



Technische
Hochschule
Wildau
*Technical University
of Applied Sciences*

Studiengang

"Business Management - Schwerpunkt

Finanzmanagement"

Master of Arts

Modulhandbuch



Stand vom September 2023

1. Semester	4
<hr/>	
<i>Pflichtmodule</i>	4
Human Resource Management (engl.)	4
Technologiemanagement	7
Kostenmanagement	10
Investitionsplanung	12
Quantitative Methoden	15
<hr/>	
2. Semester	17
<hr/>	
<i>Pflichtmodule</i>	17
Strategisches IT-Management	17
Internationale Rechnungslegung	20
Finanzmanagement	22
Group Accounting	25
<hr/>	
<i>Wahlpflichtmodule</i>	27
Einführung in die Wirtschaftspsychologie und Wirtschaftssoziologie	27
Entrepreneurship	30
Internationale Wirtschaftspolitik	33
Internationale Marktforschung	36
Kapitalmärkte	39
<hr/>	
3. Semester	43
<hr/>	
<i>Pflichtmodule</i>	43
Internationale Wirtschaftskommunikation (engl.)	43
Strategische Unternehmensplanung	46
Ausgewählte Themen in Steuern, Accounting und Valuation	50
Finanzcontrolling	53
<hr/>	
<i>Wahlpflichtmodule</i>	56
Medienmanagement und Medienökonomie	56
European Labour Law	59
International Trade and Investment	62
<hr/>	

Introduction to the German Economy	65
Internationales Finanzmanagement	68
Unternehmenssteuerrecht	71
4. Semester	74
<i>Pflichtmodule</i>	74
Masterarbeit und Kolloquium	74

Human Resource Management (engl.)

Modulname Human Resource Management (engl.)	
Studiengang Business Management - Schwerpunkt Finanzmanagement	Abschluss Master of Arts
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Marc Roedenbeck	
Stand vom 2023-08-30	Sprache Englisch
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	CP nach ECTS 6

Art des Studiums Vollzeit	Semester 1	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 1	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 120,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 0,0 Std.	Summe 180 Std.

Human Resource Management (engl.)

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Students are able to explain and summarize the aspects of the Employee Life Cycle;
- Students are aware of the current trends and their implications in HRM;

Fertigkeiten

- Students understand and are able to explain the different stages of the employee life cycle;
- Students can identify appropriate areas of application and suggest improvements for diverse HRM tools across the different stages of the employee life cycle;
- Students are able to critically reflect on the use of selected tools;
- Students are aware of the current trends in modern HRM and their impact on organizational performance;

Soziale Kompetenz

- Students learn to communicate and present new information in an effective and impactful way;
- Students learn to formulate and communicate constructive feedback to others;
- Students abide by rules and agreements they have made with others;

Selbständigkeit

- Students learn to critically question their own decisions as well as the views and decisions of others
- Students learn to make appropriate decisions based on a variety of different situations;
- Students develop the ability to organize a workshop and reflect on its different elements;

Inhalt

1. Introduction
2. Human Resource Management (HRM) Overview
3. Strategic HRM
4. The Analysis and Design of Work
5. Planning & Recruitment
6. Employee Selection
7. Training & Development
8. Employee Performance Management
9. Employee Retention and Separations
10. Motivation & Rewards
11. International Human Resource Management

Human Resource Management (engl.)

Pflichtliteratur

- Bauer, T, Erdogan, B, Caughlin, D & Truxillo, D. (2020). *Human resource management : people, data, and analytics* Los Angeles ; London ; New Delhi ; Singapore ; Washington, DC ; Melbourne : Sage.

Literaturempfehlungen

- Robbins, S, Coulter, M & Randel, A. (2021). *Management* (15E [edition], global edition) Harlow, England : Pearson.

Technologiemanagement

Modulname Technologiemanagement	
Studiengang Business Management - Schwerpunkt Finanzmanagement	Abschluss Master of Arts
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Dana Mietzner	
Stand vom 2022-02-14	Sprache Deutsch, Englisch
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	CP nach ECTS 6

Art des Studiums Vollzeit	Semester 1	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 1	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen Innovationsmanagement
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 120,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 0,0 Std.	Summe 180 Std.

Technologiemanagement

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen und verstehen Stellenwert und Unterschied von Technologie und Technik,
- Einordnung des Technologiemanagement in die Unternehmensführung,
- Konzepte und Strategien des Technologiemanagements,
- Konzepte und Methoden des Technologiemanagements,
- Prozess und Methoden der strategischen Vorausschau (strategic foresight).

Fertigkeiten

- Sie erwerben die Fähigkeiten Technologietrends und -entwicklungen zu erkennen und zu bewerten,
- Technologiestrategien mit Wettbewerbsstrategien zu verbinden,
- die erforderlichen Ressourcen in den Unternehmensumfeldern zu akquirieren,
- mit technologierelevanten Akteuren innerhalb und außerhalb des Unternehmens zu kommunizieren und zu kooperieren,
- Konzepte und Instrumente des Technologiemanagements zu bewerten und anzuwenden,
- Folgen von Technologien zu erkennen und abzuschätzen,
- Reale Fallbeispiele zu analysieren und die Ergebnisse zu präsentieren.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, sich aktiv in eine Gruppe einzubringen und adäquat über den Vorlesungsinhalt kommunizieren.
- Sie können eigene Ergebnisse vor der Gruppe präsentieren und auf Nachfragen angemessen reagieren.

Selbständigkeit

- Die Projektarbeit und Arbeit an Fallstudien soll eine Selbstreflektion der einzelnen Studierenden verstärken. Ziel ist es dabei, dass sie ihre Stärken und Schwächen identifizieren und ihre Ressourcen und Kompetenzen zielgerichtet einsetzen und weiterentwickeln durch die Definition von Terminen, werden die Studierenden dazu gebracht sich ziel- und ergebnisorientiert zu organisieren, ihre Arbeiten sinnvoll zu dokumentieren und somit Wissensstände zu sichern.

Technologiemanagement

Inhalt

1. Begriffsverständnis und Merkmale von Technologie und Technik
2. Aufgaben des Technologiemanagements
3. Kriterien der Technologiebewertung
4. Verhältnis von Technologie und Innovation
5. Beziehungen zwischen FuE-Management, Technologiemanagement und Innovationsmanagement
6. Technologiestrategien von Unternehmen und Wettbewerbsfähigkeit
7. Neue Ansätze und Konzepte im Wissens- und Technologietransfer
8. Überblick zu Methoden der strategischen Vorausschau
9. Ausgewählte Methoden: Szenarioanalysen
10. Ausgewählte Methoden: Technologiescouting und Technologiesteckbriefe
11. Ausgewählte Methoden: Expertenbefragungen und Delphi Analysen

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

- Coates, F. (o.D.). *Scenario Planning, in: Technological Forecasting and Social Change 65, 115-123 2000.*
- Gerybadze, A. (2004). *Technologie- und Innovationsmanagement : Strategie, Organisation und Implementierung* München : Vahlen.
- Herstatt, C. (2006). *Management of technology and innovation in Japan : with 28 tables* Berlin [u.a.] : Springer.
- Lizaso, F & Reger, G. (2004). *Linking Roadmapping and Scenarios as an Approach for Strategic Technology Planning. International Journal of Technology Intelligence and Planning 1(1).*
- Mietzner, D. (2009). *Strategische Vorausschau und Szenarioanalysen : Methodenevaluation und neue Ansätze* (1. Aufl.) Wiesbaden : Gabler.
- Reger, G & Mietzner, D. (2008). *Szenarioanalyse Dienstleistungen in der roten Biotechnologie (DLrBT)* Shaker Verlag.
- van der Heijden, K. (2005). *Scenarios: The Art of Strategic Conversation.* Chichester John Wiley & Sons.

Kostenmanagement

Modulname Kostenmanagement	
Studiengang Business Management - Schwerpunkt Finanzmanagement	Abschluss Master of Arts
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. oec. Stephan Teichmann	
Stand vom 2022-07-04	Sprache Deutsch
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	CP nach ECTS 6

Art des Studiums Vollzeit	Semester 1	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 3	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen Bachelor in Betriebswirtschaft, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsingenieurwesen oder Logistik
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 118,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 180 Std.

Kostenmanagement

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen und verstehen die spezifischen Anwendungsfelder, Methoden und Instrumente des Kostenmanagements,
- Besonderheiten des Kostenmanagements in ausgewählten Branchen
- sowie die Organisation und Digitalisierung des Kostenmanagements.

Fertigkeiten

- Sie erwerben die Fähigkeiten zur Anwendung von Kostenmanagement-Instrumenten
- und zur Auswertung und Interpretation von deren Ergebnissen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, Übungsaufgaben und Fallstudien verantwortlich zu bewältigen und ihre Lösungen argumentativ zu vertreten.

Selbständigkeit

- Die Studierenden können Probleme des Kostenmanagement eigenständig analysieren, bewerten sowie lösen.

Inhalt

1. Von der Kostenrechnung zum Kostenmanagement
2. Bereichsorientiertes Kostenmanagement (Soll-Ist-Kostenvergleiche im Rahmen der Plankostenrechnung, Gemeinkostensenkungsprogramme)
3. Produktorientiertes Kostenmanagement (Target Costing, Lebenszykluskostenrechnung)
4. Prozessorientiertes Kostenmanagement (Prozesskostenrechnung, Kosten-Benchmarking)
5. Ressourcenorientiertes Kostenmanagement (Material-, Personal- und Anlagenkostenmanagement)
6. Kostenmanagement in unterschiedlichen Branchen (z. B in Banken, in der Bauindustrie usw.)
7. Organisation des Kostenmanagements (Aufbau- und Ablauforganisation, Rahmenbedingungen)
8. Perspektiven des Kostenmanagements
9. Digitalisierung des Kostenmanagements

Pflichtliteratur

- Teichmann, St.: Skript zum Masterkurs „Kostenmanagement“
- Eisele, W. & Knobloch, A. P. (2019): Technik des betrieblichen Rechnungswesens. München. Verlag Franz Vahlen.

Literaturempfehlungen

Investitionsplanung

Modulname Investitionsplanung	
Studiengang Business Management - Schwerpunkt Finanzmanagement	Abschluss Master of Arts
Modulverantwortliche Prof. Dr. phil. Stefanie Kunze	
Stand vom 2017-08-04	Sprache Deutsch
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	CP nach ECTS 6

Art des Studiums Vollzeit	Semester 1	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 3	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 118,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 180 Std.

