



Master-Studiengang

Business Administration

Modulkatalog

SS 19

Stand: 25. April 2019

Falls Sie ältere Versionen des Modulkatalogs benötigen, setzen Sie sich bitte mit dem Dekanat der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät in Verbindung (dekanat.wiwi@uni-passau.de).

Für alle aufgeführten Veranstaltungen des Modulkatalogs gelten die Studien- und Qualifikationsvoraussetzungen gemäß der jeweiligen Prüfungs- und Studienordnung.

Inhaltsverzeichnis

LVA-Nr.	Modultitel	
	Modulzuordnung	5
11016C	Sustainability and Business Ethics: Social Entrepreneurship - III. Teilmodul: Praxismodul: Social Entrepreneurship (PN 264570)	11
21410	Steuerrecht I + II (PN 262680)	14
25650	EU and US Banking and Financial Law (PN 273035)	16
30000	Steuerplanung und Steuerwirkung (PN 262600)	20
30020	M & A - Steuerliche Aspekte - Vormaliger Titel der Veranstaltung: M&A - Tax Aspects (PN 262660)	22
30050	Steuerseminar Master (PN 200305)	24
30110	Immobilien und Steuern (PN 262101)	26
30467	Konzernrechnungslegung nach HGB, IFRS und US-GAAP (PN 262102)	28
30902	Quantitative Methoden in Finance (PN 261070)	31
30910	Master-Workshop Finance und Banking (PN 262610)	33
30911	Master-Seminar Finance und Banking - Empirische Kapitalmarktforschung (PN 262690) .	35
30913	Corporate Finance und Kapitalmärkte - Vormaliger Titel der Veranstaltung: "Advanced Corporate Finance" (PN 262230)	37
31354	Workshop Unternehmensbewertung	39
31360	Wertorientiertes Controlling (PN 262670)	43
31370	Praxisprojekt Digitale Geschäftsmodelle - Workshop (PN 262780)	45
31803	Finanzcontrolling I (PN 200414)	47
31816	Master-Seminar Finanzcontrolling - ehemals: Master-Seminar in Finance and Financial Control (PN 262570)	50
31821	Kolloquium für Masterarbeiten (PN 262750)	52
32250	Health, Development and Public Policy - englisch (PN 274130)	54
32430	Evaluation of Development Policies - englisch (PN 271090)	56
32500	Development Economics: Political Economy of Development Policies (Master) - ENGLISCH (PN 272110)	59
32850	Masterkolloquium - Masterkolloquium im Fach Organisation, Technologiemanagement und Entrepreneurship (PN 264501)	63
32865	5-Euro-Business Wettbewerb (für Masterstudierende) (PN 264960)	65
32900	Strategy for High-Tech Startups (PN 264509)	68
33160	Organizational Behavior- Unternehmensführung und Verhalten in Organisationen (PN 264170)	70
33173	Masterseminar Management, Personal und Information (PN 264750)	73
33187	Master-Workshop Management, Personal und Information (PN 266710)	75
33234	Empirische Methoden für Masterstudierende im Bereich Management, Personal und Information (PN 265109)	78
33840	B2B Marketing and Sales Management (PN 264790)	80

33860	Marktforschung (PN 200514)	82
33901	Masterseminar Marketing (PN 264910)	84
34073	Empirische Internationale Managementforschung (PN 264271)	86
34102	Master-Planspiel (PN 264150)	88
34300	Corporate Sustainability and CSR (PN 265106)	91
34518	Seminar: Master Praxisprojekt II - in Zusammenarbeit mit ZF - Friedrichshafen AG - Business-Case-Entwicklung im Themenkomplex Industrie 4.0 und Internet of Things (PN 265121)	94
34519	Seminar: Master Praxisseminar I - in Kooperation mit Wacker Chemie AG (PN 265121)	96
34520	Masterseminar Marketing und Innovation - Experimentelle Forschung zur On-demand Rekonfiguration von Produkten (PN 264590)	98
34730	Konsumentenverhalten (PN 264840)	100
35181	Simulation Modelling (PN 265011)	102
35182	Data Engineering and Predictive Analytics (PN 265012)	104
35199	"Human Resource Analytics" (PN 264512)	106
35285	Cross-Cultural Management - Die Veranstaltung wird angeboten von Prof. Dr. V. Vijayalakshmi vom IIT Madras, Chennai, Indien (PN 265113)	108
35610	Paneldatenanalyse (PN 261080)	110
35621	Computational Statistics - Regression in R (PN 261170)	112
35622	Computational Statistics - Statistical Learning in R (PN 261170)	114
35802	Applied Statistics (Master) (PN 261110)	116
35864	Economics of Education (englisch) (PN 274170)	118
35870	Advanced Microeconomics (englisch) (PN 271040)	120
36304	Monetäre Außenwirtschaft (PN 201310)	122
36309	The Economics of Corruption (September 2019) (PN 201301)	124
36323	Geld, Zins und Inflation (PN 273010)	126
36328	Lab and Field Experiments: Corruption, Conflict & Cooperation (PN 271020)	128
37030	Advanced International Trade (PN 272180)	130
37206	Modellierungstools (PN 201007)	134
37502	Management von IT-Architekturen (PN 283004)	136
37506	Masterseminar Betriebliche Informationssysteme - Aktuelle Herausforderungen des IT-Managements (PN 266592)	139
37670	Theorieentwicklung und Forschungsmethoden in der Wirtschaftsinformatik (Master) - vorm. Forschungsmethoden der Wirtschaftsinformatik (PN 266160)	141
37680	Data Mining and Data Warehousing (Master) (PN 266140)	145
37681	Masterseminar Informations- und IT-Service-Management (PN 266593)	150
38561	Managing and Leading Strategic Innovation and Change (PN 265070)	152
38568	Strategy and Innovation Consulting (PN 265080)	154
38571	Theory and Methods in Strategy, Leadership, and Innovation Research (PN 261150)	156
38608	Advanced Strategic Sensitivity and Digitalization (PN 265080)	158
38609	Interdisziplinäre Ringvorlesung für Masterstudierende: Fundamentals of Digitalization and Digital Trends (PN 266700)	161

39607 Masterkolloquium im Fach Internet- und Telekommunikationswirtschaft (PN 283001) 163
48420 Regionalisierung und Globalisierung (PN 264260) 165

Modulzuordnung

Methoden

30902	Quantitative Methoden in Finance
31803	Finanzcontrolling I
35610	Paneldatenanalyse
35621	Computational Statistics - Regression in R
35622	Computational Statistics - Statistical Learning in R
35802	Applied Statistics (Master)
37670	Theorieentwicklung und Forschungsmethoden in der Wirtschaftsinformatik

