

AMTLICHE MITTEILUNGEN

VERKÜNDUNGSBLATT DER UNIVERSITÄT PADERBORN AM.UNI.PB

AUSGABE 52.17 VOM 16. JUNI 2017

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

VOM 16. JUNI 2017

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

vom 16. Juni 2017

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 Gesetz vom 15. Dezember 2016 (GV. NRW. S. 1154), hat die Universität Paderborn folgende Prüfungsordnung erlassen:

Inhalt

§ 1 Allgemeine und fachspezifische Bestimmungen	3
§ 2 Studienbeschreibung	3
§ 3 Studienbeginn	3
§ 4 Zugangsvoraussetzungen	3
§ 5 Studienumfang und Module	4
§ 6 Zulassung zu Masterprüfungen.....	5
§ 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 Inkrafttreten und Veröffentlichung	7
Anhang: Studienverlaufspläne der beiden Spezialisierungen	8
Anhang: Wahlpflichtmodule im Wahlbereich Management	10
Anhang: Modulbeschreibungen	10

§ 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 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	5	150	P	1. Sem./1 Sem.
• Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre	5	150		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 .
<i>Falls die Masterarbeit in diesem Fach geschrieben wird:</i>			WP	
Profilierungsmodul	9	270		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	5	150	P	2. Sem /1 Sem
• Spirituality & Management	5	150	P	3. Sem./ 1.Sem.
Fachpflichtmodule:				
• Einführung in die Theorie der Unternehmung	5	150	P	1. Sem./1 Sem.
• Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre	5	150	P	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 .
<i>Falls die Masterarbeit in diesem Fach geschrieben wird:</i>				
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 Prüfungsleistungen.

§ 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

Inkrafttreten und Veröffentlichung

- (1) Diese fachspezifischen Bestimmungen der Prüfungsordnung für den Masterstudiengang „Kultur und Gesellschaft“ der Fakultät für Kulturwissenschaften treten am 01.10.2017 in Kraft. Die Zugangsregelungen gemäß § 4 gelten bereits für Einschreibungen zum Wintersemester 2017/18.
- (2) Diese fachspezifischen Bestimmungen werden in den Amtlichen Mitteilungen der Universität Paderborn veröffentlicht.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Fakultätsrates der Fakultät für Kulturwissenschaften vom 20.07.2016 und des Fakultätsrats der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften vom 06. Juli 2016 sowie nach Prüfung der Rechtmäßigkeit durch das Präsidium der Universität Paderborn vom 13. Juli 2016.

Paderborn, den 16. Juni 2017

Für den Präsidenten
Die Vizepräsidentin für Wirtschafts- und Personalverwaltung
der Universität Paderborn

Simone Probst

Anhang: Studienverlaufspläne der beiden Spezialisierungen

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

Studienverlaufsplan1			
Semester	Teilstudiengang Management: Spezialisierung „Management und Theologien im Dialog“		
	Modul	LP	Workload
1.Sem.	Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre	5	150
	Einführung in die Theorie der Unternehmung	5	150
	Einführung in die Methoden d. empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung	5	150
		15	450
2.Sem.	Interreligiöse Perspektiven der Wirtschaftsethik	5	150
	Modul aus dem Wahlbereich Management ²	10	300
		15	450
3. Sem.	Spirituality & Management	5	150
	Modul aus dem Wahlbereich Management ²	5	150
	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

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			
Modulnummer	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
W4129	5	Wissensmanagement	Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Klaus Rosenthal
W4132	5	Seminar zur Organisationsökonomie	Prof. Dr. Bernd Frick
W4133	10	Seminar zur Organisationsökonomie II	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	Business Ethics	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 Wunderlich
W4193	5	Praxisprojekt Innovationsmanagement	Prof. Dr. Nancy Wunderlich
W4198	10	Projektarbeit Dienstleistungsmanagement	Prof. Dr. Nancy Wunderlich
W4199	5	Projektarbeit Dienstleistungsmanagement	Prof. Dr. Nancy Wunderlich

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.

W5161 Einführung in die Methoden der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung							
W5161		Workload: 150 h	LP: 5	Studiensemester: 1. Sem.	Häufigkeit des Angebots: WS	Dauer: 1 Semester	
1	Lehrveranstaltungen 1		Kontaktzeit 30 h Vorlesung und Übung		Selbststudium 40 h Nachbereitung 80 h Prüfungsvorbereitung		Geplante Gruppengröße 75
2	Lernergebnisse: - Faktenwissen: Umgang mit Methoden in der Wirtschafts- und Sozialforschung - Methodenwissen: Eigenschaften qualitativer und quantitativer Erhebungsmethoden in der Wirtschafts- und Sozialforschung - Transferkompetenz: Anwendung verschiedener Erhebungsinstrumente in wissenschaftlichen Arbeiten - Normativ-bewertendes Wissen: Auswahl geeigneter Erhebungsinstrumente in wissenschaftlichen Arbeiten, Bewertung methodischer Vorgehensweisen zu Forschungsfragen im Bereich der Wirtschafts- und Sozialforschung						
3	Inhalte: Im Modul ‚Einführung in die Methoden der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung‘ erhalten die Studenten 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 Studenten 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.						
4	Lehrformen: - Vorlesung - Begleitende Übung - Nachbereitung von Vorlesung und Übung						
5	Teilnahmevoraussetzungen: Es wird stark empfohlen, die geforderten Kenntnisse in Statistik bereits vor der Belegung dieses Moduls absolviert zu haben.						
6	Prüfungsform: 100% ausgearbeitetes Portfolio mit 20-30 Seiten.						
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: Voraussetzung für den Abschluss des Moduls und die Vergabe der Leistungspunkte ist das Bestehen der Modulabschlussprüfung.						
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul kann in allen wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengängen gewählt werden.						
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/120						
10	Modulbeauftragte Fahr, René Prof. Dr.						
11	Sonstige Informationen						

W5121 Einführung in die Theorie der Unternehmung					
W5121		Workload: 150 h	LP: 5	Studien- semester: 1. Sem.	Häufigkeit des Angebots: WS Dauer: 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 25h	Selbststudium 125h	Geplante Gruppengröße Max. 60
2	Lernergebnisse Faktenwissen: Vermittlung grundlegender Begriffe und Perspektiven der Theorie der Unternehmung Methodenwissen: Theoretische Modellbildung, wissenschaftstheoretische Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, Erschließungsstrategien für komplexe Fachliteratur Transferkompetenz: Anwendung von Begriffs- und Kategorienwissen auf praxisrelevante Sachverhalte; theoretische Reflexion des erworbenen Wissens vor dem Hintergrund moderner betriebswirtschaftlicher Problemstellungen Normativ-bewertendes Wissen: Verständnis der konstitutiven Elemente der Theorie der Unternehmung in ihrem funktionalen Gesamtzusammenhang Schlüsselkompetenzen: Strategien des Wissenserwerbs: Vor- und Nachbereitung der Inhalte aus den Präsenzlernphasen (Vorlesung) sowie eigenverantwortliche Erarbeitung relevanter Lerninhalte im Rahmen der Selbstlernphase. - Kooperations- und Teamfähigkeit durch die Erarbeitung von Themen und Sachverhalten in Kleingruppen - Präsentations- und Kommunikationsfähigkeit durch die Darstellung erarbeiteter Ergebnisse - Argumentationsfähigkeit durch die Diskussion theoretischer Texte - Vertiefung der Fähigkeiten zum wissenschaftlichen Arbeiten durch eigenständige Literaturrecherchen und das Selbststudium komplexer Theorietexte				
3	Inhalte: Das Modul „Einführung in die Theorie der Unternehmung“ vermittelt den Studierenden die konstitutiven Elemente der Grundstruktur der Unternehmung. Die Spezialisierungen und Funktionsbereiche werden dabei nicht different und isoliert, sondern in ihrem die Unternehmung überhaupt erst konstituierenden Gesamtzusammenhang thematisiert und reflektiert.				
4	Lehrformen: Das Modul umfasst eine Vorlesung und verschiedene Formen des Selbststudiums.				
5	Teilnahmevoraussetzungen: keine				
6	Prüfungsformen: 100% Hausarbeit im Umfang von 15 Seiten mit Präsentation von 10-20 Minuten.				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: Voraussetzung für den Abschluss des Moduls und die Vergabe der Leistungspunkte ist das Bestehen der Modulabschlussprüfung				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul kann in allen wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengängen gewählt werden.				
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/120				
10	Modulbeauftragte Rosenthal, Klaus Prof. Dr. Dr. h.c. mult.				
11	Sonstige Informationen				