Investitionsplanung

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen und verstehen die theoretischen Konzepte für die Handhabung des Risikos in finanziellen Bewertungs- und Entscheidungsprozessen,
- dass das interne Wachstum in Unternehmen die Durchführung von Investitionsprojekten bedeutet und das externe Wachstum auf der Übernahme anderer Firmen beruht,
- die verschiedenen zur finanzwirtschaftlichen Bewertung und Beurteilung von Investitionsprojekten einzusetzenden Investitionsrechnungsverfahren sowie die Verfahren zur Unternehmensbewertung,
- die risikogerechten durchschnittlichen Kapitalkosten WACC (Weighted Average Cost of Capital) als zentrales Element der DCF-Analysen sowie die dabei zu betrachtenden theoretischen und praktischen Probleme,
- die Grenzen und Verbesserungsmöglichkeiten der Projektbewertung.

Fertigkeiten

- Sie erwerben die Fähigkeiten, die verschiedenen Investitions- und Finanzierungsrisiken zu erkennen, zu bestimmen, zu bewerten und zu steuern,
- den WACC zu ermitteln und im Rahmen der SCF-Analyse zu nutzen,
- Investitionsvorgänge bei verschiedenen Investitionsarten zu führen und zu bewerten,
- mit verschiedenen Investitionsmodellen Planungen zu realisieren.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, Arbeitsprozesse kooperativ zu planen und gestalten.
- Sie können Abläufe und Ergebnisse begründen sowie Sachverhalte umfassend darstellen.

Selbständigkeit

- Die Studierenden können sich selbst Lern- und Arbeitsziele setzen, sowie Verantwortung übernehmen.

Investitionsplanung

Inhalt

1. Interdependenzen zwischen dem Finanzmanagement, der Investitionsplanung und dem Finanzcontrolling
2. Zielsetzung des Investors und Zielgrößen
3. Zentrale Aspekte der Investitionspolitik
4. Verschiedene Verfahren der Investitionsrechnung und Unternehmensbewertung
5. Finanzielle Bewertung und Risiko
6. Ausgewählte Probleme bei der WACC-Bestimmung und DCF-Bewertung
7. Investitionsarten und Umsetzung von Projektanalysen
8. Grenzen und Erweiterungsmöglichkeiten des Capital-Budgeting
9. Berücksichtigung von Steuern
10. Strategische Planung
11. Führungsaspekte im Investitionsbereich und Desinvestition

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

- Betge, P. (1998). *Investitionsplanung : Methoden, Modelle, Anwendungen* (3., vollst. überarb. und erw. Aufl.) Wiesbaden : Gabler.
- Götze, U. (2014). *Investitionsrechnung : Modelle und Analysen zur Beurteilung von Investitionsvorhaben* (7. Aufl. 2014) Berlin, Heidelberg : Springer Berlin Heidelberg.
- Copeland, T, Weston, J & Shastri, K. (2014). *Financial theory and corporate policy* (4. ed., new internat. ed.) Harlow : Pearson Education.
- Kruschwitz, L. (2005). *Investitionsrechnung u. Finanzmathematik 10. Auflage*.
- Olfert, K. (2015). *Investition* (13., aktualisierte Auflage) Herne : Kiehl.
- Perridon, L. & Steiner, M. (2007). *Finanzwirtschaft der Unternehmung*. München: Vahlen.
- Rappaport, A. (1986). *[(Creating Shareholder Value : The New Standard for Business Performance)] [By (author) Alfred Rappaport] published on (May, 1998)* Simon & Schuster Ltd.
- Schneider, D. (1992). *Investition, Finanzierung und Besteuerung* (7., vollst. überarb. und erw. Aufl.) Wiesbaden : Gabler.
- Volkart, R. (2006). *Corporate Finance : Grundlagen von Finanzierung und Investition* (2., vollst. überarb. und stark erw. Aufl.) Zürich : Versus.
- Zeitschrift: ZfB Zeitschrift für Betriebswirtschaftslehre Wiesbaden

Quantitative Methoden

Modulname Quantitative Methoden	
Studiengang Business Management - Schwerpunkt Finanzmanagement	Abschluss Master of Arts
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. nat. Rainer Stollhoff	
Stand vom 2020-07-14	Sprache Deutsch
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	CP nach ECTS 6

Art des Studiums Vollzeit	Semester 1	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 0 / 2 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 1	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 0 / 2 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen Module Mathematik I und II und Statistik aus dem Studiengang Bachelor Betriebswirtschaft
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 118,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 180 Std.

Quantitative Methoden

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen und verstehen die Grundlagen stochastischer Prozesse und der Zeitreihenanalyse.
- Die Studierenden kennen und verstehen die mathematischen und statistischen Grundlagen der Portfoliotheorie.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können (Aktienkurs-)zeitreihen mit R einlesen, verarbeiten und graphisch darstellen sowie geeignete statistische Kenngrößen berechnen.
- Die Studierenden können (Aktienkurs-)zeitreihen als stochastischen Prozess modellieren, die geeigneten statistischen Kenngrößen berechnen und Prognosen erstellen.
- Die Studierenden können mit R Modellparameter für Portfoliomodelle aus (Aktienkurs-)zeitreihen berechnen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, sich aktiv in eine Lerngruppe einzubringen und Ergebnisse kooperativ mitzugestalten.

Selbständigkeit

- Die Studierenden können Probleme eigenständig analysieren, bewerten und lösen.

Inhalt

1. Grundlagen Finanzmathematik und Statistik
2. Grundlagen stochastischer Prozesse (ARIMA, GARCH)
3. Zeitreihenanalyse mit R
4. Grundlagen der Portfoliotheorie (Markowitz, CAPM, Dreifaktorenmodell)
5. Portfolioanalyse mit R

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

Strategisches IT-Management

Modulname Strategisches IT-Management	
Studiengang Business Management - Schwerpunkt Finanzmanagement	Abschluss Master of Arts
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Mathias Walther	
Stand vom 2022-02-14	Sprache Deutsch
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	CP nach ECTS 6

Art des Studiums Vollzeit	Semester 2	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 2	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 120,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 0,0 Std.	Summe 180 Std.

Strategisches IT-Management

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen und verstehen Merkmale und Vorgehensweisen, nach denen in modernen Unternehmen Business- und IT-Strategien entwickelt werden und esentliche Probleme des Strategieprozesses und die abgeleitete, spezielle Verantwortung des IT-Managements zur Verbindung von IT-und Business-Strategie.

Fertigkeiten

- Die Studierenden erwerben die Fertigkeiten zur Identifikation der strategischen Potenziale moderner IT-Anwendungen,
- zur Bewertung von technischen und betriebswirtschaftlichen Faktoren der IT-Wertschöpfung,
- zur Ausarbeitung einer IT-Strategie für Unternehmen (Orientierung an der Geschäftsstrategie, Möglichkeiten, notwendige Infrastruktur),
- zum Nachweis der betriebswirtschaftlichen Effektivität geplanter IT-Anwendungen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, sich aktiv in eine Gruppe einzubringen und in der Unterrichtsdiskussion Strategische IT-Inhalte adäquat zu kommunizieren.
- Sie können Aufgabenstellungen im Team diskutieren und lösen. Sie können eigene Ergebnisse vor der Gruppe präsentieren und auf Nachfragen angemessen reagieren.

Selbständigkeit

- Die Studierenden sind in der Lage, sich Lern- und Arbeitsziele selbst zu setzen und diese zu realisieren.
- Sie können die eigenen Kenntnisse mit den gesetzten Lernzielen vergleichen und ggf. notwendige Schritte einleiten wie z. B. Lernberatung nachfragen.
- Sie übernehmen selbstständige wissenschaftliche Recherche, Themenwahl, -abgrenzung und regelgerechte und die Verfassung einer einfachen wissenschaftlichen Arbeit

Inhalt

1. IT-Anwendungen und Strategien (ERP, Informationssysteme)
2. IT-Architekturmanagement
3. IT-Servicemanagement
4. IT-Projektmanagement
5. IT-Anforderungsmanagement
6. IT-Organisation und Personal
7. Informations- und Datenmanagement
8. IT-Controlling
9. IT-Governance
10. IT-Sicherheitsmanagement
11. IT-Compliance und IT-Recht

Strategisches IT-Management

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

- Tiemeyer, E. (2006). Handbuch IT-Management. München [u.a.]: Hanser.
- (2003). *Strategisches IT-Management; 2: Fallbeispiele und praktische Umsetzung* (1. Aufl.) Düsseldorf : Symposion.
- Brenner, W. (2003). *Strategisches IT-Management* Heidelberg : dpunkt.-Verl..
- Hanschke, I. (2013). *Strategisches Management der IT-Landschaft : ein praktischer Leitfaden für das Enterprise Architecture Management* (3., aktualisierte und erw. Aufl.) München : Hanser.
- Heilmann, H. (2001). *Strategisches IT-Controlling* Heidelberg : dpunkt.-Verl..
- (2004). *Strategische Unternehmensführung; 1: Strategisches Denken : Vision, Unternehmenspolitik, Strategie* (7., grundlegend neu bearb. Aufl.) Berlin [u.a.] : De Gruyter.
- Hofmann, J. (2012). *Strategisches IT-Management : IT-Projekt-Governance ; Unternehmensarchitekturmanagement ; agile IT-Anwendungslandschaften ; IT-Outsourcing ; ITK-Steuerung ; Collaboration Roadmapping ; Corporate Information Management ; nachhaltiges IT-Management* Heidelberg : dpunkt-Verl..
- Müller-Stewens, G & Lechner, C. (2005). *Strategisches Management : wie strategische Initiativen zum Wandel führen ; der St. Galler General Management Navigator* (3., aktualisierte Aufl.) Stuttgart : Schäffer-Poeschel.
- Zarnekow, R. (2007). *Produktionsmanagement von IT-Dienstleistungen : Grundlagen, Aufgaben und Prozesse* Berlin [u.a.] : Springer.

Internationale Rechnungslegung

Modulname Internationale Rechnungslegung	
Studiengang Business Management - Schwerpunkt Finanzmanagement	Abschluss Master of Arts
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. oec. Stephan Teichmann	
Stand vom 2021-01-13	Sprache Deutsch
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	CP nach ECTS 6

Art des Studiums Vollzeit	Semester 2	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen Kostenmanagement, Investitionsplanung
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 118,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 180 Std.