Accounting, Finance and Taxation - Grundlagen

30020	M & A - Steuerliche Aspekte - Vormaliger Titel der Veranstaltung: M&A - Tax Aspects
30110	Immobilien und Steuern
30467	Konzernrechnungslegung nach HGB, IFRS und US-GAAP
30902	Quantitative Methoden in Finance
30913	Corporate Finance und Kapitalmärkte - Vormaliger Titel der Veranstaltung: "Advanced Corporate Finance"
31354	Workshop Unternehmensbewertung
31360	Wertorientiertes Controlling
31803	Finanzcontrolling I
31821	Kolloquium für Masterarbeiten
35610	Paneldatenanalyse
35621	Computational Statistics - Regression in R
35622	Computational Statistics - Statistical Learning in R
35802	Applied Statistics (Master)

Accounting, Finance and Taxation - Vertiefung

30000	Steuerplanung und Steuerwirkung
30020	M & A - Steuerliche Aspekte - Vormaliger Titel der Veranstaltung: M&A - Tax Aspects
30050	Steuerseminar Master
30110	Immobilien und Steuern
30467	Konzernrechnungslegung nach HGB, IFRS und US-GAAP
30910	Master-Workshop Finance und Banking
30911	Master-Seminar Finance und Banking - Empirische Kapitalmarktforschung
30913	Corporate Finance und Kapitalmärkte - Vormaliger Titel der Veranstaltung: "Advanced Corporate Finance"
31354	Workshop Unternehmensbewertung
31360	Wertorientiertes Controlling
31370	Praxisprojekt Digitale Geschäftsmodelle - Workshop
31803	Finanzcontrolling I
31816	Master-Seminar Finanzcontrolling - ehemals: Master-Seminar in Finance and Financial Control
31821	Kolloquium für Masterarbeiten
35621	Computational Statistics - Regression in R
35622	Computational Statistics - Statistical Learning in R
35802	Applied Statistics (Master)

International Management and Marketing - Grundlagen

32900	Strategy for High-Tech Startups
33160	Organizational Behavior- Unternehmensführung und Verhalten in Organisationen
33187	Master-Workshop Management, Personal und Information
33234	Empirische Methoden für Masterstudierende im Bereich Management, Personal und Information
33234	Empirische Methoden für Masterstudierende im Bereich Management, Personal

	und Information
34073	Empirische Internationale Managementforschung
34102	Master-Planspiel
34300	Corporate Sustainability and CSR
34730	Konsumentenverhalten
35610	Paneldatenanalyse
35621	Computational Statistics - Regression in R
35622	Computational Statistics - Statistical Learning in R
35802	Applied Statistics (Master)
48420	Regionalisierung und Globalisierung

International Management and Marketing - Vertiefung

11016C	Sustainability and Business Ethics: Social Entrepreneurship - III. Teilmodul: Praxismodul: Social Entrepreneurship
32850	Masterkolloquium - Masterkolloquium im Fach Organisation, Technologiemanagement und Entrepreneurship
32865	5-Euro-Business Wettbewerb (für Masterstudierende)
32900	Strategy for High-Tech Startups
33160	Organizational Behavior- Unternehmensführung und Verhalten in Organisationen
33173	Masterseminar Management, Personal und Information
33187	Master-Workshop Management, Personal und Information
33234	Empirische Methoden für Masterstudierende im Bereich Management, Personal und Information
33234	Empirische Methoden für Masterstudierende im Bereich Management, Personal und Information
33840	B2B Marketing and Sales Management
33860	Marktforschung
33901	Masterseminar Marketing
34073	Empirische Internationale Managementforschung

34300	Corporate Sustainability and CSR
34518	Master Praxisprojekt II - in Zusammenarbeit mit ZF - Friedrichshafen AG - # Business-Case-Entwicklung im Themenkomplex Industrie 4.0 und Internet of Things
34519	Seminar: Master Praxisseminar I - in Kooperation mit Wacker Chemie AG
34520	Masterseminar Marketing und Innovation - Experimentelle Forschung zur On-demand Rekonfiguration von Produkten
34730	Konsumentenverhalten
35181	Simulation Modelling
35182	Data Engineering and Predictive Analytics
35285	Cross-Cultural Management - Die Veranstaltung wird angeboten von Prof. Dr. V. Vijayalakshmi vom IIT Madras, Chennai, Indien
35621	Computational Statistics - Regression in R
35622	Computational Statistics - Statistical Learning in R
35802	Applied Statistics (Master)
38561	Managing and Leading Strategic Innovation and Change
38568	Strategy and Innovation Consulting
38571	Theory and Methods in Strategy, Leadership, and Innovation Research
38608	Advanced Strategic Sensitivity and Digitalization
38609	Interdisziplinäre Ringvorlesung für Masterstudierende: Fundamentals of Digitalization and Digital Trends
48420	Regionalisierung und Globalisierung

Wirtschaftsinformatik / Information Systems - Grundlagen

35621	Computational Statistics - Regression in R
35622	Computational Statistics - Statistical Learning in R
37670	Theorieentwicklung und Forschungsmethoden der Wirtschaftsinformatik

Wirtschaftsinformatik / Information Systems - Vertiefung

35181	Simulation Modelling
-------	----------------------

35182	Data Engineering and Predictive Analytics
35621	Computational Statistics - Regression in R
35622	Computational Statistics - Statistical Learning in R
37206	Modellierungstools
37502	Management von IT-Architekturen
37506	Masterseminar Betriebliche Informationssysteme - Aktuelle Herausforderungen des IT-Managements
37670	Theorieentwicklung und Forschungsmethoden in der Wirtschaftsinformatik (Master) - vorm. Forschungsmethoden der Wirtschaftsinformatik
37680	Data Mining and Data Warehousing (Master)
37681	Masterseminar Informations- und IT-Service-Management
39607	Masterkolloquium im Fach Internet- und Telekommunikationswirtschaft

Lehrveranstaltungen aus anderen Masterprogrammen

Bis zu 15 ECTS-Leistungspunkte können Sie frei aus Lehrveranstaltungen aus dem Masterstudiengang „Business Administration“ oder aus einem anderen Masterstudien-gang der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät wählen. Wählbar sind beispielsweise folgende Module:

32250	Health, Development and Public Policy - englisch
32430	Evaluation of Development Policies - englisch
32500	Development Economics: Political Economy of Development Policies (Master) – ENGLISCH
35864	Economics of Education (englisch)
35870	Advanced Microeconomics (englisch)
36304	Monetäre Außenwirtschaft
36309	The Economics of Corruption (September 2019)
36323	Geld, Zins und Inflation
36328	Lab and Field Experiments: Corruption, Conflict & Cooperation
37030	Advanced International Trade

Lehrveranstaltungen der Juristischen Fakultät

21410 Allgemeines Steuerrecht I + II

25650 EU and US Banking and Financial Law

**11016C Sustainability and Business Ethics: Social Entrepreneurship
- III. Teilmodul: Praxismodul: Social Entrepreneurship (PN 264570)**