W5122 Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre					
W5122		Workload: 150 h	LP: 5	Studien- semester: 1. Sem.	Häufigkeit des Angebots: WS Dauer: 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 25h	Selbststudium 125h	Geplante Gruppengröße 60
2	Lernergebnisse: Faktenwissen: Kenntnis der wesentlichen betriebswirtschaftlichen Funktionsbereiche und Grundbegriffe sowie der ihnen zugrundeliegenden Konzepte und Modelle Methodenwissen: Wissenschaftstheoretische Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, quantitativ-methodische Diskussion ökonomischer Sachverhalte Transferkompetenz: Anwendung betriebswirtschaftlicher Begriffe auf relevante Problemstellungen Normativ-bewertendes Wissen: Analyse und Bewertung praktischer Fragen vor dem Hintergrund einer allgemeinen theoretischen Reflexion Schlüsselqualifikationen - Strategien des Wissenserwerbs: - Vor- und Nachbereitung der Inhalte aus der Präsenzlernphase sowie eigenverantwortliche Erarbeitung relevanter Lerninhalte im Rahmen der Selbstlernphase; Bearbeitung von Übungsaufgaben - Studium komplexer theoretischer Literatur - Eigenverantwortliche Literaturrecherche - Anwendungs- und Orientierungswissen für Sachverhalte der ökonomischen Praxis				
3	Inhalte: Das Modul führt die Studierenden in die Grundlagen der modernen Betriebswirtschaftslehre in ihren wesentlichen Funktionsbereichen und Methoden ein. Die Einführung basiert dabei auf der Vermittlung der wesentlichen Modelle und Konzepte und bietet den Studierenden einen Überblick über die relevanten Themenfelder der betriebswirtschaftlichen Praxis.				
4	Lehrformen: Das Modul umfasst eine Vorlesung und verschiedene Formen des Selbststudiums.				
5	Teilnahmevoraussetzungen: keine				
6	Prüfungsform: 100% Klausur von 90 -120 Minuten				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: Voraussetzung für den Abschluss des Moduls und die Vergabe der Leistungspunkte ist das Bestehen der Modulabschlussprüfung.				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul kann in allen wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengängen gewählt werden.				
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/120				
10	Modulbeauftragte Rosenthal, Klaus Prof. Dr. Dr. h.c. mult.				
11	Sonstige Informationen				

W4122 Ökonomie, Ethik und Denken						
W4122		Workload: 300 h	LP: 10	Studiensemester: 2. Sem.	Häufigkeit des Angebots: SS	Dauer: 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen W4122_01 Vorlesung zu Ökonomie, Ethik und Denken: Vorlesung/Übung W4122_02 Seminar zu Ökonomie, Ethik und Denken		Kontaktzeit 25 h 25 h	Selbststudium 125 h 125 h	Geplante Gruppengröße 60	
2	Lernergebnisse Faktenwissen: Die Teilnehmer lernen die zentralen Zusammenhänge und Kategorien zwischen Ökonomie, Ethik und Denken kennen. Methodenwissen: Vorlesungen und gemeinsame Leseübungen von relevanten historisch-systematischen Texten stellen dabei ein Grundverständnis her. Transferkompetenz: Im Seminar vertiefen die Studierenden diese erworbenen Kenntnisse theoretisch oder in praktischer Absicht mit Blick auf aktuelle Problemstellungen im Horizont gegenwartsbezogener Diskussionen. Normativ-bewertendes Wissen: Normativ bewertendes Wissen steht im Fokus der Lernziele dieses Moduls, indem methodenkritisch relevante Fragestellungen des Gegenstandsbereiches des ökonomischen Denkens und Handelns sowie der Ethik thematisiert werden. Schlüsselqualifikationen - Selbstständiger Wissenserwerb - Wissenschaftliches Verstehen und Argumentieren - Kommunikative Kompetenz					
3	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. Das geht aber diametral gegen die Kategorien des Denkens und hat Ökonomie 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. Dieses 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.					
4	Lehrformen: 01_Vorlesung zu Ökonomie, Ethik und Denken: Vorlesung/Übung, Einzelarbeitsphasen, Literaturstudium 02_Seminar zu Ökonomie, Ethik und Denken: Coaching, Einzelarbeitsphasen, Literaturrecherche und -studium					
5	Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen): Die Teilnehmer sollten mindestens eine der unten angegebenen Voraussetzungen erfüllen: - Teilnahme an der Exzellenz-Initiative der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften (http://wiwi.uni-paderborn.de/studierende/erfolgreich-studieren/studium-individuell-gestalten/exzellenzprogramm/)					

	- Teilnahme an den Ringvorlesungen „Wirtschaftliches Denken und Handeln“ oder „Wirtschaftsethik“ (http://wiwi.uni-paderborn.de/studierende/erfolgreich-studieren/studium-individuell-gestalten/vortagsreihe/) - Teilnahme am Bachelor-Modul W2123 Ökonomisches Denken und Handeln - Teilnehmer aus anderen Fakultäten mit vergleichbaren Qualifikationen oder Voraussetzungen (z.B. Philosophie oder Theologie)
6	Prüfungsformen: 1. 25% Inhaltsprotokoll mit 3-4 Seiten 2. 75% Hausarbeit im Umfang von 15-20 Seiten mit Präsentation von 10-20 Minuten. Erläuterungen: Im Modulteil 01 Vorlesung ist von den Studierenden ein schriftliches Inhaltsprotokoll im Umfang von ausgewählter Positionen der Vorlesung zu verfassen und abzugeben (25%). Im Modulteil 02 Seminar besteht die Prüfungsleistung aus einer Hausarbeit mit Seminarpräsentation (75%).
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: Voraussetzung für den Abschluss des Moduls und die Vergabe der Leistungspunkte ist das Bestehen der aus Modulteilprüfungen bestehenden Modulprüfung.
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul kann in allen wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengängen gewählt werden.
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120
10	Modulbeauftragte Rosenthal, Klaus Prof. Dr. Dr. h.c. Dr. h.c.; Hagengruber, Ruth Prof. Dr.
11	Sonstige Informationen

W5162 Interreligiöse Perspektiven der Wirtschaftsethik					
W5162		Workload: 150 h	LP: 5	Studien- semester: 2. Sem.	Häufigkeit des Angebots: WS Dauer: 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1 Seminar		Kontaktzeit 21 h	Selbststudium 129 h	Geplante Gruppengröße 60
2	Lernergebnisse: Faktenwissen: Zentrale Grundlagen, Konzepte und Denkfiguren einer interreligiösen Wirtschaftsethik Methodenwissen: Selbstständige Erarbeitung fachspezifischer Gegenstände, Anwendung der Grundlagen zur Beschreibung und Analyse wirtschafts- und unternehmensethisch relevanter Problemstellungen Transferkompetenz: Reflexion ethischer Entscheidungen Normativ-bewertendes Wissen: Fundierte Bewertung ökonomischer Entscheidungssituationen auf Basis interreligiöser (wirtschafts-) ethischer Ansätze Schlüsselqualifikationen: Selbstorganisation, Wissenschaftliches Schreiben und Präsentieren, Diskussionsführung, Teamfähigkeit und Kooperationsfähigkeit				
3	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.				
4	Lehrformen: Textbasiertes Seminar mit Gruppenpräsentationen zu Vertiefungsthemen. Neben einer Einführungsveranstaltung wird mittels fünf Blockveranstaltungen à 3 Stunden ein Grundverständnis ausgewählter Themen hergestellt, wobei es zu jedem Veranstaltungstermin einen verpflichtenden Lektürehinweis geben wird. Begleitend werden drei geführte Veranstaltungen angeboten, in denen die vertiefenden Texte gemeinsam analytisch gelesen und diskutiert werden können. Durch das Bearbeiten von Präsentationsthemen bekommen Studierende zudem die Gelegenheit, die erworbenen Kenntnisse mit Blick auf aktuelle Problemstellungen zu reflektieren.				
5	Teilnahmevoraussetzungen: keine				
6	Prüfungsformen: 100% Hausarbeit im Umfang von 15-20 Seiten mit Präsentation in einer Gruppe von 10-20 Minuten insgesamt.				