Internationale Rechnungslegung

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen und verstehen die Inhalte der IFRS,
- wie nach IFRS zu bilanzieren und zu bewerten ist,
- was die Unterschiede zur nationalen HGB-Rechnungslegung sind.

Fertigkeiten

- Sie erwerben die Fähigkeiten den Nutzen der IFRS einzuschätzen,
- in der Praxis neuartige Problemstellungen aus dem Gebiet der internationalen Rechnungslegung erfolgreich zu bearbeiten.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, Übungsaufgaben verantwortlich zu bewältigen und ihre Lösungen argumentativ zu vertreten.

Selbständigkeit

- Die Studierenden können Probleme aus der Internationale Rechnungslegung eigenständig analysieren und bewerten, sowie lösen.

Inhalt

1. IFRS als Rechnungslegungsnormen
2. Ansatzvorschriften nach IFRS
3. Ausweisvorschriften nach IFRS
4. Bewertungsvorschriften nach IFRS
5. Gesamterfolgsrechnung
6. Eigenkapitalveränderungsrechnung
7. Kapitalflussrechnung
8. Anhang und Segmentberichterstattung
9. Fallstudie M-AG zur Kennzahlenanalyse
10. Konzernbesonderheiten
11. Diskussion zu Vorteilen und Nachteilen der IFRS gegenüber dem HGB

Pflichtliteratur

- Teichmann, St.: Skript zum Masterkurs „Internationale Rechnungslegung“

Literaturempfehlungen

- Pellens, B, Gassen, J, Sellhorn, T & Uwe Fülbier, R. (2014). *Internationale Rechnungslegung* Schäffer Poeschel.
- KoR-Internationale und kapitalmarktorientierte Rechnungslegung

Finanzmanagement

Modulname Finanzmanagement	
Studiengang Business Management - Schwerpunkt Finanzmanagement	Abschluss Master of Arts
Modulverantwortliche Prof. Dr. phil. Stefanie Kunze	
Stand vom 2019-03-18	Sprache Deutsch
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	CP nach ECTS 6

Art des Studiums Vollzeit	Semester 2	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 6	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen Investitionsplanung, Quantitative Methoden
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 118,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 180 Std.

Finanzmanagement

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen und verstehen:
- die theoretischen Konzepte des Finanzmanagements im Unternehmen,
- traditionelle und moderne Finanzierungsinstrumente unter dem Aspekt sich wandelnder Bedingungen und Anforderungen,
- die Finanzierungsmöglichkeiten für Unternehmen in Abhängigkeit von der Rechtsform und Unternehmensgröße
- Methoden des Risk-Managements mit Termingeschäften,

Fertigkeiten

- Sie erwerben die Fähigkeiten mit den verschiedenen theoretischen Ansätzen zu argumentieren,
- Außen- und Innenfinanzierungen für ein Unternehmen zu entwickeln,
- verschiedene neue Finanzierungsarten, -wege und -quellen auf ihre wirtschaftliche Sinnhaftigkeit, ausgehend von der Unternehmenszielsetzung, zu überprüfen,

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, die Modulinhalte in angemessener Fachsprache kommunizieren. Sie können Aussagen und Lösungswege zum Lehrgebiet in der Arbeitsgruppe argumentieren.

Selbständigkeit

- Die Studierenden können sich Lernziele selbst setzen. Sie können ihren Lernprozess planen und kontinuierlich umsetzen.

Inhalt

1. Finanzwirtschaftliche Ziele der Unternehmen
2. Hauptfunktionen des Finanzmanagements
3. Shareholder und Stakeholder Ansatz
4. Finanzierungsarten und Kapitalstrukturgestaltung
5. Eigenkapitalfinanzierung
6. Fremdkapitalfinanzierung
7. Innenfinanzierung
8. Sonderformen der Finanzierung und alternative Finanzierungsinstrumente
9. Derivate

Pflichtliteratur

Finanzmanagement

Literaturempfehlungen

- Bösch, M. (2013). *Finanzwirtschaft : Investition, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung*, München: Vahlen Vahlen.
- Prätsch, J & Ludwig, E. (2012). *Finanzmanagement: Lehr- und Praxisbuch für Investition, Finanzierung und Finanzcontrolling* Springer-Gabler.
- Perridon, L, Steiner, M & Rathgeber, A. (2009). *Finanzwirtschaft der Unternehmung* (15., überarb. und erw. Aufl.) München : Vahlen.
- Schuster, T & Uskova, M. (2018). *Finanzierung und Finanzmanagement : Lehr- und Übungsbuch für das Master-Studium* Wiesbaden : Springer Gabler.
- Volkart, R. (2008). *Corporate Finance, 4. Auflage*.
- Wöhe, G, Bilstein, J & Ernst, D. (2013). *Grundzüge der Unternehmensfinanzierung* Vahlen.
- Zeitschrift: Die Unternehmung, Zürich

Group Accounting

Modulname Group Accounting	
Studiengang Business Management - Schwerpunkt Finanzmanagement	Abschluss Master of Arts
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Verena Klapschus	
Stand vom 2019-03-14	Sprache Deutsch
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	CP nach ECTS 6

Art des Studiums Vollzeit	Semester 2	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 2	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen Externes Rechnungswesen, Jahresabschluss, (parallel) Internationale Rechnungslegung
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 118,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 180 Std.

Group Accounting

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Studierende erlangen ein grundlegendes Verständnis der Abgrenzung und Erstellung von Einzel- und Konzernabschlüssen nach IFRS.

Fertigkeiten

- Studierende sind in der Lage sein, Geschäftsberichte von nach IFRS bilanzierenden Unternehmen zu verstehen, interpretieren und zu analysieren.

Soziale Kompetenz

- Studierende sind in der Lage, Lösungsansätze für Accounting-Fragestellungen im Dialog mit anderen ModulteilnehmerInnen und dem Dozent/der Dozentin zu entwickeln.

Selbständigkeit

- Studierende sind in der Lage, die erarbeiteten Lösungsansätze zu präsentieren und zu diskutieren.

Inhalt

1. Konzernbegriff und Konzern als Organisationsform
2. Rechtsgrundlagen der Unternehmenspublizität
3. Grundgedanke der Konzernrechnungslegung
4. Aufstellungs- und Einbeziehungsregeln (IFRS 10)
5. Anpassung der Einzelabschlüsse
6. Kapitalkonsolidierung (IFRS 3)
7. Sonstige Konsolidierungsverfahren
8. Werthaltigkeitstest (IAS 36)

Pflichtliteratur

- Vorlesungsunterlagen
- IAS-/IFRS-Texte in aktueller Fassung in deutscher oder/und englischer Sprache (gebundene Verlagsausgabe)
- Pellens/Fühlbier/Gassen/Sellhorn (2017): Internationale Rechnungslegung (als e-book-Lizenz verfügbar)

Literaturempfehlungen

Einführung in die Wirtschaftspsychologie und Wirtschaftssoziologie

Modulname Einführung in die Wirtschaftspsychologie und Wirtschaftssoziologie	
Studiengang Business Management - Schwerpunkt Finanzmanagement	Abschluss Master of Arts
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Frank Sistenich	
Stand vom 2022-02-14	Sprache Deutsch
Art der Lehrveranstaltung Wahlpflicht	CP nach ECTS 6

Art des Studiums Vollzeit	Semester 2	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

Einführung in die Wirtschaftspsychologie und Wirtschaftssoziologie

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen und verstehen die Grundlegenden Strukturen und Prozesse des Erlebens und Verhaltens als Gegenstand der Psychologie und deren Relevanz für das Wirtschaftsleben.
- Sie kennen und verstehen die Grundlagen und Strukturen soziologischer Gegenwartsanalyse und deren Bedeutung für das Wirtschaftsleben.

Fertigkeiten

- Sie erwerben die Fähigkeiten Wahrnehmungs- und Reaktionsmuster der Marktakteure in deren Ausprägungen zu analysieren und im Rahmen eines ganzheitlichen und zielbezogenen Wirtschaftsprozesses zu steuern.
- Sie erwerben die Fähigkeiten Strukturierungsmuster bzw. -prozesse der (post)modernen Gesellschaft in ihren Konsequenzen für ein erfolgreiches Wirtschaftshandeln im Rahmen strategischer Perspektiven oder operativer Instrumente zu deuten.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, sich aktiv in eine Lerngruppe einzubringen und Ergebnisse kooperativ mitzugestalten.
- Sie können die Modulinhalte in angemessener Fachsprache kommunizieren.
- Sie können Aussagen und Lösungswege zum Lehrgebiet in der Arbeitsgruppe argumentieren.

Selbständigkeit

- Die Studierenden können sich Lernziele selbst setzen.
- Sie können ihren Lernprozess planen und kontinuierlich umsetzen.
- Sie können den eigenen Kenntnisstand reflektieren und mit den gesetzten Lernzielen vergleichen sowie ggf. notwendige Lernschritte aktiv einleiten.
- Sie lernen selbstständig Probleme an Hand von Fallstudien zu lösen.

Inhalt

1. Alltagspsychologische, persönlichkeitspsychologische und sozialpsychologische Perspektiven
2. Werbepsychologische Gestaltungsprinzipien und Psychologie der Preisgestaltung
3. Psychologie makroökonomischer Prozesse (Marktpsychologie), Arbeits- und Organisationspsychologie
4. Konzepte und Anwendungsfelder der Medienpsychologie (Text-, Musik, Nachrichten- und Filmrezeption)
5. Methoden soziologischer Gegenwartsanalyse
6. Theoretische Ansätze der Risiko-, Erlebnis-, Kommunikations-, Simulations-, Bürger- und Multioptionengesellschaft und deren Bezüge zum Wirtschaftsleben

Pflichtliteratur

Einführung in die Wirtschaftspsychologie und Wirtschaftssoziologie

Literaturempfehlungen

- Felser, G. (2001). *Werbe- und Konsumentenpsychologie* (2. Aufl.) Stuttgart : Schäffer-Poeschel [u.a.].
- Fischer, L & Wiswede, G. (2002). *Grundlagen der Sozialpsychologie* (2., überarb. und erw. Aufl.) München [u.a.] : Oldenbourg.
- Mangold, R. (2004). *Lehrbuch der Medienpsychologie* Göttingen [u.a.] : Hogrefe, Verl. für Psychologie.
- Raab, G & Unger, F. (2005). *Marktpsychologie : Grundlagen und Anwendung* (2., überarb. und erw. Aufl.) Wiesbaden : Gabler.
- Schimank, U & Volkmann, U. (2000). *Soziologische Gegenwartsdiagnosen Teil I und II* VS Verlag.
- Wiswede, G. (2007). *Einführung in die Wirtschaftspsychologie : 10 Tabellen* (4., überarb. und erw. Aufl.) München [u.a.] : Reinhardt.