Moduleinordnung	International Management and Marketing - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Rodrigo Isidor Serrano Dr. Annekatriin Meißner
Inhalt des Moduls	<p>Mehr Nachhaltigkeit und Ethik in der Wirtschaft sind Forderungen, die verstärkt auch an die Universitätslehre gestellt werden. Mit der fakultätsübergreifenden Lehrinnovation des Moduls Sustainability and Business Ethics schafft die Universität Passau ein attraktives Angebot speziell für Masterstudierende mit Wirtschaftsbezug, ihre unternehmens- und wirtschaftsethischen Kompetenzen zu erweitern. Didaktisch innovativ baut sich das Lehrkonzept aus der interdisziplinären Verknüpfung von diskursiven, virtuellen und praktischen Teilmodulen auf. Zu Themenschwerpunkten wie z.B. CSR, Sustainability, Social Entrepreneurship und weiteren relevanten Ansätzen und Konzepten aus der Unternehmens- und Wirtschaftsethik wird im diskursiven Teil die Wissens- und Reflexionskompetenz aufgebaut. In dem daran anschließenden virtuellen Teilmodul mit Präsenzanteilen entwickeln Sie Ihre Kompetenzen im digitalen Lernen durch die Anwendung des Blended Learning und diskutieren und reflektieren die virtuell vermittelten Inhalte mit Bezugnahme zu aktuellen Herausforderungen der globalisierten Welt.</p> <p>- Im Praxismodul können Sie Ihre Handlungs- und Problemlösungskompetenzen im Umgang mit gesellschaftlichen, sozialen und ökologischen Herausforderungen erweitern. In diesem Teilmodul steht die inter- und transdisziplinäre Umsetzung von innovativen und unternehmerischen Lösungen für ethische Herausforderungen im Rahmen von Social Entrepreneurship mit einem Unternehmen aus der Region im Mittelpunkt.</p>
Qualifikationsziele des Moduls	Faktenwissen (factual knowledge): Wissen darüber, was

	<p>Sozialunternehmen sind und wie diese zur Lösung eines gesellschaftlichen Problems beitragen. Wissen über den Aufbau, die Strategien und den Erfolg von Sozialunternehmen. Gründungsrelevantes Wissen zur Ideenfindung und Vorbereitungsphase der Gründung.</p> <p>Methodenwissen (methodic competence): Methoden zur Finanzierung von Sozialunternehmen, Methoden zur Ideenfindung und Vorbereitungsphase der Gründung eines (Sozial)unternehmens (z.B. Design Thinking), Methoden zur Weiterentwicklung der Geschäftsidee und Erstellung eines Prototypen.</p> <p>Transferkompetenz (transfer competence): Anwendung der erlernten Methoden zur selbständigen Entwicklung einer Geschäftsidee, eines Prototypen und eines anschließenden Geschäftsmodells.</p> <p>Normativbewertendes Wissen (normative competence): Bewertung von Geschäftsideen im Bereich Sozialunternehmen und möglichen darauffolgenden Geschäftsmodellen.</p> <p>Schlüsselqualifikationen (skills): Es werden Qualifikationen und Methoden für folgende Bereiche erworben: - Bearbeitung eines Projekts/die Vorbereitung einer Gründung mit sozialem Ziel, - praktische Umsetzung von Projekt-/Geschäftsideen - Erarbeitung und Präsentation eines Geschäftsmodells - Team- und Projektarbeit</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Es wird es eine Vorbesprechung geben, in der Sie Details zur Aufgabenverteilung, der Prüfungsleistung, der Organisation und dem Ablauf des gesamten Moduls „Sustainability and Business Ethics“ erhalten. Der Termin wird im A-Modul angekündigt.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für den Erhalt eines Zertifikats ist die Teilnahme an alle drei Teilmodulen (11016A, 11016B, 11016C). Die Seminarsprache ist deutsch.

Häufigkeit des Angebots des Moduls	Sommersemester 2019
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	Seminar 3 SWS (ca. 45 Std. Präsenzzeit und ca. 165 Std. Eigenarbeitszeit) <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	5 / 7
Prüfungsnummer	264570
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Prüfungsmodalitäten (assessments): 1. 10 % Präsentation am Ende des Workshops 2. 20 % Präsentation während der Bearbeitungszeit 3. 30 % Präsentation am Ende der Bearbeitungszeit 4. 40 % Projektbericht (Umfang 10-15 Seiten)
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Für Rückfragen steht Ihnen sehr gerne Frau Dr. Annekatriin Meißner (annekatrin.meissner@uni-passau.de) zur Verfügung.

21410 Steuerrecht I + II (PN 262680)

Moduleinordnung	Accounting, Finance and Taxation - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Rainer Wernsmann
Inhalt des Moduls	<p>Die Vorlesung führt in das System des geltenden deutschen und internationalen Steuerrechts ein. Sie behandelt die verfassungsrechtlichen Grundlagen der Besteuerung, Steuerbegriff, Steuerarten und Besteuerungsgrundsätze einschließlich ökonomischer Bezüge. Ferner wird der Aufbau des Steuertatbestands (Steuersubjekt, Steuerobjekt, Tarif) erläutert. Außerdem wird das Steuerschuldrecht und das Steuerverfahrensrecht (einschließlich außergerichtlichem Rechtsbehelfsverfahren und Klageverfahren) nach der Abgabenordnung (AO) behandelt.</p> <p>Hinweis: Die Vorlesung umfasst - soweit sie sich an Studierende der Wirtschaftswissenschaften richtet - die Vorlesungen Allg. Steuerrecht I und II.</p>
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden erwerben die theoretischen Grundlagen des Steuerrechts, speziell das Steuerstraft- und -verfahrensrecht. Sie sind in der Lage, das theoretisch erlernte Wissen auf komplexe Sachverhalte anzuwenden.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Tappe/Wernsmann, Öffentliches Finanzrecht, 1. Aufl. 2015; Birk/Desens/Tappe, Steuerrecht, 21. Aufl. 2018 (erscheint demnächst)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang. Steuerliche Grundkenntnisse sind empfehlenswert.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Allg. Steuerrecht I jedes Wintersemester; Allg. Steuerrecht II jedes Sommersemester) zwei Semester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	<p>Vorlesung 4 SWS Präsenzzeit 60 SWS; Eigenarbeitszeit 90 SWS</p> <p><i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i></p>

ECTS	Juristen 2; Masterstudieng. 5
Prüfungsnummer	262680
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Klausur für Master-Studierende im Bereich Accounting, Finance and Taxation: Klausur über den Stoff der Vorlesung im WS 2018/19. Die Klausur wird nur im WS 2018/19 angeboten, nicht im SS 2019.
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	