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: Voraussetzung für den Abschluss des Moduls und die Vergabe der Leistungspunkte ist das Bestehen der Modulabschlussprüfung.
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul kann in allen wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengängen gewählt werden.
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/120
10	Modulbeauftragte Fahr, René Prof. Dr.
11	Sonstige Informationen

W4149 Spirituality & Management					
W4149		Workload: 150 h	LP: 5	Studien- semester: 3. Sem.	Häufigkeit des Angebots: SS Dauer: 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1) Seminar		Kontaktzeit 30h	Selbststudium 120h	Geplante Gruppengröße 60
2	Lernergebnisse Faktenwissen: Spiritualität in ihrer Eigenart und Bedeutung verstehen; ein ausreichendes Verständnis und Erkenntnisse über zentrale Glaubenssätze und Narrationen einer religiösen Tradition gewinnen, indem normative Texte dieser Tradition erschlossen werden. Methodenwissen: Die Verbindung von alten weisheitlichen oder religiösen Gedankensträngen mit modernen Managementtheorien erkennen lernen; Fähigkeit zum Erstellen eines Frameworks in den eigenen individuellen, sozialen und organisationalen Rahmenbedingungen. Transferkompetenz: Die Studierenden sollen durch die Beschäftigung mit Vorstellungen, Werten und Lebensweisen unterschiedlicher Kulturen für ethische Aspekte des Wirtschaftslebens sensibilisiert werden, um damit einen Beitrag zur Persönlichkeitsbildung zu leisten und zu gesellschaftlichem Engagement zu ermuntern. Normativ-bewertendes Wissen: Die Bedeutung und den Einfluss von Spiritualität für Organisationsangehörige und Unternehmensleistung erkennen lernen. Schlüsselqualifikationen - Techniken zur Reflexion und Selbst-Management - Strategien des Wissenserwerbs - Präsentation von eigenen Ergebnissen in englischer Sprache - Schreiben einer Ausarbeitung.				
3	Inhalte: In der westlichen Managementliteratur wird die Einsicht immer deutlicher, wie wichtig die Kultivierung von Spiritualität von Individuen und insbesondere von Führungskräften von Firmen ist. Diese Einübung in Spiritualität soll helfen, die Lebensqualität auf der einen und die Unternehmensleistung auf der anderen Seite in einer problembehafteten Welt zu verbessern. Das Modul geht auf weisheitliche Elemente religiöser Traditionen ein und untersucht, wie diese Konzepte und Praktiken für heutige Unternehmen und Managemententscheidungen fruchtbar gemacht werden können. Weiterhin soll das Modul unterstreichen, dass Organisationen, die diesen Praktiken folgen, ein höheres Niveau von nachhaltigem Wachstum erreichen können. Indien hat eine lange ungebrochene Tradition von Spiritualität als Lebensprozess, so dass eine Ressource der spirituellen Literatur dieses Seminars in alt-indischen Traditionen liegen kann. Aber auch andere Traditionen können hier zur Sprache kommen, solange diese philosophischen und spirituellen Fragen in einer Weise bearbeiten, dass Orientierung für die Frage individuellen Verhaltens, für Modelle zur sozialen Funktionalität und insbesondere zur Unternehmensführung angesprochen werden.				
4	Lehrformen: Das Modul enthält Vorlesungen mit Diskussionen, Videosequenzen, Fallstudien, angeleitete Übungen und Präsentationen.				
5	Teilnahmevoraussetzungen: Keine				

6	Prüfungsformen: 1. 40% Fallstudie im Umfang von 10 Seiten 2. 60% Hausarbeit im Umfang von 15 Seiten mit Präsentation von 10-20 Minuten. Erläuterungen Die Übung besteht aus einer synthetisierenden Ausarbeitung im Umfang von 10 Seiten, in der eine bestehende Situation analysiert (ethisches Problem oder Managementfrage) und eine Lösung mithilfe der Kursinhalte entwickelt werden soll.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: Voraussetzung für den Abschluss des Moduls und die Vergabe der Leistungspunkte ist das Bestehen der aus Modulteilprüfungen bestehenden Modulprüfung.
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul kann in allen wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengängen gewählt werden.
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/120
10	Modulbeauftragte Schneider, Martin Prof. Dr
11	Sonstige Informationen: Unterrichts- und Prüfungssprache des Moduls ist Englisch. Das Modul ist Pflichtmodul in der Spezialisierung Management und Theologien im Dialog.

W5199 Profilierungsmodul					
W5199		Workload: 270 h	LP: 9	Studien- semester: 4. Sem.	Häufigkeit des Angebots: jedes Semester Dauer: 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1) Wahlveranstaltung mit inhaltlichem Bezug zum Thema der Masterarbeit 2) Projektarbeit/Kolloquium		Kontaktzeit 2 SWS / 30 h	Selbststudium 150 h 90 h	Geplante Gruppengröße max. 60 Stud. max. 60 Stud.
2	Lernergebnisse - Vertiefung bereits erworbener Fachkenntnisse sowie analytischer und methodischer Fähigkeiten - Fähigkeit zu eigenständiger Recherche von Forschungsliteratur - Aufbereitung, Strukturierung und Darstellung von fachwissenschaftlichen Fragestellungen - Wissenschaftliches Arbeiten auf Forschungsniveau				
3	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.				
4	Lehrformen: Das Modul umfasst Seminare und verschiedene Formen des Selbststudiums				
5	Teilnahmevoraussetzungen: keine.				
6	Prüfungsformen: 100% Präsentation von 10-20 Minuten mit schriftlicher Ausarbeitung von 10-20 Seiten.				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: 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.				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Nein				
9	Stellenwert der Note für die Endnote 9/120				
10	Modulbeauftragte Fahr, René / Rosenthal, Klaus				
11	Sonstige Informationen				

2. Modulbeschreibungen der Module aus dem Wahlbereich Management:

W4114 Relationship Driven Selling: Theory & Practice						
W4114	Workload: 150 h	LP: 5	Studiensemester 3. Sem.	Häufigkeit des Angebots: WS		Dauer: 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen W4112-01 Relationship focused selling W4112-02 Sales training			Kontaktzeit 60h	Selbst- studium 90 h	Geplante Gruppengröße 25-30
2	Lernergebnisse - Faktenwissen: Gaining knowledge of key sales management theories as they relate to adaptive relationship focused selling // Verständnis von zentralen Vertriebsmanagement-Theorien, da diese mit dem Adaptiven, beziehungsbezogenen Verkauf zusammenhängen. - Methodenwissen: Gaining knowledge of key sales management methods of adaptive relationship focused selling // Verständnis von zentralen Vertriebsmanagement-Methoden von adaptiven beziehungsbezogenen Verkauf. - Transferkompetenz: Building practical selling and communication skills necessary to function as an adaptive, relationship focused salesperson // Aufbauen von praktischen Verkaufs- und Kommunikationskompetenzen, die für eine Tätigkeit im adaptiven, beziehungsbezogenen Vertrieb nötig sind - Normativ-bewertendes Wissen: Developing understanding for selection and evaluation of key sales management theories and methods of adaptive relationship focused selling. // Entwickeln von Verständnis für die Auswahl und Bewertung zentraler Vertriebsmanagement-Theorien und Methoden von adaptivem beziehungsbezogenem Verkauf.					
3	Inhalte: 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 increasingly 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. Entgegen der Vorhersagen ist die Vertriebsfunktion auch im aufziehenden modernen webbasierten und informationsteilenden Möglichkeiten des B2B-Geschäfts nicht verschwunden. Im Gegenteil, es wird immer klarer, dass die Vertriebsfunktion in einer Welt des zunehmend transparenter werdenden Kaufens und Verkaufens an Bedeutung gewinnt, sodass die Kaufen-Verkaufen-Interaktionen noch wichtiger für den Firmenerfolg werden. Somit ist die Vertriebsfunktion im B2B-Geschäft immer noch zentral. Allerdings hat sich der Fokus geändert: wir befinden uns jetzt in einer Welt, in der die Vertriebsperson immer mehr als Bauer von sich anpassenden Beziehungen und weniger als reiner Transaktionsüberwacher agiert. Dieses Modul beschäftigt sich mit dieser Welt. Der Kurs besteht aus zwei Komponenten: 1) einem theoretischen Überblick über Vertriebsmanagementtheorien mit ihrem Bezug zu adaptiven, beziehungsorientiertem Verkauf und 2) einem praxisorientiertem Verkaufstraining-Ansatz, der den Studierenden erlaubt, die praktischen Verkaufs- und Kommunikationsfähigkeiten aufzubauen, die ein adaptiv beziehungsorientierter Vertriebler benötigt. Das Modul beinhaltet Literaturarbeit, Vorlesungen, Diskussionen, Prüfungen und interaktive Übungen wie Rollenspiele und Fallstudien.					
4	Lehrformen - Blockveranstaltung - Selbststudium					
5	Teilnahmevoraussetzungen: Keine.					
6	Prüfungsformen 20% Abschlussklausur mit Dauer von 30-60 Minuten. 80% Übungen im Sales training mit Hausarbeit im Umfang von 10-15 Seiten					

7	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten: Voraussetzung für den Abschluss des Moduls und die Vergabe der Leistungspunkte ist das Bestehen der aus Modulteilprüfungen bestehenden Modulprüfung.
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul kann in allen wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengängen gewählt werden.
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende/r Eggert, Andreas Prof. Dr.
11	Sonstige Informationen Unterrichts- und Prüfungssprache des Moduls ist Englisch.