Entrepreneurship

Modulname Entrepreneurship	
Studiengang Business Management - Schwerpunkt Finanzmanagement	Abschluss Master of Arts
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Dana Mietzner	
Stand vom 2022-02-14	Sprache Deutsch
Art der Lehrveranstaltung Wahlpflicht	CP nach ECTS 6

Art des Studiums Vollzeit	Semester 2	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 30,0 Std.	Projektarbeit 60,0 Std.	Prüfung 30,0 Std.	Summe 180 Std.

Entrepreneurship

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen die Bedeutung des Entrepreneurship für die wirtschaftliche Entwicklung, den Gründungsprozess, Konzepte des Entrepreneurship (u. a. Lean-Startup, Business Model Generation), die verschiedenen Formen des Entrepreneurship in der Praxis (u. a. Unternehmensgründung, Corporate Entrepreneurship, Social Entrepreneurship).

Die Studierenden können Geschäftsmodelle entwickeln und systematisieren und die Motivation des Entrepreneurs, unternehmerisch tätig zu werden, einordnen. Die Studierenden sind auf den Umgang mit Risiken im Entrepreneurship vorbereitet und kennen Handlungsansätze zum Umgang mit Risiken.

Die Studierenden kennen einschlägige Methoden und Werkzeuge des Entrepreneurship, erlernen diese anzuwenden und auf ihren Nutzen zu bewerten.

Fertigkeiten

- Die Studierenden wenden Methoden des Entrepreneurship an. Durch die Entwicklung eigener Lösungsvorschläge werden Fertigkeiten im Hinblick auf den Aufbau von Unternehmen und die Ausgestaltung geeigneter Wachstumsstrategien erlangt.

Die Studierenden arbeiten an konkreten Gründungsprojekten und/oder an Fallstudien.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden erlernen ihre Meinungen und Ansichten zu äußern und diese argumentativ zu vertreten. Die Studierenden lernen, z. B. im Rahmen eines Pitches komplexe Sachverhalte für unterschiedliche Zielgruppen aufzubereiten und geeignete Kommunikationsstrategien zu entwickeln. Ein weiterer Schwerpunkt ist das Erlernen und Anwenden von Handlungsstrategien zur Entscheidungsfindung in unternehmerischen Situationen, die mit einer hohen Unsicherheit verbunden sind.

Selbständigkeit

- Die Arbeit an Fallstudien und/oder Gründungsprojekten soll eine Selbstreflexion der einzelnen Studierenden verstärken. Ziel ist es dabei, dass sie ihre Stärken und Schwächen identifizieren und ihre Ressourcen und Kompetenzen zielgerichtet einsetzen und weiterentwickeln. Die Studierenden sind in der Lage selbstständig zu recherchieren, zu analysieren und zu abstrahieren.

Entrepreneurship

Inhalt

1. Bedeutung des Entrepreneurship für die wirtschaftliche Entwicklung
2. Entwicklung des Entrepreneurship, zentrale Begriffe, grundlegende Modelle
3. Erkennen von Geschäftsmöglichkeiten
4. Methoden im Entrepreneurship (u. a. Lean Startup, Businessplan, Business Model Generation)
5. Erfolgsfaktoren im Entrepreneurship
6. Entrepreneurial Teams
7. Corporate Entrepreneurship
8. Wachstumsstrategien
9. Social Entrepreneurship
10. Szenariobasierte Geschäftsmodellentwicklung

Pflichtliteratur

- Skript zur Vorlesung

Literaturempfehlungen

- Barringer, Bruce (2012). Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures.
- Gassmann, O., Frankenberger, K., & Csik, M. (2013). Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler business model navigator. Carl Hanser Verlag GmbH Co KG.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer. Campus Verlag.
- Ries, Eric (2011). The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses. Crown Business.

Internationale Wirtschaftspolitik

Modulname Internationale Wirtschaftspolitik	
Studiengang Business Management - Schwerpunkt Finanzmanagement	Abschluss Master of Arts
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Christian Hederer	
Stand vom 2023-09-11	Sprache Deutsch
Art der Lehrveranstaltung Wahlpflicht	CP nach ECTS 6

Art des Studiums Vollzeit	Semester 2	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

Internationale Wirtschaftspolitik

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen und verstehen die internationale Vernetzung moderner Volkswirtschaften,
- Wirtschaftspolitik Deutschlands im internationalen Kontext,
- Bedeutung wichtiger internationaler Abkommen und Organisationen,
- Integrations- und Entwicklungspolitik sowie integrationspolitische Strategien.

Fertigkeiten

- Sie erwerben die Fähigkeiten, internationale Entscheidungen und Entwicklungstrends für unternehmerische Entscheidungen auf dem Gebiet des Handels und der Finanzierung zu nutzen,
- betriebliche Abläufe unter internationalen Gesichtspunkten zu beleuchten sowie
- die nationale Wettbewerbsfähigkeit anhand von Standortfaktoren zu beurteilen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, in Teamarbeit verschiedene Perspektiven eines Problems zu beleuchten und Lösungsvorschläge zu unterbreiten. Ein Mobilitätsdenken bei den Studierenden soll geweckt werden.

Selbständigkeit

- Die Studierenden sind in der Lage, selbständig Daten zu beschaffen, zu erfassen, zu analysieren und kritisch zu werten.

Inhalt

1. System und Problembereiche der Außenwirtschaftspolitik
2. Grundfragen der Politikbereiche
3. Weltwirtschaftsordnung (Welthandels-, Weltwährungs- und Welttransferordnung)
4. Internationale Institutionen und supranationale Organisationen
5. Instrumente der Außenhandelspolitik
6. Internationale Kapitalströme
7. Ausgewählte Aspekte der internationalen wirtschaftlichen Zusammenarbeit und der EU
8. Wettbewerbspolitik und Globalisierung
9. Internationale Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands (ausgewählte Indikatoren)
10. Instrumente und Ziele der Entwicklungspolitik

Pflichtliteratur

Internationale Wirtschaftspolitik

Literaturempfehlungen

- Borchert, M. (2001). *Außenwirtschaftslehre : Theorie und Politik* (7., überarb. Aufl.) Wiesbaden : Gabler.
- Derzeit aktuelle Literatur

Internationale Marktforschung

Modulname Internationale Marktforschung	
Studiengang Business Management - Schwerpunkt Finanzmanagement	Abschluss Master of Arts
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Sandra Haas	
Stand vom 2022-02-14	Sprache Deutsch
Art der Lehrveranstaltung Wahlpflicht	CP nach ECTS 6

Art des Studiums Vollzeit	Semester 2	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 90,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 0,0 Std.	Summe 150 Std.

Internationale Marktforschung

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen und verstehen die Notwendigkeit der systematischen Marktsuche und Markterschließung durch Marktforschung,
- wesentlichen Grundzüge der Fragebogenentwicklung, Datenauswertung und Datenpräsentation,
- Grundlagen der qualitativen und quantitativen Marktforschung.

Fertigkeiten

- Sie erwerben die Fähigkeiten auf internationaler Ebene Märkte abzugrenzen und internationale Marktdefinitionen zu entwickeln,
- ein internationales Studiendesign zu erstellen und internationale Studien selbständig durchzuführen,
- in Führungspositionen internationale Marktforschungsprojekte zu leiten und weiterzuentwickeln.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage Aufgabenstellungen, Abläufe und Ergebnisse im Team zu legitimieren.
- Sie können Sachverhalte umfassend darzustellen, Lösungswege aktiv zu vertreten und auf Nachfragen adäquat zu reagieren

Selbständigkeit

- Die Studierenden sind in der Lage, sich Lern- und Arbeitsziele zusetzen und eigenverantwortlich zu realisieren. Sie können eigene Kenntnisse mit den gesetzten Lernzielen abgleichen und ggf. notwendige Schritte einleiten. Inhalte können eigenständig recherchiert, Fachwissen aus diversen Quellen sich angeeignet werden.

Inhalt

1. Einleitung

- 1.1 Besonderheiten internationaler Marktforschung
- 1.2 Anforderungen an die internationale Marktforschung
- 1.3 Hauptbereiche internationaler Marktforschung
- 1.4 Organisation der internationalen Marktforschung

2. Internationale Sekundärmarktforschung

- 2.1 Abgrenzung relevanter Ländermärkte
- 2.2 Vergleichbarkeit internationaler Datenquellen
- 2.3 Definition internationaler Datenstandards
- 2.4 Internationale Off-the-shelf-Studien

3. Internationale Primärmarktforschung

- 3.1 Internationale Face-to-Face-Befragungen
- 3.2 Internationale Telefonumfragen
- 3.3 Internationale Internet/E-Mail-Umfragen

Internationale Marktforschung

- 3.4 Internationale Panelmarktforschung
4. Internationale Wettbewerbsanalyse
 - 4.1 Internationales Competitive Monitoring
 - 4.2 Internationale SWOT-, Portfolio-, und Pipelineanalysen
 - 4.3 Internationale Datenquellen der Wettbewerbsanalyse
 - 4.4 Abwehr von internationaler Competitive Intelligence
5. Internationale Institutsmarktforschung
 - 5.1 Die größten internationalen Marktforschungsunternehmen
 - 5.2 Briefing und Vertragsgestaltung mit internationalen Marktforschungsunternehmen
 - 5.3 Kosten internationale Institutsmarktforschung
 - 5.4 Vor- und Nachteile internationale Institutsmarktforschung
6. Äquivalenz der internationalen Marktforschung
 - 6.1 Äquivalenz der Untersuchungsinhalte
 - 6.2 Äquivalenz der Untersuchungsmethoden
 - 6.3 Äquivalenz der Untersuchungssituation
 - 6.4 Äquivalenz der Untersuchungsdatenaufbereitung
7. Organisation der internationalen Marktforschung
 - 7.1 Entscheidungskompetenzen und Ausführungsaufgaben
 - 7.2 Zentralisierte internationale Marktforschung
 - 7.3 Dezentralisierte internationale Marktforschung
 - 7.4 Koordinierte internationale Marktforschung
8. Besonderheiten Internationaler Marktforschung
 - 8.1 Prozess der internationalen Marktforschung
 - 8.2 Internationale Geschäftsbedingungen und Haftung für Marktforschungsergebnisse
 - 8.3 Anwendungsmöglichkeiten und Grenzen internationaler Marktforschungsstudien
 - 8.4 Zukunftstrends in der Internationalen Marktforschung

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

- Hague, P, Hague, N & Morgan, C. (2004). *Market Research in Practice*.
- Keegan, W & Green, M. (2011). *Global marketing* (6. ed., global ed.) Boston [u.a.] : Pearson.
- Malhotra, N & Birks, D. (2003). *Marketing Research: Tools and Techniques 3rd edition*.
- Peter, J & Donnelly, J. (2008). *A preface to marketing management* (11. ed.) Boston [u.a.] : McGraw-Hill.