25650 EU and US Banking and Financial Law (PN 273035)

Applicability	Accounting, Finance and Taxation - Vertiefung
Name of instructor	Antonio Marcacci
Content	<p>General description:</p> <p>The course will cover both the legislative and institutional features of the EU and US Banking and Financial Laws, and explain students the key differences of the two systems. Core attention will be paid to key pieces of European legislation dealing with Capital Requirements, Banking Supervision, Banking Resolution Mechanism, Primary and Secondary Financial Markets, Conduct of Business Rules, Financial Instruments (with a focus on derivatives), and Market Infrastructures. Moreover, the course will cover the law-making process for financial regulations – the Lamfalussy procedure – as well as the new pan-European supervision systems. In order to give students a broader picture, the course will give an overview of the post-crisis reform of the US financial system and of the Federal supervision systems for securities markets. This is important to draw the key differences between the two systems. Finally, in order to give students a more concrete idea of the increasing importance of the EU in the global financial arena, the course will include a section dealing with the regulatory dialogue between ESMA and the American SEC, and the role played by the EU in the International Organization of Securities Commissions – IOSCO, and in defining transnational financial standards.</p>
Course objectives	
Teaching	<p>1) The sources of the EU Banking and Financial Law. The legal basis for regulations and directives: Article 50 TFEU (former Article 44 TEC) on freedom of establishment; Article 53 TFEU (former Article 47 TEC) on the taking up and pursuing of activities by self-employed persons; Article 62 TFEU (former Article 55 TEC) on service; Article 115 TFEU (former Article 94 TEC); and Article 114 TFEU (former Article 95 TEC) on the measures for the approximation of Member State's rules. The 1999</p>

Financial Services Action Plan designed to improve the Single Market for financial services.

2) The law-making process of EU law of financial markets: the Lamfalussy procedure. The Lamfalussy Procedure is a scheme used for the development and adoption of European legislation concerning financial services, designed in order to create an efficient rule-making procedure able to keep the pace with a continuously changing financial environment.

3) The evolution of the EU Banking Law from the early pieces of legislation to the Capital Requirements Directive incorporating the Basel Accord on Banks' Capital Requirements into EU law and the new Banking Recovery and Resolution Directive.

4) Directives on primary markets: the Prospectus Directive and the Transparency Directive. The so-called Prospectus Directive [Directive 2003/71/EC, OJ L 345/64, 31.12.2003] concerns the creation of a single passport for issuers in order to establish a single European market for securities and financial services. The so-called Transparency Directive [Directive 2004/109/EC, OJ L 390/38, 31.12.2004] concerns the minimum transparency requirements for listed companies.

5) Directives on secondary markets, investment services and financial instruments (1) : the MiFID and the UCITS directives. MiFID [Directive 2004/39/EC, OJ L 145/1, 30.4.2004] was conceived as the cornerstone of the European investment services market and it covers a vast range of topics, from a single passport for investment firms to investor protection tools. UCITS is not a simple single directive, but a set of directives enacted in Europe since 1985 and aimed at regulating collective investment schemes with the goal to create a European single market.

6) Regulating Derivative Instruments: EMIR and MiFIR. The European Market Infrastructure Regulation and the Markets in Financial Instruments Regulation try regulating the yet unregulated world of derivative financial instruments.

7) Basic concepts of US Securities Regulations

8) The post-crisis financial reform in the US: the Dodd-Frank Act (in particular Title VI and Title VII)

9) The supervision of European banking system:

	<p>the newly established Single Supervisory Mechanisms based on the European System of Central Banks.</p> <p>10) The supervision of European financial market: a coordination system based on ESMA. In December 2010 a Regulation [Regulation 2010/1095/EC, OJ L 331/84, 15.12.2010] based on art. 114 TFEU was enacted establishing a new European Supervisory Authority, the European Securities and Markets Authority – ESMA.</p> <p>11) The supervision of US financial market: the Securities and Exchange Commission; the Commodity Future Trading Commission.</p> <p>12) The regulatory dialogue between ESMA and the American SEC and the EU in the international financial arena: the role of the EU in IOSCO and in defining transnational standards.</p>
Prerequisites	
Frequency of the course	
Duration	1 Semester
Workload	<i>Calculation is based on: every hr./sem.-week corresponds to 60 minutes. One semester is presumed to be 15 weeks, i.e. 14 course + 1 exam week</i>
ECTS	Masterstudiengänge 2, CECIL 2,5
Exam number	273035
Type of exam / requirements for granting of credits / duration of the exam	Klausur für CECIL sowie ausländische Studierende (Erasmus/International) und Masterstudiengänge International Economics and Business (IEB) sowie Business Administration (BA) Multiple-Choice Test
Recommended literature	Given the fast changes taking place in this area, articles downloadable from the internet will be suggested. Along with articles, “EU Securities and Financial Markets Regulation”, Third Edition, Oxford University Press, by Niamh Moloney is a very interesting – not mandatory though – reading.

Further remarks (e.g. online component, practical examples, guest lectures, etc.)	
-----------------------------------------------------------------------------------	--

30000 Steuerplanung und Steuerwirkung (PN 262600)

Moduleinordnung	Accounting, Finance and Taxation - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Markus Diller
Inhalt des Moduls	Das Modul befasst sich mit den Auswirkungen von Steuern auf unternehmerische Entscheidungen (Rechtsformwahl, Leasing vs. Fremdkapital, etc.). Insbesondere werden im Rahmen des Moduls investitionsneutrale Steuersysteme erörtert (Cashflow-Steuer, ökonomischer Gewinn). Des Weiteren erhalten die Studierenden einen Überblick über verschiedene Finanzierungsarten sowie die Berechnung von effektiven Steuersätzen.
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden erlernen mehrperiodige Steuerwirkungen und sind in der Lage, diese Kenntnisse sowohl im Rahmen der Steuerplanung einzusetzen als auch komplexe, investitionstheoretische Steuerwirkungen zu verstehen.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Unterricht auf Vortragsbasis, Bearbeitung von Übungsaufgaben und geeigneten Fallbeispielen.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang. Steuerliche Grundkenntnisse im Bereich der Ertragsteuern (EStG, KStG) sind empfehlenswert.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Sommersemester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	Vorlesung 2 SWS (30 St. Präsenzzeit und 45 St. Eigenarbeitszeit) Übung 2 SWS (30 St. Präsenzzeit und 45 St. Eigenarbeitszeit) <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	5

Prüfungsnummer	262600
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Schriftliche Klausur am Ende des Semesters (Dauer 60 Minuten, 100% der Gesamtnote)
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Die empfohlene Literatur wird vom jeweiligen Dozenten in der Veranstaltung bekannt gegeben.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	

**30020 M & A - Steuerliche Aspekte - Vormaliger Titel der
Veranstaltung: M&A - Tax Aspects (PN 262660)**

Moduleinordnung	Accounting, Finance and Taxation - Vertiefung Accounting, Finance and Taxation - Grundlagen
Dozenten	Prof. Dr. Markus Diller
Inhalt des Moduls	Das Modul befasst sich mit den komplexen steuerlichen Aspekten im Bereich von Merger & Acquisition. Die Studierenden erhalten einen systematischen Überblick über steueroptimale Gestaltungen von Unternehmenstransaktionen sowie über die Grundlagen des Umwandlungssteuerrechts.
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden erlernen die wichtigsten steuerlichen Implikationen bei Unternehmenstransaktionen und können Bewertungen unter Steuereinfluss vornehmen. Das theoretisch erworbene Wissen kann auf Praxissachverhalte angewendet werden.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Unterricht auf Vortragsbasis, Bearbeitung von Übungsaufgaben und geeigneten Fallbeispielen.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Steuerliche Grundkenntnisse im Bereich der Ertragsteuern (EStG, KStG) sind empfehlenswert.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nach Ankündigung, 1 Semester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	Vorlesung 2 SWS (30 St. Präsenzzeit und 45 St. Eigenarbeitszeit) Übung 2 SWS (30 St. Präsenzzeit und 45 St. Eigenarbeitszeit) <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	5