W4115 Value-Based Marketing: Understanding and Communicating Customer Value in Business Markets						
W4115	Workload: 150 h	LP: 5	Studien- semester: 2. oder 3. Sem.	Häufigkeit des Angebots: WS	Dauer: 1 Semester	
1	Lehrveranstaltungen W4115-01 Customer Value Management W4115-02 Customer Value Model Project			Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 120 h	Geplante Gruppen- größe 25-30
2	Lernergebnisse - Faktenwissen: This course introduces participants to the key concepts, tools, and business practice of value-based marketing. // Das Modul gibt Teilnehmern Einblick in die Hauptkonzepte, Werkzeuge und Geschäftspraktiken von value-based Marketing - Methodenwissen: Participants learn to build value-in-use models to calculate and persuasively demonstrate customer value for different business market offerings. // Teilnehmer lernen, die sog. Value-in-Use Modelle aufzubauen, um den Kundenwert für verschiedene Geschäftsangebote zu berechnen und darzustellen. - Transferkompetenz: Participants apply value-in-use assessment as a foundation to approach the strategic managerial challenges of segmenting, targeting, and positioning as well as pricing.// Teilnehmer wenden die Value-in-Use Bewertung als Grundlage für strategische Managementherausforderungen in den Bereichen Segmentierung, Targeting, Positionierung und Pricing an. - Normativ-bewertendes Wissen: The course encourages participants 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. // Dieses Modul ermutigt Teilnehmer, über Value-Based Marketing ggü. anderen Konzepten und Managementwerkzeugen zu reflektieren und zu vergleichen. Auf dieser Basis können dann Entscheidungen über die Anwendung der richtigen Marketingwerkzeuge getroffen werden. - Spezifische Schlüsselkompetenzen: ➤ Competence in practically applying value-based marketing concepts and tools ➤ Collaboration and teamworking skills ➤ Oral and written English communication skills ➤ Experience in consulting a real-life partner company ➤ Kompetenz, die Value-Based-Marketing-Konzepte praktisch anzuwenden ➤ Zusammenarbeit und Teamwork ➤ Mündliche und schriftliche Kommunikationsfähigkeiten auf Englisch. ➤ Erfahrungen mit der Beratung eines echten Partnerunternehmens sammeln.					
3	Inhalt 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 grundlegenden 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. Das Modul behandelt weiterhin die Kommodifizierung in Geschäftsmärkten und bringt Einblicke wie Kunden für Umsatz gemanagt werden können.
4	Lehrformen - Vorlesungen - Selbststudium - Projektarbeit
5	Teilnahmevoraussetzungen: keine
6	Prüfungsform: 30% Abschlussklausur mit Dauer von 30-60 Minuten 30 % mündliche Beteiligung und Quiz zu Fallstudien 40 % Projektarbeit im Umfang von 10-15 Seiten.
7	Voraussetzung für die Vergabe von Kreditpunkten Voraussetzung für den Abschluss des Moduls und die Vergabe der Leistungspunkte ist das Bestehen der aus Modulteilprüfungen bestehenden Modulprüfung.
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul kann in allen wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengängen gewählt werden.
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende/r Eggert, Andreas Prof. Dr.
11	Sonstige Informationen Unterrichts- und Prüfungssprache des Moduls ist Englisch.

W4121 Management- und Marketingphilosophie und -theorie						
W4121	Workload: 300 h	LP: 10	Studien- semester: 2. oder 3. Sem.	Häufigkeit des Angebots: WS	Dauer: 1 Semester	
1	Lehrveranstaltungen W4121-01 Marketing Philosophie W4121-02 Marketing-Seminar			Kontaktzeit 50 h	Selbststudium 250 h	Geplante Gruppen- größe 40
2	Lernergebnisse - Faktenwissen: Vermittlung wirtschaftswissenschaftlicher Basistheorien und Managementwissen der Gegenwart, kommunikative Kompetenz - Methodenwissen: Selbstständige Erarbeitung fachspezifischer Gegenstände, wissenschaftliche und praxistaugliche Darstellung erarbeiteten Wissens (mündlich und schriftlich) - Transferkompetenz: Kooperations- und Teamfähigkeit, kommunikative Kompetenz - Normativ-bewertendes Wissen: Verständnis der Entwicklung ökonomischer Begriffe und Kategorien vor wissenschaftsgeschichtlichem Hintergrund. - Spezifische Schlüsselkompetenzen: ➤ Selbstständiger Wissenserwerb ➤ Wissenschaftliches Schreiben und Präsentieren ➤ Kommunikative Kompetenz					
3	Inhalte Das Modul führt im Rahmen der Marketingphilosophie in die Marketingtheorie ein: In eine Dogmengeschichte und Analyse der Genese der Wissenschaften auf der einen Seite und der Ökonomie auf der anderen Seite, die für angehende Manager wie Wissenschaftler offenbart: Marketing = (ist) Philosophie. Diesen Gedankengang zu verstehen, zu vertiefen und zu begründen, ist Aufgabe dieser kombinierten Vorlesung/Übung. Die Studierenden sollen die theoretischen Grundlagen durch eigene Literaturrecherchen und -studien vertiefen. Im Rahmen von Gruppenarbeiten erwerben die Studierenden kommunikative Kompetenz in wissenschaftlicher sowie praktischer Hinsicht. Test.					
4	Lehrformen - Vorlesungen mit Übung - Selbststudium					
5	Teilnahmevoraussetzungen: keine					
6	Prüfungsform: 50% Präsentation mit Dauer von 20-30 Minuten 50% Hausarbeit im Umfang von 20-30 Seiten					
7	Voraussetzung für die Vergabe von Kreditpunkten Voraussetzung für den Abschluss des Moduls und die Vergabe der Leistungspunkte ist das Bestehen der aus Modulteilprüfungen bestehenden Modulprüfung.					
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul kann in allen wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengängen gewählt werden.					
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120					
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende/r Rosenthal, Klaus Prof. Dr. Dr. h.c. mult.					
11	Sonstige Informationen					

W4125 Entrepreneurial Business Planning					
W4125	Workload: 300 h	LP: 10	Studien- semester: 3. Sem.	Häufigkeit des Angebots: WS	Dauer: 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Entrepreneurial Business Planning Vorlesung, Übung		Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 240 h	Geplante Gruppengröße 60
2	Lernergebnisse - Faktenwissen: Fortgeschrittene Kenntnisse und ein tiefgreifendes Verständnis theoretischer und anwendungs-bezogener Fragestellungen des Gründungsmanagements und Entrepreneurship. - Methodenwissen: Eigenständige Sammlung, Bewertung und Interpretation von wissenschaftlichen Erkenntnissen. Formulierung, argumentative Verteidigung und kritische Würdigung von fachbezogenen Positionen und Problemlösungen. - Transferkompetenz: Selbstständige Gestaltung weiterführender Lernprozesse in Bezug auf reale/fiktive Gründungen und praktische Anwendung. - Normativ-bewertendes Wissen: Austausch mit Fachvertretern und Laien über Informationen, Ideen, Problemfelder und Lösungen des behandelten Fachgebiets. - Spezifische Schlüsselkompetenzen: ➤ Erkennen von Geschäftsmöglichkeiten ➤ Einschätzen der Erfolgswahrscheinlichkeit der eigenen Gründungsideen ➤ Selbstständige Entwicklung und Umsetzung eigener Geschäftsideen ➤ (Schriftliche) Präsentation der eigenen oder fiktiven Gründungsidee vor Laien oder Fachvertretern				
3	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).				
4	Lehrformen - Vorlesungen - Übungen				
5	Teilnahmevoraussetzungen: keine				
6	Prüfungsformen 100% Projektarbeit mit Präsentation				
7	Voraussetzung für die Vergabe von Kreditpunkten Voraussetzung für den Abschluss des Moduls und die Vergabe der Leistungspunkte ist das Bestehen der Modulabschlussprüfung.				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul kann in allen wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengängen gewählt werden.				
9	Stellenwert der Note für die Endnote: 10/120				
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende/r Kabst, Rüdiger Prof. Dr.				
11	Sonstige Informationen : Die Bachelor-Veranstaltung Entrepreneurship ist für die Teilnahme am Modul nicht erforderlich				

