen kennen
- wenden quantitative Methoden und experimentelle Wirtschaftsforschung an

Fachkompetenz Fertigkeit

- reflektieren ethische Managemententscheidungen und bewerten diese kritisch in theoretischem und empirischem Rahmen
- bewerten ökonomische Entscheidungssituationen ethisch fundiert

Personale Kompetenz/Sozial

- Verbessern Kooperations- und Teamfähigkeit durch die Erarbeitung eines Forschungsprojektes in Kleingruppen

	Personale Kompetenz/Selbstständigkeit ▪ vertiefen Fähigkeiten zum wissenschaftlichen Arbeiten durch eigenständige wissenschaftliche Arbeit im Projekt ▪ führen Diskussionen ▪ verbessern Selbstorganisation
6	**Prüfungsleistung:** [x] Modulabschlussprüfung (MAP) [] Modulprüfung (MP) [] Modulteilprüfungen (MTP)

Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
a)	Projektarbeit	30 S.	100%

7	**Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:** Keine.
8	**Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:** Keine.
9	**Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:** Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.
10	**Gewichtung für Gesamtnote:** Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).
11	**Verwendung des Moduls in den Studiengängen:** M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.A. Kultur & Gesellschaft.
12	**Modulbeauftragte/r:** René Fahr
12 a	**Ansprechpartner/in** Lena Epp
13	**Sonstige Hinweise:** Unterrichtssprache ist Deutsch, es gibt fast ausschließlich englischsprachige Literatur.

Seminar zur Wirtschafts- und Unternehmensethik

Seminar Economic and Business Ethics

Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):
M.184.4169	150	5	2-3	SS	1

1 Modulstruktur:

	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt-zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	Seminar zur Wirtschafts- und Unternehmensethik	S	30	120	P	20

2 Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:

Keine.

3 Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):

Keine.

4 Inhalte:

Die Wirtschaft der Gesellschaft. Wie sieht die moderne Gesellschaftstheorie die Wirtschaft? - Sozialethische Perspektiven

Trotz aller Eigendynamik und Dominanz der Wirtschaft in unserer Gesellschaft ist die Wirtschaft Teil der Gesellschaft insgesamt. Wie kann man die Wirtschaft verstehen und beurteilen, wenn man sie aus der Perspektive der Gesellschaftstheorie betrachtet? Anhand ausgewählter Theorien moderner Gesellschaft (insbesondere der Diskurstheorie und der Systemtheorie) will das Seminar der Frage nachgehen, wie sich die Wirtschaft als Teil der Gesellschaft begreifen lässt. Ziel ist es, Anknüpfungspunkte für die sozialethische Debatte aufzuzeigen.

5 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:

Die Studierenden…

Fachkompetenz Wissen

- kennen die wesentlichen wirtschaftsethisch relevanten Problemstellungen, Begriffe und Begründungswege.
- kennen die ideengeschichtlichen und ethisch-systematischen Zugänge zur Thematik.
- erlangen vertiefende Kenntnisse in fachspezifischen Wissensgebieten durch Aufarbeitung ausgewählter Vertiefungsthemen.

Fachkompetenz Fertigkeit

- erkennen ethische Dilemmata als solche und identifizieren Konfliktsituationen.
- verknüpfen (wirtschafts-)ethische Theorien und Konzepte mit Managementansätzen.
- wenden wirtschaftsethische Kompetenz zur Beschreibung und Analyse konkreter Problemstellungen an.

Personale Kompetenz/Sozial

- stellen ihre Ausarbeitung mit Hilfe geeigneter Präsentationsmedien vor und vertreten diese im Rahmen einer Plenumsdiskussion argumentativ.
- arbeiten kommunikativ und selbstständig in Kleingruppen.

	Personale Kompetenz/Selbstständigkeit ▪ reflektieren und bewerten ökonomische Handlungsoptionen und Entscheidungssituationen auf Basis (wirtschafts-)ethischer Ansätze. ▪ treffen begründete, situationsgerechte Entscheidungen und erarbeiten methodisch gewonnenen Problemlösungen. ▪ sind in der Lage, aktuelle Problemstellungen und wirtschaftsethische Überlegungen in einen theoretischen Rahmen einzuordnen, innerhalb dieses Rahmens konsistent zu argumentieren und in einer wissenschaftlich fundierten Arbeit zu verschriftlichen.
6	**Prüfungsleistung:** [] Modulabschlussprüfung (MAP) [X] Modulprüfung (MP) [] Modulteilprüfungen (MTP)

Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
a)	Hausarbeit mit Präsentation	20 S./ 20 Min.	100%

7	**Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:** Keine**.**
8	**Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:** Keine.
9	**Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:** Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.
10	**Gewichtung für Gesamtnote:** Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).
11	**Verwendung des Moduls in den Studiengängen:** M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.A. Kultur & Gesellschaft.
12	**Modulbeauftragte/r:** Prof. Dr. René Fahr
12 a	**Ansprechpartner/in** Lisa Werner
13	**Sonstige Hinweise:**

Themenbereiche der Wirtschaftsethik					
Selected Topics in Economic Ethics					
Modulnummer: M.184.4185	**Workload (h):** 150	**Credits:** 5	**Studiensemester:** 2-3	**Turnus:** SS, WS	**Dauer (in Sem.):** 1

1 Modulstruktur:

	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt -zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	Seminar zur Wirtschafts- und Unternehmensethik	S	30	120	P	20

2 Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:

Keine.