Prüfungsnummer	262660
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	schriftliche Klausur am Ende des Semesters (60 Minuten, 100% der Gesamtnote)
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Die empfohlene Literatur wird vom jeweiligen Dozenten in der Veranstaltung bekannt gegeben.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Gastvorträge aus der Praxis zu ausgewählten Themenkomplexen

30050 Steuerseminar Master (PN 200305)

Moduleinordnung	Accounting, Finance and Taxation - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Markus Diller
Inhalt des Moduls	<p>Im Rahmen des Moduls befassen sich die Studierenden mit aktuellen Forschungsfragen der betriebswirtschaftlichen Steuerlehre. Sie verfassen eigenständig eine Seminararbeit nach wissenschaftlichen Standards.</p> <p>Qualifikationsziele des Moduls: In diesem Modul lernen die Studierenden das selbständige Erarbeiten von wissenschaftlichen Texten, das Präsentieren von steuerlichen Zusammenhängen und die Diskussion über aktuelle steuerliche Forschungsthemen. Sie verfügen über das nötige Wissen, um sich differenziert mit Publikationen aus dem Bereich der betriebswirtschaftlichen Steuerlehre auseinander zu setzen und diese hinsichtlich ihrer Forschungsfrage und Methodik zu beurteilen. Die Studierenden sind in der Lage, selbstständig eine wissenschaftliche Arbeit zu verfassen und werden auf ihre Masterarbeit vorbereitet.</p>
Qualifikationsziele des Moduls	<p>In diesem Modul lernen die Studierenden das selbstständige Erarbeiten von wissenschaftlichen Texten, das Präsentieren von steuerlichen Zusammenhängen und die Diskussion über aktuelle steuerliche Forschungsthemen. Sie verfügen über das nötige Wissen, um sich differenziert mit Publikationen aus dem Bereich der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre auseinander zu setzen und diese hinsichtlich ihrer Forschungsfrage und Methodik zu beurteilen. Die Studierenden sind in der Lage, selbstständig eine wissenschaftliche Arbeit zu verfassen und werden auf ihre Masterarbeit vorbereitet.</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Selbständige Erarbeitung von Fachliteratur Interaktive Präsentation und Diskussion
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Studiengang Business Administration. Bachelor-Abschluss in einem

	wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang. Steuerliche Grundkenntnisse werden empfohlen.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Wintersemester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	2 SWS (30 h Präsenzzeit, 180 h Eigenarbeitszeit) <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	7
Prüfungsnummer	200305
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Seminararbeit (60 %) Präsentation (40 %)
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Die empfohlene Literatur ist abhängig von der jeweiligen Forschungsarbeit und wird den Studierenden individuell mitgeteilt bzq. muss eigenständig erarbeitet werden.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Bei Überschreitung einer bestimmten Anmeldezahl können die Seminarthemen als Gruppenarbeit vergeben werden, voraussichtlich max. 2 Personen pro Gruppe. Sie können angeben (siehe Anmeldeformular), ob Sie bevorzugt in den Semesterferien oder während Semesters schreiben wollen. Der Ablaufplan mit genauen Raum- und Zeitangaben kann erst nach Abschluss der Raumvergabe angegeben werden; geplant ist Folgendes (ohne Gewähr!): Die sechswöchige Bearbeitungszeit beginnt je nach Zeitraum Mitte März bzw. in der ersten Vorlesungswoche. Etwa 1-2 Wochen nach Abgabe findet die jeweilige Abschlusspräsentation statt. In der Mitte des Bearbeitungszeitraumes sollen Zwischenergebnisse präsentiert werden.

30110 Immobilien und Steuern (PN 262101)

Moduleinordnung	Accounting, Finance and Taxation - Vertiefung Accounting, Finance and Taxation - Grundlagen
Dozenten	Prof. Dr. Markus Diller
Inhalt des Moduls	Steuerrechtliche und steuerwirkungstheoretische Aspekte bei Erwerb, Nutzung und Veräußerung von Immobilien Grundlagen der Immobilienbewertung/ der Erbschaftsteuer
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden kennen die steuerlichen Regelungen mit Bezug zu Immobilien sowie deren Wirkung. Die Studierenden sollen in der Lage sein, komplexe Sachverhalte steuerrechtlich einzuordnen und die steuerlichen Implikationen auf Immobilien(ver-)kauf sowie Immobilienbewertung zu verstehen.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	case studies Interaktiver Unterricht auf Vortragsbasis
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang. Steuerliche Grundkenntnisse werden dringend empfohlen.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	unregelmäßig, in Abhängigkeit von der Verfügbarkeit eines Praxispartners
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	Vorlesung 2 SWS (30 St. Präsenzzeit und 60 St. Eigenarbeitszeit <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	3
Prüfungsnummer	262101

<p>Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung</p>	<p>Schriftliche Klausur am Ende des Semesters (Dauer 60 Minuten, 100% der Gesamtnote)</p>
<p>Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)</p>	<p>Die empfohlene Literatur wird vom jeweiligen Dozenten in der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	<p>Das Modul wird in Zusammenarbeit mit externen Dozenten gehalten und als Blockveranstaltung angeboten. Das Modul Immobilien und Steuern wird als eigenständiges Modul angeboten, da es als abgegrenztes und in sich geschlossenes Teilgebiet vermittelt wird. Aus organisatorischen Gründen gibt es lediglich eine kurze, geblockte Präsenzphase; auch der Workload pro Teilnehmer liegt unter dem einer regulären Vorlesung, weshalb 3 ECTS-Punkte vergeben werden.</p>