W4127 Praxis der Unternehmensgründung					
W4127	Workload: 150 h	LP: 5	Studien- semester: 3. Sem.	Häufigkeit des Angebots: WS	Dauer: 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen - Praxis der Unternehmensgründung - Sigma Vortragsreihe, Projektarbeit		Kontaktzeit 20 h	Selbststudium 130 h	Gruppengröße Vorlesung: 200, Projektgruppe: 4
2	Lernergebnisse - Faktenwissen: Die Studierenden besitzen aktuelles Wissen über gründungsorientierte Themen wie Patent- und Lizenzrecht, Finanzierungsmodelle, Rechtsformwahl, Marketing, Personal, Rechnungs- und Steuerwesen, Informationen über Fördermaßnahmen. - Methodenwissen: Sie erlernen konkrete Maßnahmen zur Ausarbeitung einer Gründungsidee, die sie direkt anhand eines eigenständig angefertigten Businessplans umsetzen. - Spezifische Schlüsselkompetenzen: ➤ Die Studierenden 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.				
3	Inhalte Das Modul besteht aus der Teilnahme an der Veranstaltungsreihe SIGMA sowie der schriftlichen Anfertigung eines vollständigen Businessplans. 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. 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. 4 Personen). Die Veranstaltung ist grundsätzlich auch offen für interessierte Gasthörer. Diese können ebenfalls einen Business Plan erarbeiten, der bei Interesse auch an das Technologietransfer- und Existenzgründungs-Center TecUp der Universität Paderborn weitergeleitet werden kann.				
4	Lehrformen - Vorlesungen - Projektarbeit				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Prüfungsformen: 100% Projektarbeit				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: Voraussetzung für den Abschluss des Moduls und die Vergabe der Leistungspunkte ist das Bestehen der Modulabschlussprüfung.				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul kann in allen wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengängen gewählt werden.				
9	Stellenwert der Note für die Endnote: 5/120				
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende/r Kabst, Rüdiger Prof. Dr.				
11	Sonstige Informationen				

W4129 Wissensmanagement					
W4129	Workload: 150 h	LP: 5	Studien- semester: 2. Sem.	Häufigkeit des Angebots: SS	Dauer: 1 Semester
Lehrveranstaltungen			Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
W4129-1 Seminar Wissensmanagement			20h	130h	
Lernergebnisse - Faktenwissen: Kenntnis über Wissensmanagementstrategien. - Methodenwissen: Wissenschaftliches Arbeiten und wissenschaftliches Schreiben. - Transferkompetenz: Transfer theoretischer Konzepte auf praxisorientierte Problemstellungen sowie schriftliche Umsetzung in einer Seminararbeit. - Normativ-bewertendes Wissen: Verfassen einer Seminararbeit und „Mitstreiten“ im wissenschaftlichen Diskurs. - Spezifische Schlüsselkompetenzen: ➤ Erstellung einer Seminararbeit und einer Präsentation ➤ Literaturrecherche in Eigenregie					
Inhalte Im Seminar wird diskutiert, warum Wissen zur wertvollsten Ressource im 21. Jahrhundert wird und wie dieses Wort „Wissen“ in der Ökonomie eingeordnet werden kann. Das Seminar vermittelt den Bachelorstudenten einen Einblick in die zentralen Aufgabengebiete des Managements der wertvollen Ressource Wissen auf Grundlage fundierter Theorien und praktischer Fragestellungen. Um der Komplexität des Themas gerecht zu werden, bilden Konzepte des strategischen Managements, des Organizational Behaviors und des integrativen Wissensmanagements Grundlagen des Lehrangebots. Dabei werden sozialpsychologische, organisationale und technische Aspekte des Wissensmanagements mit einbezogen. Das Ziel des Seminars besteht darin, Bachelorstudenten an die wissenschaftliche Arbeitsweise und das wissenschaftliche Schreiben heranzuführen. Dabei analysieren und erarbeiten die Studierenden interessante Fragestellungen mit hohem Praxisbezug. Dies erfordert zunächst eine umfassende Literaturrecherche zu den vorgegebenen Themen im Bereich des Wissensmanagements in Einzelarbeit. Die Erkenntnisse werden anschließend in einer Seminararbeit konsolidiert. Die Studierenden erlernen innerhalb des Seminars den Umgang mit deutsch- und englischsprachigen Artikeln und Büchern. Dabei steht der Transfer theoretischer Konzepte auf die Bearbeitung von praxisrelevanten Problemstellungen im Vordergrund des Seminars.					
Lehrformen - Seminar - Seminararbeit - Literaturstudium					
Teilnahmevoraussetzungen keine					
Prüfungsform 100% Hausarbeit im Umfang von 10-15 Seiten mit Präsentation von 10-15 Minuten.					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten Voraussetzung für den Abschluss des Moduls und die Vergabe der Leistungspunkte ist das Bestehen der Modulabschlussprüfung.					
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul kann in allen wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengängen gewählt werden.					
Stellenwert der Note für die Endnote 5/120					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende/r Rosenthal, Klaus Prof. Dr. Dr. h.c. mult.					
Sonstige Informationen					

W4132 The Economics of Individual Behavior in Organizations					
W4132	Workload: 150 h	LP: 5	Studien- semester: 2. oder 3. Sem.	Häufigkeit des Angebots: SS, WS	Dauer: 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen W4132-1: The Economics of Individual Behavior in Organizations		Kontaktzeit 20 h	Selbststudium 130 h	Geplante Gruppengröße: 25
2	Lernergebnisse - Methodenwissen: Selbstständige Lösung ökonomischer Befunde unter Einsatz von Methoden der Ökonometrie. // Students should be able to analyse empirical research by the means of econometric methods. - Transferkompetenz: Formulierung eines eigenen wissenschaftlich orientierten schriftlichen Beitrags.// Students should be able to write their papers by the means of scientific terminologies. - Normativ-bewertendes Wissen: Auswahl, Anwendung und Beurteilung von Methoden zur Beantwortung ökonomischer Fragestellungen.// Students learn to choose, apply and evaluate methods in order to answer an economic research question. - Spezifische Schlüsselkompetenzen: - o Informationssuche, u. a. im Internet, Schreiben einer (ersten) wissenschaftlichen Arbeit - o Präsentation eigener Ergebnisse (Projektarbeit)				
3	Inhalte Das Seminar beinhaltet das Verfassen einer wissenschaftlichen Arbeit (max. 20 Seiten) 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 (20 pages max.) 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 everyday 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.				
4	Lehrformen Seminar Selbststudium				
5	Teilnahmevoraussetzungen W2131 Organisation und Unternehmensführung (empfohlen, nicht zwingend)				
6	Prüfungsformen 100% Hausarbeit im Umfang max. 20 Seiten mit Präsentation von 10-20 Minuten.				
7	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten Voraussetzung für den Abschluss des Moduls und die Vergabe der Leistungspunkte ist das Bestehen der Modulabschlussprüfung.				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul kann in allen wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengängen gewählt werden.				
9	Stellenwert der Note für die Endnote: 5/120				
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende/r Frick, Bernd Prof. Dr.				
11	Sonstige Informationen Das Modul kann auf Englisch oder Deutsch absolviert werden.				

W4133 The Economics of Individual Behavior in Organizations						
W4133		Workload: 300 h	LP: 10	Studien-semester: 2. oder 3. Sem.	Häufigkeit des Angebots: SS, WS	Dauer: 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen W4133-1: The Economics of Individual Behavior in Organizations		Kontaktzeit 20 h	Selbststudium 280 h	Geplante Gruppengröße: 25	
2	Lernergebnisse – Methodenwissen: Selbstständige Lösung ökonomischer Befunde unter Einsatz von Methoden der Ökonometrie. // Students should be able to analyse empirical research by the means of econometric methods. – Transferkompetenz: Formulierung eines eigenen wissenschaftlich orientierten schriftlichen Beitrags. // Students should be able to write their papers by the means of scientific terminologies. – Normativ-bewertendes Wissen: Auswahl, Anwendung und Beurteilung von Methoden zur Beantwortung ökonomischer Fragestellungen. // Students learn to choose, apply and evaluate methods in order to answer an economic research question. – Spezifische Schlüsselkompetenzen: ➤ Informationssuche, u. a. im Internet ➤ Schreiben einer (ersten) wissenschaftlichen Arbeit ➤ Präsentation eigener Ergebnisse (Projektarbeit)					
3	Inhalt Das Seminar beinhaltet das Verfassen einer wissenschaftlichen Arbeit (max. 20 Seiten) und die Präsentation der Ergebnisse aus den Bereichen 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 (20 pages max.) and holding a presentation on the results from the fields 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 everyday 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.					
4	Lehrformen - Seminar - Selbststudium					
5	Teilnahmevoraussetzungen W2131 Organisation und Unternehmensführung (empfohlen, nicht zwingend)					
6	Prüfungsformen 100% Hausarbeit im Umfang von max. 20 Seiten mit Präsentation von 10-20 Minuten.					
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten Voraussetzung für den Abschluss des Moduls und die Vergabe der Leistungspunkte ist das Bestehen der Modulabschlussprüfung.					
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul kann in allen wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengängen gewählt werden.					
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120					
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende/r Frick, Bernd Prof. Dr.					
11	Sonstige Informationen Das Modul kann auf Englisch und Deutsch absolviert werden.					