3 Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):

Keine.

4 Inhalte:

Ethik im Kontext ökonomischer Theorie und Praxis ist zu einem zentralen Thema öffentlicher und wissenschaftlicher Auseinandersetzung avanciert. Von Kodizes in Unternehmen bis zu Fragen der Wirtschaftsordnung erstreckt sich ein weites Feld wirtschaftsethischer Aktivitäten und Debatten, in denen auf die eine oder andere Weise die Aufmerksamkeit für Grundlagenprobleme einer Wirtschaftsethik gewachsen ist. Im Rahmen der angebotenen Veranstaltungen werden eben diese Debatten aufgegriffen und aktuelle Fragestellungen durch unterschiedliche wirtschafts-, unternehmens- und sozialethischer Konzepte beleuchtet und neu erschlossen.

So wird beispielsweise im Rahmen des Kooperationsmoduls „Die Wirtschaft der Gesellschaft“ anhand ausgewählter Theorien moderner Gesellschaft der Frage nachgegangen, wie sich die Wirtschaft als Teil der Gesellschaft begreifen lässt und wo sich mögliche Anknüpfungspunkte für die sozialethische Debatte aufzeigen lassen. In dem angebotenen Kooperationsmodul „Arbeiten 4.0 – schöne neue Arbeitswelt?“ wird beispielsweise erarbeitet, wie sich Trends der Arbeitswelt beschreiben lassen, was die Veränderungen für den Menschen und „seine“ Arbeit bedeuten und wie sich diese Entwicklungen beurteilen lassen.

5 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:

Die Studierenden…

Fachkompetenz Wissen

- die wesentlichen wirtschaftsethisch relevanten Theorien, Konzepte und Modelle.
- erlangen vertiefende Kenntnisse in fachspezifischen Wissensgebieten durch Aufarbeitung ausgewählter Vertiefungsthemen.

Fachkompetenz Fertigkeit

- erarbeiten fachspezifische Gegenstände.
- wenden Grundlagen zur Beschreibung und Analyse wirtschaftsethisch relevanter Problemstellungen an
- wenden wirtschaftsethische Konzeptionen an.

Personale Kompetenz/Sozial

- stellen ihre Ausarbeitung mit Hilfe geeigneter Präsentationsmedien vor und vertreten diese im Rahmen einer Plenumsdiskussion argumentativ.

Personale Kompetenz/Selbstständigkeit

- reflektieren und bewerten wirtschaftsethischer Debatten und resultierender Fragestellungen kritisch.

<table>
<tr><td>6</td><td>Prüfungsleistung:
[] Modulabschlussprüfung (MAP) [X] Modulprüfung (MP) [] Modulteilprüfungen (MTP)
<table>
<tr><th>Zu</th><th>Prüfungsform</th><th>Dauer bzw. Umfang</th><th>Gewichtung für die Modulnote</th></tr>
<tr><td>a)</td><td>Hausarbeit mit Präsentation
Oder
Mündliche Prüfung</td><td>15 S./ 20 Min.
oder
30 Min.</td><td>100%</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>7</td><td>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:
Keine.</td></tr>
<tr><td>8</td><td>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:
Keine.</td></tr>
<tr><td>9</td><td>Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:
Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.</td></tr>
<tr><td>10</td><td>Gewichtung für Gesamtnote:
Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).</td></tr>
<tr><td>11</td><td>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:
M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.A. Kultur & Gesellschaft.</td></tr>
<tr><td>12</td><td>Modulbeauftragte/r:
Prof. Dr. René Fahr</td></tr>
<tr><td>12 a</td><td>Ansprechpartner/in
Lisa Werner</td></tr>
<tr><td>13</td><td>Sonstige Hinweise:
Die Veranstaltungen, die unter diesem Modul angeboten werden, variieren von Semester zu Semester. BITTE BEACHTEN SIE, dass nicht in jedem Semester ein Modul stattfindet, welches über dieses Containermodul angerechnet werden kann. Weitere Informationen zu den jeweils angebotenen Veranstaltungen finden Sie auf der Lehrstuhlhomepage. Bei Fragen wenden Sie sich bitte an corpgov@wiwi.upb.de.
Achtung: Die Anmeldung läuft nicht direkt über PAUL.
Besuchen Studierende im Rahmen des Moduls eine Veranstaltung der Theologischen Fakultät erhalten sie außerdem in der Einführungsveranstaltung ein Formular zur Beantragung der Zweithörerschaft an der Theologischen Fakultät Paderborn, das sie dort ausfüllen, unterschreiben und abgeben. Nach Erbringung der Prüfungsleistung wird das abgeschlossene Modul über dieses Containermodul vom Lehrstuhl für Corporate Governance angerechnet.</td></tr>
</table>