30467 Konzernrechnungslegung nach HGB, IFRS und US-GAAP (PN 262102)

Moduleinordnung	Accounting, Finance and Taxation - Vertiefung Accounting, Finance and Taxation - Grundlagen
Dozenten	Prof. Dr. Manuela Möller Derk Lemke Christopher Böhme
Inhalt des Moduls	<p>Die Veranstaltung behandelt die Konzernrechnungslegung und konzentriert sich hierbei insbesondere auf die Anwendung der einschlägigen Normen. Im Vordergrund stehen dabei die deutschen Vorschriften des HGB und die International Financial Reporting Standards (IFRS); die US-amerikanischen Normen (US-GAAP) werden punktuell vergleichend angesprochen. Die Veranstaltung soll die Teilnehmer in die Lage versetzen, konzernspezifische Bilanzierungsprobleme einfacher und mittlerer Komplexität auf der Grundlage der einschlägigen Normen (HGB/IFRS/US-GAAP) sachgerecht zu beurteilen und systematisch zu lösen. Die Veranstaltung ist als Vorlesung mit integrierten Übungselementen und einer gesonderten, begleitenden Übung konzipiert.</p>
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Zielsetzung dieses Moduls ist die Vermittlung der wesentlichen Inhalte und Funktionen der Normierung der Konzernabschlusserstellung nach HGB, IFRS und US-GAAP:</p> <p>Im Anschluss an eine Einführung in die Notwendigkeit und Bedeutung von Konzernabschlüssen, deren normative Grundlagen sowie den zugrundeliegenden theoretischen Konzeptionen setzt sich das Modul mit den Grundsätzen der Konzernrechnungslegung auseinander. Hierauf aufbauend werden den Studierenden die wesentlichen Normen zur Konzernabschlusserstellung sowohl nach HGB und IFRS sowie nach US-GAAP vermittelt. Zentrale Themenbereiche stellen hierbei die Pflicht zur Konzernrechnungslegung, die Abgrenzung des Konsolidierungskreises, die Vorbereitung der Konzernabschlusserstellung, die Methoden der</p>

	<p>Kapitalkonsolidierung, die Funktionsweise der Schulden-, Zwischenerfolgs-, Aufwands- und Ertragskonsolidierung sowie die Behandlung latenter Steuern dar. Aufgrund der zunehmenden Globalisierung der Unternehmensberichterstattung liegt ein wesentlicher Schwerpunkt des Moduls auf den Besonderheiten der internationalen Konzernabschlusserstellung sowie den daraus resultierenden aktuellen Herausforderungen an die Konzernrechnungslegung.</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<p>Interaktiver, um Dialog bemühter Frontalunterricht; abgestimmtes Lehrbuch und aktualisiertes Folienset; Bearbeitung von geeigneten Fallbeispielen durch die Studierenden in der begleitenden Übung.</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang; in anderen Fällen individuelle Vereinbarung geeigneter ergänzender Studien und Lektüre empfehlenswert</p>
Häufigkeit des Angebots des Moduls	<p>jeweils im Wintersemester</p>
Länge des Moduls	<p>1 Semester</p>
Workload des Moduls	<p>Zusammensetzung / Aufteilung des Workloads: Vorlesung / Übung: jeweils 2 SWS</p> <p>Präsenzzeit Vorlesung / Übung: 45 Eigenarbeitszeit: 105</p> <p><i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i></p>
ECTS	<p>5</p>
Prüfungsnummer	<p>262102</p>
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	<p>Klausur über 60 Minuten Klausur 100 %</p>

Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Literaturempfehlungen werden in der Veranstaltung gegeben.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.): Ergänzende aktuelle Aufgaben online

30902 Quantitative Methoden in Finance (PN 261070)

Moduleinordnung	Methoden Accounting, Finance and Taxation - Grundlagen
Dozenten	Prof. Dr. Oliver Entrop
Inhalt des Moduls	<ul style="list-style-type: none">• Einführung in die empirische Analyse von Finanzdaten• Querschnitts-, Zeitreihen- und Panelregressionen in Stata• Logit- und Probit-Regressionen in Stata• Stata-Programmierung und -Automatisierung sowie erweiterte Befehle• Numerische Methoden in VBA• Bewertung von Derivaten mittels Simulation in VBA
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Das Modul macht Studierende mit zentralen quantitativen Methoden vertraut, die sehr häufig in Finance und verwandten Gebieten zur Lösung betriebswirtschaftlicher Fragestellungen angewendet werden.</p> <p>Im ersten Teil werden anhand ausgewählter finanzwirtschaftlicher Fragestellungen ökonometrische und statistische Methoden behandelt. Parallel dazu werden diese Methoden in Stata auf empirische Daten angewandt.</p> <p>Im zweiten Teil lernen Studierende verschiedene numerische Methoden, insbesondere Simulationstechniken zur Bewertung von Derivaten und deren Umsetzung in VBA kennen. Die Studierenden erwerben in dieser Veranstaltung Kompetenzen, die regelmäßig in quantitativen Seminaren, Abschlussarbeiten und insbesondere auch in der Finanzpraxis benötigt werden.</p> <p>Nach der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage, komplexe betriebswirtschaftliche Probleme zu strukturieren und mit den behandelten Methoden selbständig zu lösen. Sie kennen die Möglichkeiten und Grenzen der Verfahren und können darüber hinaus diese selbständig auf Fragestellungen aus zu Finance verwandten Disziplinen übertragen.</p>

Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht In der Übung werden direkt im Anschluss an die entsprechende Vorlesung die behandelten Konzepte an realen Datensätzen in Stata (1.Teil) oder realen Bewertungsfragestellungen in VBA (2.Teil) umgesetzt.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration; Einführungsmodul in Finance wird empfohlen; weitere Bachelor-Finance-Module von Vorteil. Ein vorheriger oder paralleler Besuch von "Financial Engineering und Strukturirte Finanzierung" wird empfohlen. Solide Excel-Kenntnisse und Kenntnisse in Statistik und einem Statistikprogramm sind hilfreich.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Sommer- und Wintersemester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	Vorlesung 2 SWS (30 St. Präsenzzeit und 45 St. Eigenarbeitszeit) Übung 2 SWS (30 St. Präsenzzeit und 45 St. Eigenarbeitszeit) <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	5
Prüfungsnummer	261070
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Schriftliche Klausur am Ende des Semesters (Dauer 60 Minuten, 100% der Gesamtnote)
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Skript wird in StudIP zur Verfügung gestellt Weiterführende Literaturhinweise in der Veranstaltung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	

30910 Master-Workshop Finance und Banking (PN 262610)

Moduleinordnung	Accounting, Finance and Taxation - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Oliver Entrop
Inhalt des Moduls	In diesem Modul erarbeiten sich Studierende die Inhalte aus ausgewählten Papern, die in international führenden Zeitschriften im Bereich Finance erschienen sind. Die Paper sind in der Regel empirisch ausgerichtet. Die inhaltlichen Schwerpunkte des Workshops variieren. Beispielhafte Themenschwerpunkte sind „Unternehmenswert und Derivate“, „Kapitalmärkte und Banken“, „Finanzinnovationen“ oder „Behavioral Corporate Finance“.
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden gewinnen tiefere Einblicke in aktuelle Forschungsfragestellungen in Finance und lernen adäquate Lösungsmethoden kennen. Dadurch werden sie insbesondere auch mit internationalen wissenschaftlichen Standards vertraut, wie sie sie typischerweise in einer Masterarbeit benötigen.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Präsentation wissenschaftlicher Veröffentlichungen durch Studierende in Teams; Diskussion
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration; das Modul sollte gegen Ende des Masterstudiums belegt werden, fortgeschrittene Finance- und solide Statistik-Kenntnisse sollten vorhanden sein.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich im Sommersemester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	Workshop 2 SWS (30 St. Präsenzzeit und 120 St. Eigenarbeitszeit) <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	5
Prüfungsnummer	262610