W4136 Applied Research Management					
W4136	Workload: 150 h	LP: 5	Studiensemester: 3. Sem.	Häufigkeit des Angebots: WS	Dauer: 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen W4136-1: Applied Research Management		Kontaktzeit 40 h	Selbststudium 110 h	Geplante Gruppengröße 25
2	Lernergebnisse – Faktenwissen: Students are made familiar with decision-making and problem-solving techniques.// Studierende werden an Techniken zur Entscheidungsfindung und Problemlösung herangeführt. – Methodenwissen: Students learn how to address a research topic as well as how to collect, analyze and interpret data by the means of the statistic software STATA. // Studierende lernen, sich einem Forschungsthema zu nähern und mit Hilfe der Statistik-Software Stata Daten zu sammeln, zu analysieren und zu interpretieren. – Transferkompetenz: Students apply their knowledge by focusing on an own research question which they answer by the use of suitable empirical data. // Studierende wenden ihr Wissen auf die eigene Forschungsfrage an und beantworten diese durch die Nutzung von geeigneten empirischen Daten. – Normativ-bewertendes Wissen: Students are made familiar with criteria required to choose data and literature most adequate for their individual research projects. // Studierende lernen die nötigen Kriterien zur Daten- und Literatúrauswahl kennen, die am geeignetsten für die Forschungsprojekte sind. Spezifische Schlüsselkompetenzen: ➤ Strategies of gathering data ➤ Training in modeling and forming hypotheses ➤ Strategien der Datensammlung ➤ Lernen, Hypothesen zu modellieren und zu formen.				
3	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. Das Ziel dieses Kurses ist es, den Studierenden bei der Planung einer ersten empirischen Analyse zur Vorbereitung auf ihre Abschlussarbeit zu helfen. Der Prozess beinhaltet das Bilden von Hypothesen und die Datensammlung sowie die Auswahl einer empirischen Methodik und der Interpretation der Ergebnisse.				
4	Lehrformen - Vorlesungen - Workshop (mit STATA) - Seminararbeit				
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine.				
6	Prüfungsformen 100% Hausarbeit im Umfang von 10-15 Seiten mit Präsentation von 10-15 Minuten.				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: Voraussetzung für den Abschluss des Moduls und die Vergabe der Leistungspunkte ist das Bestehen der Modulabschlussprüfung.				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul kann in allen wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengängen gewählt werden.				
9	Stellenwert der Note für die Endnote: 5/120				
10	Modulbeauftragte/r Frick, Bernd Prof. Dr.				
11	Sonstige Informationen Unterrichts- und Prüfungssprache des Moduls ist Englisch.				

W4140 Employment Systems						
W4140		Workload: 300 h	LP: 10	Studiensemester: 3. Sem.	Häufigkeit des Angebots: WS	Dauer: 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen W4140-01 Concepts W4140-02 Case Studies		Kontaktzeit 60 h		Selbststudium 240 h	Geplante Gruppengröße
2	Lernergebnisse – Faktenwissen: Typologies of employment systems along with the basic building blocks found in economics, sociology and HRM // Typologien von Beschäftigungssystemen zusammen mit den Grundinhalten zu diesen aus VWL, Soziologie und HRM. – Methodenwissen: Get to know the case as a small-n empirical method, collecting data for a company case study, write down the results of a company case study. // Den Fall al seine “small-n” empirische Methode kennenlernen, Daten für eine Firmenfallstudie sammeln, Ergebnisse dieser niederschreiben. – Transferkompetenz: Apply basic concepts and employment systems typologies to real-world company cases. // Grundlegenden Konzepte und Typologien von Beschäftigungssystemen auf reale Firmen-Fälle übertragen. – Normativ-bewertendes Wissen: Evaluate the efficiency and the fairness of employment systems // Bewertung von Effizienz und Fainess von Beschäftigungssystemen Spezifische Schlüsselkompetenzen: ➤ Gathering data// Daten Sammeln ➤ Applying concepts to real-world // Konzepte übertragen ➤ Writing a paper (Assignment)// Ein Paper schreiben.					
3	Inhalt 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. // Ein wichtiger des Management von Arbeitsbeziehungen ist der systemische oder holistische Aspekt: die Tatsache, dass einige HR und Beschäftigungspraktiken oftmals miteinander auf bestimmte Art und Weise kombiniert werden. Diese Kombinationen werden oftmals als Beschäftigungssystemen oder HR Systeme bezeichnet, und viele Kombinationen dieser wurden bereits vorgeschlagen. In diesen Modulen werden diese Typologien eingeführt, damit Studierende ihr Verständnis von Beschäftigungssystemen, ihren Bestandteilen, Logik, Effizienz in unterschiedlichen Situationen und ihre Fairness für unterschiedlichen Mitarbeitergruppen vertiefen. Im ersten Teil des Moduls werden die grundlegenden Bestandteile und Typologien eingeführt. Im zweiten Teil des Moduls wenden Studierende diese Konzepte auf eine Firmenfallstudie an. Die diskutierten Konzepte fußen auf der Volkswirtschaftslehre, Soziologie und dem Human Resource Management. Die Fallstudie wird als empirische Methode eingeführt, damit Studierende an einen realen Fall auf der Basis von Unternehmensinformationen und veröffentlichtem Material selbstständig forschen können.					
4	Lehrformen - Vorlesungen - Fallstudiendiskussion					
5	Teilnahmevoraussetzungen: keine					
6	Prüfungsformen 100% Hausarbeit im Umfang von 10 Seiten.					
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: Voraussetzung für den Abschluss des Moduls und die Vergabe der Leistungspunkte ist das Bestehen der Modulabschlussprüfung.					

8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul kann in allen wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengängen gewählt werden.
9	Stellenwert der Note für die Endnote: 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende/r Schneider, Martin Prof. Dr.
11	Sonstige Informationen Unterrichts- und Prüfungssprache des Moduls ist Englisch.

W4141 Human Resource Management					
W4141	Workload: 300 h	LP: 10	Studien- semester: 2. Sem.	Häufigkeit des Angebots: SS	Dauer: 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen W4141-01: Grundlagen W4141-02: Empirische Personalforschung		Kontaktzeit 42 h	Selbststudium 258 h	Geplante Gruppengröße: 80
2	Lernergebnisse - Faktenwissen: Kenntnisse der einschlägigen personalwirtschaftlichen Theorien und Fähigkeit zur Anwendung dieser Theorien auf strategische Personalmanagementfragen - Methodenwissen: Konzipierung und Durchführung empirischer Untersuchungen im Rahmen der Personalforschung, Kenntnis des methodischen Instrumentariums - Transferkompetenz: Anwendung personalwirtschaftlicher Theorien und Instrumente der Personalforschung auf personalwirtschaftliche Fragestellungen - Normativ-bewertendes Wissen: Selbstständige Auswahl und Bewertung von Personalforschungsinstrumenten, kritische theoriegestützte Analyse von Personalmanagementfragen - Spezifische Schlüsselkompetenzen: ➤ Strategien des Wissenserwerbs: Kombination aus Vorlesung, Vor- und Nachbereitung am Vorlesungsmaterial, Kooperations- und Teamfähigkeit in den ➤ Übungszettel-Teams, Eigenverantwortliche Informationssuche, u. a. im Internet				
3	Inhalt 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 01, 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 02 werden Kompetenzen in der empirischen Personalforschung vermittelt und eingeübt. Wesentliche Ansätze der empirischen Personalforschung werden hierzu am Beispiel der Regressionsanalyse nachvollzogen. Studierende können in Teilmodul 02 mittels gelöster Übungszettel Bonuspunkte für die Abschlussklausur sammeln.				
4	Lehrformen: - Vorlesungen - Übungen - Literaturstudium				
5	Teilnahmevoraussetzungen: keine				
6	Prüfungsformen 100% Abschlussklausur von 120 Minuten.				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: Voraussetzung für den Abschluss des Moduls und die Vergabe der Leistungspunkte ist das Bestehen der Modulabschlussprüfung.				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul kann in allen wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengängen gewählt werden.				
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120				
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende/r Schneider, Martin Prof. Dr.				
11	Sonstige Informationen				