Aspekte der Wirtschaftsethik

Aspects in Economic Ethics

Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):
M.184.4186	300	10	2-3	SS, WS	1

1 Modulstruktur:

	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt-zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	Seminar zur Wirtschafts- und Unternehmensethik	S	60	240	P	20

2 Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:

Keine.

3 Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):

Keine.

4 Inhalte:

Ethik im Kontext ökonomischer Theorie und Praxis ist zu einem zentralen Thema öffentlicher und wissenschaftlicher Auseinandersetzung avanciert. Von Kodizes in Unternehmen bis zu Fragen der Wirtschaftsordnung erstreckt sich ein weites Feld wirtschaftsethischer Aktivitäten und Debatten, in denen auf die eine oder andere Weise die Aufmerksamkeit für Grundlagenprobleme einer Wirtschaftsethik gewachsen ist. Im Rahmen der angebotenen Veranstaltungen werden eben diese Debatten aufgegriffen und aktuelle Fragestellungen durch unterschiedliche wirtschafts-, unternehmens- und sozialethischer Konzepte beleuchtet und neu erschlossen.

So wird beispielsweise im Rahmen des Kooperationsmoduls „Die Wirtschaft der Gesellschaft“ anhand ausgewählter Theorien moderner Gesellschaft der Frage nachgegangen, wie sich die Wirtschaft als Teil der Gesellschaft begreifen lässt und wo sich mögliche Anknüpfungspunkte für die sozialethische Debatte aufzeigen lassen. In dem angebotenen Kooperationsmodul „Arbeiten 4.0 – schöne neue Arbeitswelt?“ wird beispielsweise erarbeitet, wie sich Trends der Arbeitswelt beschreiben lassen, was die Veränderungen für den Menschen und „seine“ Arbeit bedeuten und wie sich diese Entwicklungen beurteilen lassen.

5 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:

Die Studierenden…

Fachkompetenz Wissen

- kennen die wesentlichen wirtschaftsethisch relevanten Theorien, Konzepte und Modelle.
- erlangen vertiefende Kenntnisse in fachspezifischen Wissensgebieten durch Aufarbeitung ausgewählter Vertiefungsthemen.

Fachkompetenz Fertigkeit

- erarbeiten fachspezifische Gegenstände
- wenden Grundlagen zur Beschreibung und Analyse wirtschaftsethisch relevanter Problemstellungen an
- wenden wirtschaftsethische Konzeptionen an.

Personale Kompetenz/Sozial

- stellen ihre Ausarbeitung mit Hilfe geeigneter Präsentationsmedien vor und vertreten diese im Rahmen einer Plenumsdiskussion argumentativ.

Personale Kompetenz/Selbstständigkeit

- reflektieren und bewerten wirtschaftsethischer Debatten und resultierender Fragestellungen kritisch.

<table>
<tr><td>6</td><td>Prüfungsleistung:
[] Modulabschlussprüfung (MAP) [X] Modulprüfung (MP) [] Modulteilprüfungen (MTP)
<table>
<tr><th>Zu</th><th>Prüfungsform</th><th>Dauer bzw. Umfang</th><th>Gewichtung für die Modulnote</th></tr>
<tr><td>a)</td><td>Hausarbeit mit Präsentation
Oder
Mündliche Prüfung</td><td>20 S./ 20 Min.
oder
30 Min.</td><td>100%</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>7</td><td>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:
Keine.</td></tr>
<tr><td>8</td><td>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:
Keine.</td></tr>
<tr><td>9</td><td>Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:
Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.</td></tr>
<tr><td>10</td><td>Gewichtung für Gesamtnote:
Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).</td></tr>
<tr><td>11</td><td>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:
M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.A. Kultur & Gesellschaft.t</td></tr>
<tr><td>12</td><td>Modulbeauftragte/r:
Prof. Dr. René Fahr</td></tr>
<tr><td>12 a</td><td>Ansprechpartner/in
Lisa Werner</td></tr>
<tr><td>13</td><td>Sonstige Hinweise:
Die Veranstaltungen, die unter diesem Modul angeboten werden, variieren von Semester zu Semester. BITTE BEACHTEN SIE, dass nicht in jedem Semester ein Modul stattfindet, welches über dieses Containermodul angerechnet werden kann. Weitere Informationen zu den jeweils angebotenen Veranstaltungen finden Sie auf der Lehrstuhlhomepage. Bei Fragen wenden Sie sich bitte an corpgov@wiwi.upb.de.
Achtung: Die Anmeldung läuft nicht direkt über PAUL.
Besuchen Studierende im Rahmen des Moduls eine Veranstaltung der Theologischen Fakultät erhalten sie außerdem in der Einführungsveranstaltung ein Formular zur Beantragung der Zweithörerschaft an der Theologischen Fakultät Paderborn, das sie dort ausfüllen, unterschreiben und abgeben. Nach Erbringung der Prüfungsleistung wird das abgeschlossene Modul über dieses Containermodul vom Lehrstuhl für Corporate Governance angerechnet.</td></tr>
</table>