<p>Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung</p>	<p>Vortrag ca. 45 Minuten pro Person und Diskussion; Der Vortrag und die verbundene Diskussion werden als eine Prüfungsleistung gewertet. Für beide Leistungen wird eine Note vergeben.</p>
<p>Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)</p>	<p>Literaturhinweise zu Beginn der Veranstaltung</p>
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	<p>Die Teilnahme am Master-Workshop Finance und Banking ist nur durch vorherige Anmeldung am Lehrstuhl möglich. Das Anmeldeformular und weitere Informationen wie inhaltlicher Schwerpunkt, Termine etc. finden Sie auf der Homepage des Lehrstuhls unter "Aktuelles" bzw. "Lehrprogramm Master".</p>

30911 Master-Seminar Finance und Banking - Empirische Kapitalmarktforschung (PN 262690)

Moduleinordnung	Accounting, Finance and Taxation - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Oliver Entrop
Inhalt des Moduls	In diesem Modul führen 2er-Teams von Studierenden eine abgegrenzte eigene wissenschaftliche Untersuchung durch, die sich in der Regel an einer aktuellen Forschungsarbeit aus einer international führenden Zeitschrift orientiert. Die eigene Untersuchung ist je nach Thema entweder empirisch oder modellorientiert ausgerichtet.
Qualifikationsziele des Moduls	Studierende gewinnen tiefere Einblicke in aktuelle praktische und theoretische Fragestellungen der Finanzierung, Bankbetriebslehre und Kapitalmarkttheorie. Darüber hinaus werden inhaltliche und weitere methodische Grundlagen vermittelt, die für die Anfertigung einer Masterarbeit in diesem Bereich unverzichtbar sind.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Wissenschaftliche Untersuchung einer Forschungsarbeit in einem 2er-Team, je nach Thema empirisch oder modellorientiert ausgerichtet.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Das Modul sollte unmittelbar vor der Masterarbeit absolviert werden. Im Idealfall wurden die anderen Mastervorlesungen des Lehrstuhls bereits absolviert oder werden parallel besucht.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Semester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	2 SWS (30 St. Präsenzzeit und 180 St. Eigenarbeitszeit) <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>

ECTS	7
Prüfungsnummer	262690
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Portfolio aus Seminararbeit ca. 25.000 Zeichen Haupttext pro Person, Vortrag ca. 45 Minuten pro Person. Seminararbeit, Vortrag (100%). Für beide Leistungen wird eine Note vergeben.
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	

30913 Corporate Finance und Kapitalmärkte - Vormaliger Titel der Veranstaltung: "Advanced Corporate Finance" (PN 262230)

Moduleinordnung	Accounting, Finance and Taxation - Vertiefung Accounting, Finance and Taxation - Grundlagen
Dozenten	Prof. Dr. Oliver Entrop
Inhalt des Moduls	<p>Fortgeschrittene Methoden der Unternehmensbewertung (APV-, Entity, Equity-Ansatz, autonome vs. wertorientierte Finanzierung, Renten- vs. 2-Phasen-Modell, Eigenkapitalkosten und Beta-Leverage, Kapitalstruktur, Steuern, Multiplikatorverfahren)</p> <p>Determinanten der Aktienkursperformance (Grundlegende Performancemaße, Mehrfaktorenmodelle, Size- und Value-Faktoren, weiterführende Faktoren wie Liquidität)</p> <p>Risikoorientierte Steuerungskonzepte bei Unternehmen (RORAC, RAROC, optimale Kapitallokation bei verschiedenen Zielgrößen)</p> <p>Optimale Risikopolitik und Hedging (Grundlagen, Fremdwährungsrisiken, Hedging von Währungsrisiken, Risikopolitik bei vollkommenen Märkten, Risikopolitik und optimale Kapitalstruktur, empirische Evidenz: Unternehmenswert und Risikopolitik bei Währungsrisiken)</p>
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Studierende erlangen vertiefte Kenntnisse der Unternehmensbewertung und lernen, die Möglichkeiten und Grenzen verschiedener Methoden zu beurteilen.</p> <p>Sie verstehen den Einfluss verschiedener Wertdeterminanten auf die Aktienkursperformance von Unternehmen und können Methoden der externen Performancemessung anwenden, wobei sie eine risikoorientierte Sicht verinnerlichen.</p> <p>Die Studierenden werden in die Lage versetzt, kapitalmarktorientierte Methoden unternehmensintern zu Steuerung und Kapitallokation einzusetzen und können die Möglichkeiten und Grenzen der Methoden beurteilen.</p> <p>Sie verstehen darüber hinaus die theoretischen Grundlagen der optimalen Risikopolitik von Unternehmen und sind in der Lage, konkrete</p>

	Risikoreduktionsentscheidungen mit den entsprechenden Finanzinstrumenten umzusetzen.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht Bearbeitung von Übungsaufgaben
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.; Einführungsmodul in Finance; weitere Bachelor-Finance Module von Vorteil.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jährlich im Sommersemester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	Vorlesung 2 SWS (30 St. Präsenzzeit und 45 St. Eigenarbeitszeit) Übung 2 SWS (30 St. Präsenzzeit und 45 St. Eigenarbeitszeit) <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	5
Prüfungsnummer	262230
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Schriftliche Klausur am Ende des Semesters (Dauer 60 Minuten; 100% der Gesamtnote)
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	in der Veranstaltung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Die Masterveranstaltung "Advanced Corporate Finance" wurde umbenannt in "Corporate Finance und Kapitalmärkte" . Beide Veranstaltungen sind inhaltlich identisch und können deshalb nicht gleichzeitig eingebracht werden.

31354 Workshop Unternehmensbewertung

Moduleinordnung	Accounting, Finance and Taxation – Grundlagen Accounting, Finance and Taxation – Vertiefung
Dozenten / Modulbeauftragte	Prof. Dr. Robert Obermaier Dipl.-Kfm. Uwe Haubold (Deloitte) Stefan Daschner
Inhalt des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fallstudie zur Planungserstellung und -plausibilisierung <ul style="list-style-type: none"> • Kurze Einführung in die Praxis der Unternehmensbewertung • Die Referenten („Management“) stellen ihr Unternehmen („Target“) vor („Management Präsentation“). • Die Studierenden analysieren anhand der Management Präsentation die Ertragskraft und Werttreiber und modellieren - z.T. unter Anleitung, z.T. in der Gruppe, in kleinen Teams und einzeln - eine Planungsrechnung für das Target. • Ziel des 1. Workshops ist die Ableitung einer integrierten und verabschiedeten Planungsrechnung (Gewinn- und Verlust-Rechnung, Bilanz- und Cash-Flow-Planung), die die Grundlage für die Ermittlung der Kaufangebote sein soll („Base Case“). 2. Abgabe verbindlicher Kaufpreisangebote <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden werden in Teams konkurrierender potenzieller Käufer eingeteilt. • Jedes Team erhält am Ende der Fallstudie eine spezielle Aufgabenstellung / Rolle im Bieterprozess (Verkäufer, strategischer Investor oder Private Equity-Investor). • Jedes Team erstellt eine Bewertung des Base Case und leitet darauf aufbauend ihre verbindlichen Kaufpreisangebote ab. • Während der Angebotsphase kann jedes Team schriftlich bis zu 3 Fragen an das Management richten (Q&A). • Bis zum Datum XY, 12:00 Uhr sind die verbindlichen Kaufpreisangebote abzugeben. Diese sollen (mindestens) die angewandten Verfahren, die wesentlichen Prämissen, den Entity- und den Equity-Value sowie ggf. Bedingungen enthalten. Zusätzlich sind wesentliche Bewertungsparameter auf einem Lösungsblatt zusammenzufassen (Muster wird gestellt) 3. Unternehmensbewertung – Binding Offer