Kapitalmärkte

Modulname Kapitalmärkte	
Studiengang Business Management - Schwerpunkt Finanzmanagement	Abschluss Master of Arts
Modulverantwortliche Prof. Dr. phil. Stefanie Kunze	
Stand vom 2023-09-11	Sprache Deutsch, Englisch
Art der Lehrveranstaltung Wahlpflicht	CP nach ECTS 6

Art des Studiums Vollzeit	Semester 2	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 4	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 118,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 180 Std.

Kapitalmärkte

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen und verstehen das System der Kapitalmärkte auf nationaler und internationaler Ebene,
- Grundfunktionen von Futures und Optionen,
- Einflussfaktoren auf die Optionspreisbildung,
- die Wirkung von Optionsstrategien,
- Elemente eines planvollen Investmentprozesses,
- Komplexität der Einflussfaktoren auf die Kapitalmärkte und
- den Einfluss der Kapitalmärkte auf strategische Unternehmensentscheidungen.

Fertigkeiten

- Sie erwerben die Fähigkeiten Musterdepots in Teams zu führen und zu analysieren.
- Sie erwerben die Fähigkeiten Strategien und ihre Ergebnisse zu präsentieren.
- Die Studierenden lernen Interdependenzen zwischen Real- und Kapitalmärkten auf horizontaler und vertikaler Ebene zu erkennen.
- Sie können Kapitalmarktprodukte klassifizieren.
- Die Studierenden erwerben die Fähigkeiten Handelsstrategien mit Futures und Optionen zu simulieren.
- Sie können Asset Allocation in Theorie und Praxis unter den Gesichtspunkt der strategischen Unternehmensführung nachzuvollziehen.
- Sie können Aktuelle internationale Finanzmarktberichte in deutscher und englischer Sprache komplex zu begründen.
- Sie erwerben die Fähigkeiten in Projekten Musterportfolios unter Einsatz derivativer Finanzinstrumente zu optimieren.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden können Aussagen und Lösungswege zum Lehrgebiet in der Arbeitsgruppe argumentieren.

Selbständigkeit

- Die Studierenden können sich Lernziele selbst setzen. Sie können ihren Lernprozess planen und kontinuierlich umsetzen.

Inhalt

1. Grundlagen der Kapitalmärkte
 - 1.1 Wesen der Finanzmärkte
 - 1.2 Akteure an den Finanzmärkten und ihre Motive
 - 1.3 Klassifikation der Finanzmärkte
2. Internationale Kapitalmärkte im Überblick
 - 2.1 Geldmärkte

Kapitalmärkte

- 2.2 Aktienmärkte
- 2.3 Rentenmärkte
- 2.4 Märkte für Investmentfonds und Zertifikate
- 2.5 Devisenmarkt
- 2.6 Börsenberichte
- 3. Handel mit Futures
 - 3.1 Systematik der Termingeschäfte
 - 3.2 Wirkungsweise von Futures
 - 3.3 Grundpositionen von Futures
- 4. Handel mit Optionen
 - 4.1 Optionen versus Optionsscheine
 - 4.2 Klassifizierung von Optionen
 - 4.3 Grundstrategien
 - 4.4 Optionspreis und Einflussgrößen
 - 4.5 Weiterführende Optionsstrategien
- 5. Handel an der Computerbörse EUREX
 - 5.1 Orderarten
 - 5.2 Orderbuch
 - 5.3 Sicherheitsleistungen
 - 5.4 Handelsstile
 - 5.5 Handelsanalyse
 - 5.6 Internationale Terminbörsen
- 6. Portfolio-Management
 - 6.1 Theorie des Portfolio-Managements
 - 6.2 Asset Allocation
 - 6.3 Portfolio-Insurance
 - 6.4 Analyse von Finanzportfolios
- 7. Kapitalmarktanalysen
 - 7.1 Fundamentale Analysen
 - 7.2 Technische Analysen

Pflichtliteratur

Kapitalmärkte

Literaturempfehlungen

- Beike, R & Schlütz, J. (2005). *Finanznachrichten lesen - verstehen - nutzen : ein Wegweiser durch Kursnotierungen und Marktberichte* (14, 4., überarb. Aufl.) Stuttgart : Schäffer-Poeschel.
- Feingold, B & Lang, R. (2004). *Handeln mit Futures und Optionen : ein Leitfaden für den Privatanleger* (1. Aufl.) München : Finanzbuch-Verl..
- Garz, H, Günther, S & Moriabadi, C. (2006). *Portfolio-Management : Theorie und Anwendung* (4., überarb. Aufl.) Frankfurt am Main : Bankakad.-Verl..
- (2004). *PC-Lernsoftware Eurex-Futures, Eurex- Optionen, Eurex-Simulation* mmFinance.
- Financial Times und The Economist (lfd. Ausgaben)

Internationale Wirtschaftskommunikation (engl.)

Modulname Internationale Wirtschaftskommunikation (engl.)	
Studiengang Business Management - Schwerpunkt Finanzmanagement	Abschluss Master of Arts
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Frank Sistenich	
Stand vom 2022-02-14	Sprache Deutsch, Englisch
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	CP nach ECTS 6

Art des Studiums Vollzeit	Semester 3	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen Human Ressource Management
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 120,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 0,0 Std.	Summe 180 Std.

Internationale Wirtschaftskommunikation (engl.)

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen und verstehen die Instrumente der internen und externen Kommunikation vertiefend,
- Formale, inhaltliche und zeitliche Integration der Kommunikationsinstrumente,
- Kommunikative Positionierungsstrategien,
- Wettbewerbsvorteile durch kommunikative Positionierungsstrategien zu erarbeiten,
- Chancen und Risiken der internationalen Ausrichtung der Kommunikationsinstrumente.

Fertigkeiten

- Sie erwerben die Fähigkeiten die Integration und Abstimmung des Einsatzes der Kommunikationsinstrumente im Sinne einer Integrierten Kommunikation zu planen, durchzuführen und zu bewerten,
- Kommunikationspolitische Instrumente für geeignete Märkte zu identifizieren und zu analysieren,
- Unternehmens- oder Produktmarken international kommunikationspolitisch zu positionieren,
- Abzuwägen zwischen der Möglichkeit einer Standardisierung oder Notwendigkeit zur Differenzierung des internationalen Einsatzes kommunikationspolitischer Instrumente.

Soziale Kompetenz

- In Kleingruppenarbeit und Präsentationen erlangen die Studierenden Teamfähigkeit und Durchsetzungsvermögen.

Selbständigkeit

- Die Studierenden können sich selbst organisieren.

Inhalt

1. Bedeutung einer integrierten Kommunikation für den langfristigen Unternehmenserfolg
2. Internationale Positionierungsstrategie der Kommunikation
3. Klassische und moderne Instrumente der internen und externen Kommunikationspolitik
4. Erarbeitung einer Kommunikationsstrategie/Kommunikationsplan
5. Die Implementierung von Kommunikationsstrategien im internationalen Kontext
6. Länderspezifischer Einsatz kommunikationspolitischer Instrumente
7. Internationale Distribution und Sales Promotions
8. Internationale Marketingkommunikation I:
Werbung und Positionierung
9. Internationale Marketingkommunikation II:
PR und persönlicher Verkauf
10. Interkulturelle Verhandlungsführung

Pflichtliteratur

Internationale Wirtschaftskommunikation (engl.)

Literaturempfehlungen

- Ahrens, R & Knödler-Bunte, E. (2003). *Public Relations in der Öffentlichen Diskussion. Die Affäre Hunzinger - ein PR-Missverständnis* University Press Umc Potsdam.
- Mangold, R. (2004). *Lehrbuch der Medienpsychologie* Göttingen [u.a.] : Hogrefe, Verl. für Psychologie.
- Bock, H, Internationale Tagung für Psychologie an Fachhochschulen (2001, Z, Hochschule Zittau Görlitz & Institut für Kommunikation, I. (2002). *Kommunikationspsychologie : Bericht über die 3. Internationale Tagung für Psychologie an Fachhochschulen Görlitz* : KIB.
- Bruhn, M. (2005). *Kommunikationspolitik : systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen* (3., überarb. Aufl.) München : Vahlen.
- Trout, J & Ries, A. (2000). *Positioning: The Battle For Your Mind* McGraw-Hill.
- Müller, S & Gelbrich, K. (2004). *Interkulturelles Marketing* München : Verlag Franz Vahlen.

Strategische Unternehmensplanung

Modulname Strategische Unternehmensplanung	
Studiengang Business Management - Schwerpunkt Finanzmanagement	Abschluss Master of Arts
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Mike Steglich	
Stand vom 2023-09-06	Sprache Deutsch
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	CP nach ECTS 6

Art des Studiums Vollzeit	Semester 3	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen Gute betriebswirtschaftliche Kenntnisse, insbesondere Rechnungswesen und Controlling, Marketing und Produktion und Logistik
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 75,0 Std.	Projektarbeit 45,0 Std.	Prüfung 0,0 Std.	Summe 180 Std.

Strategische Unternehmensplanung

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden erlangen ein umfassendes Verständnis über die Grundlagen von Strategien bzw. strategisches Management, die Werkzeuge der strategischer Planung und ausgewählte strategische Planungsprobleme.