W4164 Empirische Managementforschung						
W4164		Workload: 300 h	LP: 10	Studiensemester: 3. Sem.	Häufigkeit des Angebots: WS	Dauer: 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen W4164-01: Experimentelle Ansätze der empirischen Managementforschung W4164-02: Experimentelle Projektarbeit			Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 240 h	Geplante Gruppengröße 35
2	Lernergebnisse - Faktenwissen: Befunde experimenteller Studien zur Managementforschung - Methodenwissen: Experimentelle Wirtschaftsforschung, Durchführung von Experimenten - Transferkompetenz: Anwendung experimenteller Befunde auf Problemstellungen im Bereich Management, ökonomischen Interaktionen, wirtschaftsethisches Verhalten, Vertragsstrukturen im Unternehmenskontext, Einschätzung von Verhaltensverzerrungen, Wahrnehmung und Einschätzung von Entscheidungen unter Unsicherheit und Risiko. - Normativ-bewertendes Wissen: Bewertung von Verhaltensmodellen und experimentellen Befunden zu Forschungsfragen im Bereich der Managementforschung. Einschätzung und Einordnung von Managemententscheidungen. - Spezifische Schlüsselkompetenzen: ➤ Strategien des Wissenserwerbs: Kombination aus Vorlesung, Vor- und Nachbereitung am Vorlesungsmaterial, Hausaufgaben, Projektarbeit, Gruppenpräsentation, Kooperations- und Teamfähigkeit in den Hausaufgabenteams und Projektgruppen ➤ Eigenverantwortliche Informationssuche, u. a. im Internet ➤ Schreiben einer (ersten) wissenschaftlichen Arbeit ➤ Präsentation eigener Ergebnisse (Projektarbeit)					
3	Inhalt Das Modul möchte vor allem Lust und Neugierde auf experimentelle Wirtschaftsforschung im Allgemeinen 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 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 Rahmen der Übung soll darüber hinaus jede Gruppe zu einem vorgegebenen Thema eine Präsentation halten, in der die wesentlichen Aspekte und Inhalte von Experimenten zu dem Thema aufbereitet und den übrigen Teilnehmern erklärt werden. 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.					
4	Lehrformen - Vorlesungen - Übungen - Projektarbeit					
5	Teilnahmevoraussetzungen: Basiskenntnisse im Bereich der Spieltheorie und der Mikroökonomie sind empfehlenswert, aber nicht notwendig.					
6	Prüfungsformen 40% Abschlussklausur mit Dauer von 30-60 Minuten 60 % Projektarbeit im Umfang von 15-20 Seiten mit Präsentation von 10-20 Minuten.					
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: Voraussetzung für den Abschluss des Moduls und die Vergabe der Leistungspunkte ist das Bestehen der aus Modulteilprüfungen bestehenden Modulprüfung.					
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul kann in allen wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengängen gewählt werden.					
9	Stellenwert der Note für die Endnote: 10/120					
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende/r Fahr, René Prof. Dr.					
11	Sonstige Informationen					

W4166 Seminar zur Unternehmenspolitik					
W4166	Workload: 150 h	LP: 5	Studiensemester: 2. oder 3. Sem.	Häufigkeit des Angebots: SS/WS nicht jährlich	Dauer: 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen W4166-1 Seminar zur Unternehmenspolitik		Kontaktzeit 13 h	Selbststudium 137 h	Geplante Gruppengröße 30
2	Lernergebnisse - Faktenwissen: Kenntnis der zentralen Begriffe, Ziele und Aufgaben der Unternehmenspolitik sowie der jeweiligen Gestaltungsoptionen. - Methodenwissen: Kenntnis von spezifischen Konzepten und Methoden im Kontext der Unternehmenspolitik und Fähigkeit zur Anwendung entsprechender Instrumente - Transferkompetenz: Anwendung von Methoden und Instrumenten aus dem Kontext der Unternehmenspolitik für unterschiedliche Aufgabenstellungen der Unternehmensführung (insbesondere in Bereichen wie nachhaltiges Management, Corporate Social Responsibility und Compliance). - Normativ-bewertendes Wissen: Selbstständige Auswahl, Anwendung und Bewertung von Handlungsoptionen zur Lösung unternehmenspolitischer Problemstellungen - Spezifische Schlüsselkompetenzen: Erwerb von Fähigkeiten zur situationsangemessenen Kommunikation in betrieblichen Anwendungskontexten, zur Lösung von komplexen Problemen und zum effektiven und selbstorganisierten Arbeiten in Gruppen				
3	Inhalt 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, in dem es zu wechselnden Themen angeboten wird und meist in Kooperation mit namhaften Praxispartnern stattfindet. 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.				
4	Lehrformen: - Seminar - Selbststudium - Projektarbeit				
5	Teilnahmevoraussetzungen: keine				
6	Prüfungsformen 100% Projektarbeit im Umfang von 15-20 Seiten mit Präsentation von 10-20 Minuten				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: Voraussetzung für den Abschluss des Moduls und die Vergabe der Leistungspunkte ist das Bestehen der Modulabschlussprüfung.				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul kann in allen wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengängen gewählt werden.				
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/120				
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende/r Fahr, René Prof. Dr.				
11	Sonstige Informationen				

W4168 Business Ethics					
W4168	Workload: 300 h	LP: 10	Studiensemester: 2. Sem.	Häufigkeit des Angebots: SS	Dauer: 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen W4168-1: Business Ethics Vorlesung und Übung		Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 240 h	Geplante Gruppengröße: 100
2	Lernergebnisse - Faktenwissen: Grundlagen der Ethik, Modelle ethischer Managemententscheidungen, Wirtschaftsethik in Unternehmen - Methodenwissen: Quantitative Methoden, Experimentelle Wirtschaftsforschung - Transferkompetenz: Reflexion ethischer Managemententscheidungen, Kritische Bewertung in theoretischem und empirischem Rahmen - Normativ-bewertendes Wissen: Fundiert ethische Bewertung ökonomischer Entscheidungssituationen - Spezifische Schlüsselkompetenzen: ➤ Diskussionsführung ➤ Selbstorganisation				
3	Inhalt Managemententscheidungen und unternehmerisches Handeln müssen nach gesellschaftlicher Bewertung mehr und mehr nicht nur ökonomischen Effizienzkriterien, 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 verhaltensökonomischen 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.				
4	Lehrformen - Vorlesungen - Übungen - Literaturstudium				
5	Teilnahmevoraussetzungen: keine				
6	Prüfungsformen 100% ausgearbeitetes Portfolio mit 20-30 Seiten				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: Voraussetzung für den Abschluss des Moduls und die Vergabe der Leistungspunkte ist das Bestehen der Modulabschlussprüfung.				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul kann in allen wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengängen gewählt werden.				
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120				
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende/r Fahr, René Prof. Dr.				
11	Sonstige Informationen				

W4169 Seminar zur Wirtschafts- und Unternehmensethik						
W4169	Workload: 150 h	LP: 5	Studiensemester: 2. Sem.	Häufigkeit des Angebots: SS	Dauer: 1 Semester	
1	Lehrveranstaltungen Seminar zur Wirtschafts- und Unternehmensethik			Kontaktzeit 30h	Selbststudium 120h	Geplante Gruppengröße 30
2	Lernergebnisse - Faktenwissen: Wirtschafts- und unternehmensethische Begriffe, Zusammenhänge sowie Konzeptionen erläutern und einordnen können. - Methodenwissen: Wirtschafts- und unternehmensethisch relevante Problemstellungen beschreiben und analysieren können. - Transferkompetenz: Wirtschafts- und unternehmensethische Konzeptionen auf relevante Situationen anwenden und auf dieser Grundlage eine überzeugende Argumentation entwickeln können. - Normativ-bewertendes Wissen: Wirtschafts- und unternehmensethische Konzeptionen und Analysen kritisch reflektieren und (meta-ethisch) bewerten können. - Spezifische Schlüsselkompetenzen: ➤ Selbstorganisation ➤ wissenschaftliche Schreibkompetenzen ➤ wirkungsvolles Präsentieren ➤ effektive Diskussionsgestaltung					
3	Inhalt 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? Anhang 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 sozioethische Debatte aufzuzeigen.					
4	Lehrformen Seminar					
5	Teilnahmevoraussetzungen: keine					
6	Prüfungsformen 100% Hausarbeit im Umfang von 10-15 Seiten mit Präsentation von 10-15 Minuten.					
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: Voraussetzung für den Abschluss des Moduls und die Vergabe der Leistungspunkte ist das Bestehen der Modulabschlussprüfung.					
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul kann in allen wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengängen gewählt werden.					
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/120					
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende/r Fahr, René Prof. Dr.; Wilhelms, Günter Prof. Dr.					

W4185 Themenbereiche der Wirtschaftsethik						
W4185		Workload: 150 h	LP: 5	Studiensemester: 2. oder 3. Sem.	Häufigkeit des Angebots: SS/WS nicht jährlich	Dauer: 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Themenbereiche der Wirtschaftsethik			Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 120 h	Geplante Gruppengröße: Je nach Angebot
2	Lernergebnisse - Faktenwissen: Kenntnis der zentralen Theorien, Konzepte und Modelle - Methodenwissen: Erarbeitung fachspezifischer Gegenstände, Anwendung der Grundlagen zur Beschreibung und Analyse wirtschaftsethisch relevanter Problemstellungen - Transferkompetenz: Anwendung wirtschaftsethischer Konzeptionen - Normativ-bewertendes Wissen: Kritische Reflexion und Bewertung wirtschaftsethischer Debatten und resultierender Fragestellungen - Spezifische Schlüsselkompetenzen: ➤ Selbstorganisation ➤ wissenschaftliche Schreibkompetenzen ➤ wirkungsvolles Präsentieren					
3	Inhalt 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 sozialetischer 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 sozialetische 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.					
4	Lehrformen Seminar					
5	Teilnahmevoraussetzungen: keine					
6	Prüfungsformen Je nach Angebot 100% mündliche Prüfung mit Dauer: von 30 Minuten ODER 100% Hausarbeit im Umfang von 15-20 Seiten mit Präsentation 10-20 Minuten.					
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: Voraussetzung für den Abschluss des Moduls und die Vergabe der Leistungspunkte ist das Bestehen der Modulabschlussprüfung.					
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul kann in allen wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengängen gewählt werden.					
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/120					
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende/r Fahr, René Prof. Dr.; Lehrende der theologischen Fakultät					
11	Sonstige Informationen 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.					