Service & Technology Management

Service & Technology Management

Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):
M.184.4192	300	10	2-3	SS	1

1 Modulstruktur:

	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt -zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	Topics in Service & Technology Management	V	30	120	P	30
b)	Projektarbeit zu innovativen Dienstleistungen	P	30	120	P	30

2 Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:

Keine.

3 Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):

Keine.

4 Inhalte:

Das Modul zielt auf die Vermittlung inhaltlicher und methodischer Kenntnisse im Rahmen der Dienstleistungs- und Technologiemanagementforschung ab. Das Teilmodul "Topics in Service & Technology Management" findet als "Guided Reading" Seminar statt. Die Studierenden erhalten einen Überblick über Schwerpunktforschungsrichtungen sowie eine Einführung in ausgewählte Methoden der empirischen Sozialforschung. Darauf aufbauend werden im Seminar ausgewählte Artikel in Hinblick auf inhaltliche und methodische Aussagerelevanz und Aufbereitung intensiv diskutiert. Im zweiten Teilmodul "Projektarbeit zu innovativen Dienstleistungen" führen die Teilnehmer in Kleingruppen, aufbauend auf dem im ersten Teilmodul vermittelten methodischen und inhaltlichen Wissen, eine eigene empirische Studie durch. Die Studie wird im Rahmen einer Hausarbeit dokumentiert und den übrigen Teilnehmern vorgestellt.

5 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:

Die Studierenden…

Fachkompetenz Wissen

- erlangen fundierte Kenntnisse in Schwerpunktthemen der Dienstleistungs- und Technologiemanagementforschung.
- vertiefen ihre Kenntnisse zum Schreiben einer wissenschaftlichen Studie.

Fachkompetenz Fertigkeit

- erlernen und nutzen Methoden der empirischen Sozialforschung.

Personale Kompetenz/Sozial

- arbeiten kommunikativ und selbstständig in Kleingruppen und Hausarbeitenteams.
- präsentieren ihre Ergebnisse.

Personale Kompetenz/Selbstständigkeit

- identifizieren praxisnahe Problemstellungen
- wenden die erlernten Methodenkompetenzen auf eine eigene empirische Studie an.
- bewerten Konzepte des Dienstleistungs- und Technologiemanagement mit Blick auf ihre Anwendbarkeit und Aufbereitung

<table>
<tr><td>6</td><td>Prüfungsleistung:
[] Modulabschlussprüfung (MAP) [X] Modulprüfung (MP) [] Modulteilprüfungen (MTP)
<table>
<tr><th>Zu</th><th>Prüfungsform</th><th>Dauer bzw. Umfang</th><th>Gewichtung für die Modulnote</th></tr>
<tr><td>a)</td><td>Hausarbeit mit Präsentation</td><td>20 S./ 20 Min.</td><td>100%</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>7</td><td>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:
Keine.</td></tr>
<tr><td>8</td><td>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:
Keine.</td></tr>
<tr><td>9</td><td>Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:
Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.</td></tr>
<tr><td>10</td><td>Gewichtung für Gesamtnote:
Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).</td></tr>
<tr><td>11</td><td>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:
M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.A. Kultur & Gesellschaft</td></tr>
<tr><td>12</td><td>Modulbeauftragte/r:
Prof. Dr. Nancy Wünderlich</td></tr>
<tr><td>12 a</td><td>Ansprechpartner/in
Prof. Dr. Nancy Wünderlich</td></tr>
<tr><td>13</td><td>Sonstige Hinweise:</td></tr>
</table>

HERAUSGEBER
PRÄSIDIUM DER UNIVERSITÄT PADERBORN
WARBURGER STR. 100
33098 PADERBORN

HTTP://WWW.UNI-PADERBORN.DE

ISSN 2199-2819