Fertigkeiten

- Die Studierenden sind in der Lage einen Prozess der Strategieentwicklung zu organisieren, strategische Handlungsoptionen zu erarbeiten, ein strategisches Projekt zu planen und zu bewerten und ausgewählte strategische Planungsprobleme zu lösen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, sich aktiv in eine Lerngruppe einzubringen und Ergebnisse kooperativ mitzugestalten.

Selbständigkeit

- Die Studierenden können sich Fachwissen auf unterschiedliche Weise selbstständig aneignen.

Strategische Unternehmensplanung

Inhalt

1. Grundlagen der strategischen Unternehmensplanung
 - 1.1 Grundbegriffe
 - 1.2 Ausgewählte präskriptive Theorien des strategischen Managements
 - 1.3 Ebenen der Strategiegestaltung
 - 1.4 Strategische Planung im Kontext der Unternehmensplanung
 - 1.5 Elemente der strategischen Unternehmensplanung
2. Ausgewählte Werkzeuge der strategischen Unternehmensplanung
 - 2.1 Festlegung von Vision, Mission und Leitbild
 - 2.2 Prognosetechniken
 - 2.3 Werkzeuge zur strategischen Analyse und Strategieentwicklung
 - 2.3.1 Überblick
 - 2.3.2 PESTEL-Analyse
 - 2.3.3 Branchenstrukturanalyse
 - 2.3.4 Lebenszyklusanalyse
 - 2.3.5 SWOT-Analyse
 - 2.3.6 BCG-Matrix
3. Strategiebewertung
 - 3.1 Überblick
 - 3.2 Standortwahl
 - 3.3 Design der Supply-Chain
 - 3.4 Aggregierte Produktionsplanung

Pflichtliteratur

Strategische Unternehmensplanung

Literaturempfehlungen

- Bergmann, R., Bungert, M.: Strategische Unternehmensführung, 3. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden 2022.
- Buchholz, L.: Strategisches Controlling, 3. Aufl., Springer Gabler, Wiesbaden, 2019.
- Charifzadeh, M.; Taschner, A.: Management Accounting and Control – Tools and Concepts in a Central European Context, Wiley, 2017
- David & David: Strategic Management – Concepts, 16th ed., Pearson 2018.
- Drury, C, Tayles, M. E, 2020. Management and Cost Accounting, 11th ed, Cengage Learning EMEA
- Ehrhardt/Brigham: Corporate Finance, 4th. ed, Cengage Learning 2011.
- Hahn, D.: Strategische Unternehmensführung – Grundkonzept, in: D. Hahn und B. Taylor (Hrsg.), Strategische Unternehmensplanung - Strategische Unternehmensführung, Springer, Berlin u.a., 2006.
- Hungenberg, H., Wulf, T.: Grundlagen der Unternehmensführung, 6. Aufl., Springer Gabler, Wiesbaden, 2021.
- Kaufmann, T.: Strategiewerkzeuge aus der Praxis, Springer Gabler, Wiesbaden, 2021.
- Lynch: Strategic Management, 8th ed., Pearson 2018.
- Welge, M.K., Al-Laham, A., Eulerich, M.: Strategisches Management, 7. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden, 2017

Ausgewählte Themen in Steuern, Accounting und Valuation

Modulname Ausgewählte Themen in Steuern, Accounting und Valuation	
Studiengang Business Management - Schwerpunkt Finanzmanagement	Abschluss Master of Arts
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Verena Klapschus	
Stand vom 2022-06-27	Sprache Deutsch
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	CP nach ECTS 6

Art des Studiums Vollzeit	Semester 3	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 7	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen nationale und internationale (Konzern-)Rechnungslegung, Grundzüge der betrieblichen Steuerlehre, Grundzüge der Unternehmensbewertung und Finanzierung, am wichtigsten: Spaß und Interesse an den drei genannten Themengebieten und die Bereitschaft, sich mit entsprechenden Fragestellungen zu befassen.
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 118,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 180 Std.

Ausgewählte Themen in Steuern, Accounting und Valuation

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Studierende erwerben ein tiefgreifendes Verständnis für Fragestellungen, die sich im Kontext der drei Themengebiete ergeben.
- Studierende erwerben ein Verständnis dafür, wie die Themengebiete zusammenhängen und können diese in einen größeren ökonomischen Kontext einordnen.
- Studierende verstehen, dass die Ausgestaltung der Normen Handlungsmöglichkeiten für das Management eröffnen, die diese anreizbasiert wahrnehmen.

Fertigkeiten

- Studierende sind in der Lage, praxisnahe Fallstudien auf den drei Themengebieten zu lösen, Ergebnisse zu interpretieren und zu diskutieren.
- Studierende sind in der Lage, die theoretisch erarbeiteten Themen praktisch abzubilden/zu modellieren.
- Studierende sind in der Lage, ein Thema didaktisch aufzubereiten, zu präsentieren und zu diskutieren

Soziale Kompetenz

- Studierende sind in der Lage, sich untereinander sowie mit dem Dozent/der Dozentin auszutauschen, Lösungsansätze zu präsentieren und zu diskutieren.

Selbständigkeit

- Studierende sind in der Lage, sich Informationen, Literatur etc. selbständig zu beschaffen, selbständig zu recherchieren, Literaturquellen auszuwerten und zu bewerten.
Studierende sind in der Lage, ein Bewertungsmodell nach allgemein akzeptierten Modelingkonventionen aufzusetzen.

Ausgewählte Themen in Steuern, Accounting und Valuation

Inhalt

1. Der Kurs behandelt ausgewählte aktuelle Themen in den Bereichen "Steuern", "Accounting" und "Valuation/Unternehmensbewertung". Die Inhalte/Schwerpunkte können semesterweise variieren. Auf diese Weise kann auf aktuelle Themen Bezug genommen werden. Ein konstanten Schwerpunkt der Veranstaltung bildet das Thema "Beratungsaufgaben des Wirtschaftsprüfers". Hierzu gehören schwerpunktmäßig Unternehmensbewertungen gem. IdW S1. Hierbei liegt der Fokus einerseits auf den theoretischen/rechtlichen Vorgaben sowie andererseits auf der technischen Umsetzung einer Bewertung (Financial Modeling).
2. Accounting (Themenauswahl):

Kaufpreisallokation (PPA)
Impairment of Assets
Anreizbasierte Managemententscheidungen
3. Valuation (Themenauswahl):
Rechnungslegungsbezogene Unternehmensbewertung (Link zur PPA)
Aktienrechtliche Unternehmensbewertung (IdW S1)
Financial Modeling
4. Steuern (Themenauswahl):
Der Themenkomplex "Steuern" wird nur flankierend behandelt und nimmt im Vergleich zu den beiden anderen Themenblöcken eine untergeordnete Rolle ein. Im Bereich Steuern wird für Steuerthemen sensibilisiert, die im Valuationkontext auftreten können.

Pflichtliteratur

- Wird nach Festlegung der aktuellen Themen bekanntgegeben.
- Vorlesungsunterlagen

Literaturempfehlungen

Finanzcontrolling

Modulname Finanzcontrolling	
Studiengang Business Management - Schwerpunkt Finanzmanagement	Abschluss Master of Arts
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Stefan Trencsik	
Stand vom 2019-08-30	Sprache Deutsch
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	CP nach ECTS 6

Art des Studiums Vollzeit	Semester 3	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 7	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen Keine speziellen Voraussetzungen. Grundkenntnisse im Controlling und Rechnungswesen, die in den vorangegangenen Modulen ausführlich vermittelt werden, sind hilfreich, werden jedoch auch innerhalb dieses Moduls in komprimierter Form erarbeitet
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 118,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 180 Std.

Finanzcontrolling

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen und verstehen die Einordnung des Finanzcontrollings in das Gesamtcontrolling und in das Finanzmanagements des Unternehmens,
- Die Studierenden verstehen die Konzepte Shareholder Value und Stakeholder Orientierung und können den Begriff des Shareholder Value vom Börsenwert des Unternehmens abgrenzen.
- Die Studierenden verstehen die Kostenstrukturen eines Unternehmens sowie die Begriffe „Economies of Scale“ und „Economies of Scope“.
- Die Studierenden verstehen den Grundgedanken des wertorientierten Managements und kennen gängige wertorientierten Kennzahlen.

Fertigkeiten

- Sie erwerben die Fähigkeiten Controllingsysteme einschließlich des Finanzcontrollings in Unternehmen mit verschiedener Rechtsform und Größe mit aufzubauen,
- Die Studierenden lernen unterschiedliche theoretische Konzepte in Abhängigkeit von betrieblichen Anforderungen anzuwenden und praktisch zu implementieren.
- Die Studierenden lernen Finanzplanungen und -budgetierungen, Kapitalflussrechnungen und Finanzanalysen zu realisieren und zu bewerten,
- Die Studierenden lernen verschiedene Methoden des wertorientierten Controllings praxisorientiert zu nutzen,
- Die Studierenden lernen Finanzberichte zu erstellen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage Übungsaufgaben und Fallstudien verantwortlich zu bewältigen;
- ihre Lösungen argumentativ zu vertreten.

Selbständigkeit

- Die Studierenden können ökonomische Probleme aus dem Finanzcontrolling eigenständig analysieren, bewerten und lösen.

Inhalt

1. Inhaltliche Abgrenzung und Probleme des Finanzcontrollings
2. Gestaltung von Finanzcontrolling-Systemen
3. Zahlungsorientierte Finanzplanung
4. Jahresabschlussorientierte Finanzplanung und Finanzanalyse
5. Shareholder-Value-Konzept - Wertorientiertes Controlling
6. Berichtswesen

Finanzcontrolling

Pflichtliteratur

- Mensch, G. (2008). *Finanz-Controlling : Finanzplanung und -kontrolle ; Controlling zur finanziellen Unternehmensführung ; [mit Übungen, Fallstudien, Glossar]* (2., überarb. und erw. Aufl.) München : Oldenbourg.

Literaturempfehlungen

- Horváth, P, Gleich, R & Seiter, M. (2015). *Controlling* (13., komplett überarbeitete Auflage) München : Verlag Franz Vahlen.
- Gleich, R. (2011). *Finanz-Controlling : [strategische und operative Steuerung der Liquidität ; die wichtigsten Instrumente, Prozesse und Kennzahlen ; integrierte Ergebnis-, Bilanz- und Liquiditätsplanung ; effektives Working Capital Management ; Financial Supply Chain Management in der Praxis]* (1. Aufl.) Freiburg [u.a] : Haufe-Gruppe.