W4186 Aspekte der Wirtschaftsethik					
W4186	Workload: 300 h	LP: 10	Studien-semester: 2. oder 3. Sem.	Häufigkeit des Angebots: SS/WS nicht jährlich	Dauer: 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen: Aspekte der Wirtschaftsethik		Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 240 h	Geplante Gruppengröße Je nach Angebot
2	Lernergebnisse - Faktenwissen: Kenntnis der zentralen Theorien, Konzepte und Modelle - Methodenwissen: Erarbeitung fachspezifischer Gegenstände, Anwendung der Grundlagen zur Beschreibung und Analyse wirtschaftsethisch relevanter Problemstellungen - Transferkompetenz: Anwendung wirtschaftsethischer Konzeptionen - Normativ-bewertendes Wissen: Kritische Reflexion und Bewertung wirtschaftsethischer Debatten und resultierender Fragestellungen - Spezifische Schlüsselkompetenzen: ➤ Selbstorganisation ➤ wissenschaftliche Schreibkompetenzen ➤ wirkungsvolles Präsentieren				
3	Inhalt 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 sozialetischer 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 sozialetische 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.				
4	Lehrformen - Vorlesung - Seminar				
5	Teilnahmevoraussetzungen: keine				
6	Prüfungsformen Je nach Angebot 100% mündliche Prüfung mit Dauer: von 30 Minuten <u>ODER</u> 100% Hausarbeit im Umfang von 15-20 Seiten mit Präsentation von 10-20 Minuten				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: Voraussetzung für den Abschluss des Moduls und die Vergabe der Leistungspunkte ist das Bestehen der Modulabschlussprüfung.				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul kann in allen wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengängen gewählt werden.				
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120				
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende/r Fahr, René Prof. Dr.				
11	Sonstige Informationen 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 Homepage des Lehrstuhls. 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.				

W4192 Service & Technology Management					
W4192	Workload: 300 h	LP: 10	Studien-semester: 2. Sem.	Häufigkeit des Angebots: SS	Dauer: 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen W4192-01 Topics in Service & Technology Management W4192-02 Projektarbeit zu innovativen Dienstleistungen		Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 240h	Geplante Gruppengröße: 25-30
2	Lernergebnisse - Faktenwissen: Fundierte Kenntnisse in Schwerpunktthemen der Dienstleistungs- und Technologiemanagementforschung - Methodenwissen: Empirische Sozialforschung - Transferkompetenz: Identifikation von praxisrelevanten Problemstellungen, Anwendung der Methodenkompetenz auf eigene empirische Studie - Normativ-bewertendes Wissen: Bewertung von Konzepten des Dienstleistungs- und Technologiemanagement, ihrer Anwendbarkeit und Aufbereitung - Spezifische Schlüsselkompetenzen: ➤ Strategien des Wissenserwerbs: Kombination aus Vorlesung, Vor- und Nachbereitung am Vorlesungsmaterial, Hausaufgaben, Projektarbeit ➤ Kooperations- und Teamfähigkeit in den Hausaufgabenteams und Projektgruppen ➤ Eigenverantwortliche Informationssuche, u. a. im Internet ➤ Schreiben einer (ersten) wissenschaftlichen Arbeit ➤ Präsentation eigener Ergebnisse (Projektarbeit)				
3	Inhalt 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.				
4	Lehrformen - Vorlesungen - Projektarbeit - Selbststudium				
5	Teilnahmevoraussetzungen: keine				
6	Prüfungsformen 20% Seminarpapier 30% mündliche Beteiligung 50% Projektarbeit im Umfang von 20 Seiten.				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: Voraussetzung für den Abschluss des Moduls und die Vergabe der Leistungspunkte ist das Bestehen der aus Modulteilprüfungen bestehenden Modulprüfung.				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul kann in allen wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengängen gewählt werden.				
9	Stellenwert der Note für die Endnote: 10/120				
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende/r Wunderlich, Nancy Prof. Dr.				
11	Sonstige Informationen				

Projektarbeit Dienstleistungsmanagement						
W4198		Workload: 300 h	LP: 10	Studien-semester: 2. oder 3. Sem.	Häufigkeit des Angebots: SS/WS	Dauer: 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Projektarbeit Dienstleistungsmanagement			Kontaktzeit 0 h	Selbststudium 300 h	Geplante Gruppengröße: individuell
2	Lernergebnisse - Faktenwissen: Fundierte Kenntnisse in Schwerpunktthemen der Dienstleistungsforschung - Methodenwissen: Wissenschaftliches Arbeiten, Analyse und Verarbeitung der relevanten Informationen - Transferkompetenz: Übertragung von allgemeinem Wissen und Theorien auf spezifische Problemstellungen - Normativ-bewertendes Wissen: Kritische Beurteilung und Bewertung der herangezogenen Informationen und der eigenen gewonnenen Erkenntnisse - Spezifische Schlüsselkompetenzen: ➤ Eigenverantwortliche Informationssuche, u. a. im Internet ➤ Schreiben einer (ersten) wissenschaftlichen Arbeit ➤ Präsentation eigener Ergebnisse (Projektarbeit)					
3	Inhalt Studierende zeigen im Rahmen einer Projektarbeit ihre Fähigkeit, Probleme aus dem Bereich des Dienstleistungsmanagements mit Hilfe von wissenschaftlichen und praktischen Methoden innerhalb einer gegebenen Frist zu lösen.					
4	Lehrformen - Projektarbeit - Selbststudium					
5	Teilnahmevoraussetzungen: keine					
6	Prüfungsformen: 100% Projektarbeit im Umfang von 25 Seiten mit Präsentation von 10-20 Minuten.					
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: Voraussetzung für den Abschluss des Moduls und die Vergabe der Leistungspunkte ist das Bestehen der Modulabschlussprüfung.					
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul kann in allen wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengängen gewählt werden.					
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120					
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende/r Wunderlich, Nancy Prof. Dr.					
11	Sonstige Informationen					

Projektarbeit Dienstleistungsmanagement						
W4199		Workload: 150 h	LP: 5	Studien-semester: 2. oder 3. Sem.	Häufigkeit des Angebots: SS/WS	Dauer: 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Projektarbeit Dienstleistungsmanagement			Kontaktzeit 0 h	Selbststudium 150 h	Geplante Gruppengröße individuell
2	Lernergebnisse - Faktenwissen: Fundierte Kenntnisse in Schwerpunktthemen der Dienstleistungsforschung - Methodenwissen: Wissenschaftliches Arbeiten, Analyse und Verarbeitung der relevanten Informationen - Transferkompetenz: Übertragung von allgemeinem Wissen und Theorien auf spezifische Problemstellungen - Normativ-bewertendes Wissen: Kritische Beurteilung und Bewertung der herangezogenen Informationen und der eigenen gewonnenen Erkenntnisse - Spezifische Schlüsselkompetenzen: - Eigenverantwortliche Informationssuche, u. a. im Internet - Schreiben einer (ersten) wissenschaftlichen Arbeit - Präsentation eigener Ergebnisse (Projektarbeit)					
3	Inhalt Studierende zeigen im Rahmen einer Projektarbeit ihre Fähigkeit, Probleme aus dem Bereich des Dienstleistungsmanagements mit Hilfe von wissenschaftlichen und praktischen Methoden innerhalb einer gegebenen Frist zu lösen.					
4	Lehrformen - Projektarbeit - Selbststudium					
5	Teilnahmevoraussetzungen: keine					
6	Prüfungsformen 100% Projektarbeit im Umfang von 15 Seiten.					
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: Voraussetzung für den Abschluss des Moduls und die Vergabe der Leistungspunkte ist das Bestehen der Modulabschlussprüfung.					
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul kann in allen wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengängen gewählt werden					
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/120					
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende/r Wunderlich, Nancy Prof. Dr.					
11	Sonstige Informationen					

HERAUSGEBER
PRÄSIDIUM DER UNIVERSITÄT PADERBORN
WARBURGER STR. 100
33098 PADERBORN

[HTTP://WWW.UNI-PADERBORN.DE](http://www.uni-paderborn.de)

ISSN 2199-2819