Medienmanagement und Medienökonomie

Modulname Medienmanagement und Medienökonomie	
Studiengang Business Management - Schwerpunkt Finanzmanagement	Abschluss Master of Arts
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Frank Sistenich	
Stand vom 2022-03-22	Sprache Deutsch
Art der Lehrveranstaltung Wahlpflicht	CP nach ECTS 6

Art des Studiums Vollzeit	Semester 3	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 118,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 180 Std.

Medienmanagement und Medienökonomie

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen und verstehen die Strukturen und Prozesse von Medienunternehmen und des Medienmarktes.
- Sie verstehen die Abhängigkeit der Medienunternehmen von den kommunikationspolitischen Aktivitäten anderer Unternehmen.

Fertigkeiten

- Sie erwerben die Fähigkeiten der Analyse des sich wandelnden Medienmarktes und Schnittstellen zwischen den Erfordernissen der Medienunternehmen und den Erfordernissen anderer Unternehmen zu erkennen und für ein erfolgreiches Marketing-Management beider zu nutzen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage die Modul Inhalte in angemessener Fachsprache kommunizieren. Sie können Aussagen und Lösungswege zum Lehrgebiet in der Arbeitsgruppe argumentieren.

Selbständigkeit

- Die Studierenden können sich Lernziele selbst setzen. Inhalte können eigenständig recherchiert, Fachwissen aus diversen Quellen sich angeeignet werde.

Inhalt

1. Medien als Objekt ökonomischer Analyse
2. Die ökonomisch relevanten Besonderheiten der Informationsgüter und deren Management
3. Die Medienunternehmen in der Neuheitsspirale
4. Spezifische Bedingungen der Medienproduktion und deren Management
5. Finanzierungssysteme von Medien und ihre Abhängigkeit vom Marketing-Management und der Kommunikationspolitik anderer Unternehmen
6. Medieninformationssysteme
7. Marketing-Management für Medienunternehmen

Pflichtliteratur

Medienmanagement und Medienökonomie

Literaturempfehlungen

- Beyer, A & Carl, P. (2012). *Einführung in die Medienökonomie* (3., überarb. Aufl.) Konstanz ; München : UVK Verl.-Ges..
- Bruhn, M. (2009). *Kommunikationspolitik : systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen* (5., aktualisierte Aufl.) München : Vahlen.
- Bruhn, M. (o.D.). *Handbuch der Unternehmenskommunikation*.
- Hutter, M. (2006). *Neue Medienökonomik* München [u.a.] : Fink.
- Kiefer, M. (2005). *Medienökonomik : Einführung in eine ökonomische Theorie der Medien* (2., vollst. überarb. Aufl.) München [u.a.] : Oldenbourg.

European Labour Law

Modulname European Labour Law	
Studiengang Business Management - Schwerpunkt Finanzmanagement	Abschluss Master of Arts
Modulverantwortliche Prof. Dr. jur. Stefan Strassner	
Stand vom 2022-03-22	Sprache Englisch
Art der Lehrveranstaltung Wahlpflicht	CP nach ECTS 6

Art des Studiums Vollzeit	Semester 3	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen keine keine
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 88,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

European Labour Law

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen die wichtigsten Rechte und Pflichten, die sich für Unionsbürger, die als Arbeitgeber oder als Arbeitnehmer im EU-Inland oder EU-Ausland tätig ist, aus den Vorschriften des europäischen Arbeitsrechts ergeben.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können beurteilen, ob und inwieweit für sie (und ihre Familien) auf der Grundlage der unionsrechtlich geschützten „Arbeitnehmerfreizügigkeit“ eine Arbeitnehmertätigkeit in einem an deren EU-Staat sinnvoll ist.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden können Arbeitsbedingungen danach beurteilen und gegebenenfalls so gestalten, wie es die europarechtlichen Schutzstandards z.B. beim Diskriminierungsschutz vorsehen.

Selbständigkeit

- Die Studierenden sind in der Lage, die wichtigsten und häufigsten arbeitsrechtlichen Fragen selbstständig unter Heranziehung und Auslegung der entsprechenden Vorschriften zu beantworten.

Inhalt

1. Einführung: Grundlagen des Rechts der Europäischen Union, Grundlagen des deutschen Arbeitsrechts
2. Die Arbeitnehmerfreizügigkeit: Anwendungsbereich Recht auf Teilnahme am Arbeitsmarkt, Diskriminierungsverbot
3. Schutzstandards für europäische Arbeitnehmer
 - 3.1 Die Anti- Diskriminierungs- Richtlinien, Umsetzung am Beispiel des AGG
 - 3.2 Die Mutterschutzrichtlinie, Umsetzung durch das MuSchG
 - 3.3 Die Teilzeitarbeitsrichtlinie, Umsetzung am Beispiel des TzBfG
 - 3.4 Die Arbeitsvertragsbefristungsrichtlinie, Umsetzung am Beispiel des TzBfG
 - 3.5 Die Betriebsübergangsrichtlinie, Umsetzung am Beispiel des Â§ 613a BGB
 - 3.6 Die Massenentlassungsrichtlinie, Umsetzung am Beispiel der Â§Â§ 17 ff. KSchG
 - 3.7 Die Arbeitszeitrichtlinie, Umsetzung am Beispiel des ArbZG
 - 3.8 Die Nachweisrichtlinie, Umsetzung am Beispiel des NachG
 - 3.9 Die Entsenderichtlinie, Umsetzung am Beispiel des AentG

Pflichtliteratur

- Grobauer, Christian (Hrsg.) Wirtschaftsgesetz für Wirtschaftsschulen und die kaufmännische Ausbildung

European Labour Law

Literatureempfehlungen

- (o.D.). Beck.

International Trade and Investment

Modulname International Trade and Investment	
Studiengang Business Management - Schwerpunkt Finanzmanagement	Abschluss Master of Arts
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Christian Hederer	
Stand vom 2023-08-21	Sprache Englisch
Art der Lehrveranstaltung Wahlpflicht	CP nach ECTS 6

Art des Studiums Vollzeit	Semester 3	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen Basic knowledge of economics
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 60,0 Std.	Projektarbeit 57,0 Std.	Prüfung 3,0 Std.	Summe 180 Std.

International Trade and Investment

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- **Students know ...**
- ... the main elements of the current global institutional framework for cross-border trade and investment, and its economic and political background;
- ... the WTO, its main components, and significance for cross-border trade and investment from a business perspective;
- ... international investment agreements and how businesses as international investors can make use of them;
- ... the main current policy debates on the current international trade and investment system, and how to assess different scenarios from a business perspective.

Fertigkeiten

- **Students learn to ...**
- ... read and assess primary, including legal, sources on international trade and investment;
- ... apply correct terminology on issues in international trade and investment, including in dispute settlement;
- ... form positions on, and participate in, current debates on the future of the international trade and investment system.

Soziale Kompetenz

- **Students learn to ...**
- ... organize group discussions to develop and defend common positions, including a division of tasks;
- ... resolve differences in group members' preferences;
- ... arrange effective group communication to present results to a larger audience.

Selbständigkeit

- **Students learn to ...**
- ... read and analyse English texts under a tight timeframe;
- ... produce effective oral statements and briefings;
- ... (if chosen) prepare a short scientific text, including a specific research question and ensuing analysis.

International Trade and Investment

Inhalt

1. The economics and politics of international trade and investment: overview of theoretical approaches
2. Patterns of international trade and investment: past and present.
 - a. International trade relations in human history: a (very) short overview;
 - b. Steps towards "globalisation" after World War II;
 - c. The current status: intense trade, precarious politics
3. International trade
 - a. The World Trade Organisation (WTO): mission, principles, organisation, main agreements (on trade in goods, services; intellectual property), dispute settlement;
 - b. Regional trade agreements: patterns and principles
4. International investment
 - a. International investment protection: what it covers, how it works;
 - b. Focus on dispute settlement between states and foreign investors
5. Scenarios for international trade and investment in the future, and their implications for business

Pflichtliteratur

- tba

Literaturempfehlungen

Introduction to the German Economy

Modulname Introduction to the German Economy	
Studiengang Business Management - Schwerpunkt Finanzmanagement	Abschluss Master of Arts
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Christian Hederer	
Stand vom 2022-03-22	Sprache Englisch
Art der Lehrveranstaltung Wahlpflicht	CP nach ECTS 6

Art des Studiums Vollzeit	Semester 3	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen Basic knowledge of economics
Besondere Regelungen The course offers a broad overview of characteristics of the German economy and its strengths and weaknesses in a comparative international perspective. Topic will be approached both from a top-down, interdisciplinary view and a bottom-up perspective focussing on Germany as a business location.

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 40,0 Std.	Projektarbeit 48,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 150 Std.

Introduction to the German Economy

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Students know the key characteristics of the German economy.
- Students can situate these characteristics in a broader institutional and historical background from a comparative perspective.
- Students know the relevance of core fields, such as labour market policy, industrial policies, education, research, and innovation policies, social policy, and external economic relations, for Germany as a business location.

Fertigkeiten

- Students can judge the strengths and weaknesses of Germany as a business location from different perspectives, including core economic criteria.
- Students can identify, and work with, appropriate data sources.
- Students improve their ability to systematically orient decisions for or against a certain business location along economic and related criteria.

Soziale Kompetenz

- Students improve their competence to develop and defend positions in groups, including such that do not correspond to their personal opinion.
- Students improve their competence to provide constructive and substantiated feedback to the work of other students.

Selbständigkeit

- Students are able to set up a short research paper in a limited amount of time, including appropriate sources and an own position.

Inhalt

1. Introduction: A profile of the German economy
2. German economic history, with an emphasis on development after WW II
3. The German 'Social Market Economy': concept, strengths, problems
4. Economic structure and external economic relations, including the EU Internal Market
5. Labour markets, demography, and migration
6. Labour markets and educational system; R&D and innovation policies
7. Labour markets, wages, and institutions of wage negotiations
8. Corporate culture and corporate governance
9. Financial system and monetary policy
10. Fiscal policy and taxation
11. Energy and climate policies
12. Federalism and political decision making processes

Introduction to the German Economy

Pflichtliteratur

– TBA

Literaturempfehlungen

Internationales Finanzmanagement

Modulname Internationales Finanzmanagement	
Studiengang Business Management - Schwerpunkt Finanzmanagement	Abschluss Master of Arts
Modulverantwortliche Prof. Dr. iur. Thomas Höppner	
Stand vom 2023-09-11	Sprache Deutsch
Art der Lehrveranstaltung Wahlpflicht	CP nach ECTS 6

Art des Studiums Vollzeit	Semester 3	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen Die Studenten sollten Grundkenntnisse zu Renten- und Aktienmarkt besitzen.
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 72,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 3,0 Std.	Summe 135 Std.

Internationales Finanzmanagement

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studenten kennen die Eigenschaften der verschiedenen derivativen Finanzinstrumente (Futures, Forwards, Optionen, Swaps) und die wesentlichen Kontraktspezifikationen wichtiger Futures.
Sie wissen:
- wie der Optionspreis auf die Veränderung verschiedener Einflussfaktoren reagiert und
- wie sich Future- und Forwardpreise im Verhältnis zum jeweiligen Basispreis entwickeln.

Fertigkeiten

- Die Studenten sind in der Lage:
- Risiken in Renten- und Aktiendepots zu erkennen und diese Depots mit Hilfe von derivativen Finanzinstrumenten gegen Kurs- und Zinsänderungsrisiken zu schützen
- Wechselkursrisiken von Investoren oder Unternehmen bei internationalen Transaktionen zu erkennen und die Wechselkurse mit derivativen Finanzinstrumenten abzusichern
- Risiken von Unternehmen durch die Änderung von Rohstoffpreisen zu erkennen und mit Hilfe von derivativen Finanzinstrumenten zu vermeiden
- Risiken von Unternehmen durch die Änderung von Rohstoffpreisen zu erkennen und mit Hilfe von derivativen Finanzinstrumenten zu vermeiden

Soziale Kompetenz

- Die Studenten sind in der Lage Lösungen anderer Studenten zu beurteilen. Sie können Vor- und Nachteile der von anderen Gruppenmitgliedern vorgestellten Lösungen benennen. Die Studenten können ihre Lösung vor der Gruppe verteidigen.

Selbständigkeit

- Die Studenten können die Risiken von Investments und Unternehmensaktivitäten (bezüglich Wechselkursänderungen, Rohstoffpreisänderungen, Zinsänderungen und unerwarteten Wetterereignissen) identifizieren und Lösungen zum Schutz vor den wirtschaftlichen Auswirkungen dieser Einflussfaktoren mit Hilfe von aktuellen Daten aus dem Internet ohne sonstige Unterstützung vorschlagen und selbst umsetzen.

Internationales Finanzmanagement

Inhalt

1. Grundlagen des Termingeschäfts
2. Grundlagen des Abschlusses eines Forwards und des Futurehandels
3. Europäische und amerikanische Zinsfutures
4. Europäische und amerikanische Aktien- und Aktienindexfutures
5. Forwards auf Wechselkurse und Devisenfutures
6. Wetterfutures
7. Warenfutures
8. Grundlagen des Optionsgeschäfts
9. Aktien- und Aktienindexoptionen
10. Devisenoptionen
11. Schutz von Investments am Rentenmarkt gegen das Zinsänderungsrisiko mit Futures
12. Schutz von Investments am Aktienmarkt gegen das Kursrisiko mit Futures und Optionen
13. Schutz international tätiger Unternehmen vor dem Wechselkursrisiko mit derivativen Finanzinstrumenten
14. Schutz von Unternehmen vor den wirtschaftlichen Auswirkungen unerwarteter Wetterereignisse mit Futures
15. Swaps

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen

- Optionen, Futures und andere Derivate, John C. Hull, Pearson Studium, 8. Auflage, 2012
- Optionen und Futures, Ernst Müller-Möhl, Schäffer-Poeschel, 5. Auflage, 2002

Unternehmenssteuerrecht

Modulname Unternehmenssteuerrecht	
Studiengang Business Management - Schwerpunkt Finanzmanagement	Abschluss Master of Arts
Modulverantwortliche Professorin Nikola Budilov-Nettelmann	
Stand vom 2023-09-11	Sprache Deutsch
Art der Lehrveranstaltung Wahlpflicht	CP nach ECTS 6

Art des Studiums Vollzeit	Semester 3	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 5	SWS 4	V / Ü / L / P / S 2 / 2 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen Die Studierenden sollten über Grundkenntnisse des deutschen Steuerrechts verfügen (insbesondere Tatbestände der Einkommen-, Körper, Gewerbe- und Umsatzsteuer) und über Kenntnisse im Externen Rechnungswesen und in der Bilanzierung (HGB) verfügen.
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 60,0 Std.	Selbststudium 73,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 2,0 Std.	Summe 135 Std.

Unternehmenssteuerrecht

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden kennen und verstehen die unterschiedlichen Besteuerungskonzepte von Personen- und Kapitalgesellschaften.
- Sie kennen und verstehen die Grundprobleme und Grundwertungen der Besteuerung von (nationalen) Unternehmensverbindungen.
- Sie kennen die steuerlichen Folgen gesellschafts- und schuldrechtlicher Leistungsbeziehungen zwischen Gesellschaft und Gesellschafter.

Fertigkeiten

- Die Studierenden erkennen steuerliche Fragestellungen /
- Sie können komplexere steuerliche (Lebens-)Sachverhalte beurteilen und Steuerbelastungen ermitteln.
- Sie können Ertragsteuerbelastungsunterschiede zwischen den Rechtsformen benennen und berechnen.
- Sie können auch unbekannte Sachverhalte eigenständig einer Lösung zuführen.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden können komplexe steuerliche Aufgabenstellungen in Gruppen lösen und die erarbeiteten Lösungen vor einer größeren Gruppe vortragen.
- Bei regelmäßig heterogenem Wissenstand (aufgrund unterschiedlicher Kenntnisse aus den Bachelorstudiengängen): Die Studierenden können eigenes Wissen anderen Gruppenmitgliedern vermitteln und diese bei der Falllösung und Themenerarbeitung unterstützen.

Selbständigkeit

- Die Studierende können sich eigenständig Wissen erschließen und Themen erarbeiten. Sie sind in der Lage, hierfür adäquate Mittel zu wählen.

Unternehmenssteuerrecht

Inhalt

1. Besteuerung von Einzelunternehmen und Personengesellschaften
 - 1.1 Grundlagen: Einheitsprinzip und Transparenzprinzip
 - 1.2 Laufende Ertragsbesteuerung
 - 1.3 Gewerbesteuerliche Aspekte (einschl. Wechselbeziehung zwischen ESt. und GewSt.)
 - 1.4 Ertragsteuerbelastung bei Einzelunternehmen und Personengesellschaften
2. Besteuerung der Kapitalgesellschaften
 - 2.1 Grundlagen: Trennungsprinzip
 - 2.2 Ertragsbesteuerung der Kapitalgesellschaft
 - 2.3 Gewinnausschüttung (offene und verdeckte)
 - 2.4 Ertragsteuerbelastung bei Kapitalgesellschaften
3. Besteuerung von (nationalen) Konzernen und Unternehmensverbindungen
 - 3.1 Grundlagen
 - 3.2 Beteiligungskonzern (ohne Begründung einer Organschaft)
 - 3.3 Organschaftskonzern
4. Einzelaspekte der Umsatzbesteuerung

Pflichtliteratur

- Gesetzesredaktion (Bearbeitet von der), N. (2015). *Wichtige Steuergesetze: mit Durchführungsverordnungen*. NWB Verlag.

Literaturempfehlungen

- Drobeck, J. (2016). *Die Besteuerung der Personengesellschaften - leicht gemacht : die Steuern der GbR, OHG, KG, GmbH & Co. KG und ihrer Gesellschafter* Berlin : Ewald v. Kleist Verlag.
- Schinkel, R, Schwind, H & Hauptmann, P. (2016). *Die Besteuerung der GmbH - leicht gemacht : die Steuern der GmbH inkl. UG, Ltd und ihrer Gesellschafter* (3., neu bearbeitete Auflage) Berlin : Ewald v. Kleist Verlag.
- Lang, F, Fränznick, S & Hoffmann, I. (2021). *Besteuerung der Personengesellschaften: Steuern und Finanzen in Ausbildung und Praxis* HDS-Verlag.
- Niehus, U & Wilke, H. (aktu). *Die Besteuerung der Personengesellschaften* Schäffer Poeschel.
- Niehus, U & Wilke, H. (aktu). *Die Besteuerung der Kapitalgesellschaften* Schäffer Poeschel.

Masterarbeit und Kolloquium

Modulname Masterarbeit und Kolloquium	
Studiengang Business Management - Schwerpunkt Finanzmanagement	Abschluss Master of Arts
Modulverantwortliche Prof. Dr. rer. pol. Verena Klapschus	
Stand vom 2022-03-22	Sprache Deutsch, Englisch
Art der Lehrveranstaltung Pflicht	CP nach ECTS 30

Art des Studiums Vollzeit	Semester 4	SWS 0	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 0
Art des Studiums Teilzeit	Semester 8	SWS 0	V / Ü / L / P / S 0 / 0 / 0 / 0 / 0

Empfohlene Voraussetzungen
Besondere Regelungen

Aufschlüsselung des Workload				
Präsenz 0,0 Std.	Selbststudium 0,0 Std.	Projektarbeit 0,0 Std.	Prüfung 0,0 Std.	Summe 0 Std.

Masterarbeit und Kolloquium

Lernziele

Kenntnisse/Wissen

- Die Studierenden können ihr bisher erworbenes Wissen im konkreten Anwendungs- und Unternehmenskontext gezielt vertiefen und verbreitern,
- sich themenspezifisches Wissen zielgerichtet selbst erarbeiten.

Fertigkeiten

- Die Studierenden können ihr Wissen auf neue Kontexte übertragen,
- ihr Wissen in Bezug auf konkrete Situationen und Problemstellungen ihres Themas anwenden,
- ein konkretes Thema umfassend, systematisch und lösungsorientiert bearbeiten.

Soziale Kompetenz

- Die Studierenden können dem Unternehmenskontext angemessen kommunizieren,
- ihren Arbeitsstand und ihre Fragen dem Betreuer gegenüber konkret und verständlich vermitteln.

Selbständigkeit

- Die Studierenden können ihre Arbeit selbstdiszipliniert organisieren,
- das von ihnen bearbeitete Thema selbständig strukturieren und recherchieren,
- den eigenen Arbeitsstand kritisch reflektieren.

Inhalt

Pflichtliteratur

Literaturempfehlungen