	<ul style="list-style-type: none"> • Zunächst präsentieren die drei Teams ihre Bewertung des Base Case. • Danach stellen die Teams ihre Angebote ausführlich vor (einschließlich Überleitung vom Base Case zum Angebot). Die jeweils anderen Teams haben die Aufgabe, diese Angebote als fiktive Verkäufer(berater) kritisch zu hinterfragen.
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Anhand eines Fallbeispiels werden ausgewählte Themengebiete der Unternehmensbewertung vertieft. Die Studierenden sollen ökonomische Grundlagen und Zusammenhänge erläutern und Bewertungsthemen fachlich diskutieren.</p> <p>Schwerpunkt ist die praktische Anwendung der Bewertungstheorie. Dazu wird eine Praxissituation simuliert. Es wird sowohl eine integrierte Planungsrechnung erstellt, als auch ein Kaufangebot (binding offer) vorbereitet und „verteidigt“. Die Studierende sollen – z.T. in Teamarbeit – eine Bewertung durchführen, ihre Ergebnisse knapp und verständlich präsentieren, eigene Positionen / Ergebnisse erläutern und verhandeln, (Rück-)Fragen beantworten und kritische Einwände behandeln.</p> <p>Grundkenntnisse aus Veranstaltungen zur Unternehmensbewertung und -analyse sind erforderlich.</p>
An- und Abmeldefrist:	<p>Bewerbung an den Lehrstuhl für Accounting und Controlling:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tabellarischer Lebenslauf • Notenübersicht (HISQIS-Ausdruck bzw. Bachelorzeugnis) • Anmeldeunterlagen elektronisch an controlling@uni-passau.de <p>Zu-/Absage erfolgt per Email.</p> <p>Weiter Informationen sind der Lehrstuhlhomepage zu entnehmen.</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration sowie erfolgreiche Teilnahme an der Veranstaltung „Unternehmensbewertung“ oder einer äquivalenten Veranstaltung (z.B. im Rahmen des Auslandssemesters)</p> <p>9-12 Studierende werden als Teilnehmer zugelassen. Sofern die Anmeldungen die Maximalteilnehmerzahl übersteigen, erfolgt eine Auswahl der Teilnehmer/innen durch die Referenten.</p>

Häufigkeit des Angebots des Moduls	Sommersemester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	2 SWS
ECTS	5
Prüfungsnummer	262780
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	<p>Schriftlich ausgearbeitetes Referat:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schriftliche Ausarbeitung der Fallstudie in Gruppen (Bearbeitungszeit: 3 Wochen) • 2 Referate (15 Minuten für die Bewertung des Base Case + circa 30 Minuten für das Angebot) pro Gruppe, anschließend Diskussion circa 15 Minuten) • Aktive Teilnahme an beiden Terminen des Workshops (insbes. Mitarbeit bei Fallstudie, Diskussion der Präsentationen,)
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Siehe Veranstaltung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> • Für den 1. Präsenztermin ist ein PC mit einem Kalkulationsprogramm (z.B. Excel) erforderlich. • Die Dozenten stehen im Rahmen der Vorbereitung zur Verfügung für Rückfragen (telefonisch oder per Email). • Die Fallstudie ist in Gruppen zu bearbeiten. Die Aufgabenverteilung innerhalb der Teams ist selbst zu vereinbaren. Es wird ein Lösungsblatt ausgeteilt, das von jeder Gruppe zusammen mit der Präsentation abzugeben ist. • Die Bewertung des Base Case und das Kaufangebot sind in zwei Präsentationen von insgesamt circa 45 Minuten von der gesamten Teilnehmergruppe vorzustellen, wobei die einzelnen Teilnehmer etwa gleiche Vortragsdauern übernehmen sollen. • Die Präsentation der Fallstudie, das Kaufpreisangebot und die Angebotspräsentation sind bis zum Abgabetermin als Powerpoint- und als PDF-Datei per Email an die Dozenten und an den Modulbeauftragten des Lehrstuhls zu senden. • Die jeweils präsentierenden Teilnehmergruppen sollen Ausdrucke ihrer Präsentation den Dozenten, den Teilnehmern der anderen Gruppen zur Verfügung stellen.

	<ul style="list-style-type: none">• Literaturquellen sind zu recherchieren und heranzuziehen. Es gelten die wissenschaftlichen Standards für Quellenangaben.• Den Unterlagen ist eine eidesstattliche Erklärung zu ihrer Einhaltung (vgl. Prüfungsordnung) beizufügen.
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

31360 Wertorientiertes Controlling (PN 262670)

Moduleinordnung	Accounting, Finance and Taxation - Vertiefung Accounting, Finance and Taxation - Grundlagen
Dozenten	Prof. Dr. Robert Obermaier Stefan Schweikl
Inhalt des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ökonomische Grundlagen wertorientierter Unternehmenssteuerung: <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Ökonomische Theorie und Unternehmensziele 1.2. Unternehmensziele im Widerstreit: Corporate Social Responsibility vs. Shareholder Value 2. Theoretische Grundlagen der wertorientierten Erfolgsmessung <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Konzeption und Kritik residualgewinnbasierter Erfolgsmessung: Grundlagen 2.2. Konzeption und Kritik residualgewinnbasierter Erfolgsmessung: „EVA“ 2.3. Konzeption und Kritik residualgewinnbasierter Erfolgsmessung: „War of Metrics“ 3. Corporate Governance und Anreizsysteme <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Grundlagen und praktische Ausgestaltung 3.2. Konzeption und Kritik wertorientierter Anreizsysteme 4. Wertsteigerungsorientierte Steuerung vs. wertorientierte Erfolgsmessung 5. Fazit
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Studenten sollen Unternehmensziele ökonomisch reflektieren und in Zusammenhang mit Theorie und Praxis der Unternehmenssteuerung und -kontrolle (Corporate Governance) bringen.</p> <p>Sie sollen verstehen, wie eine am Unternehmenswert ausgerichtete Unternehmenssteuerung konzipiert und realisiert werden kann und welche Probleme damit verbunden sind. Neben der unternehmenswertkompatiblen Messung von Unternehmenserfolg (Performance) stehen auch Fragen der anreizkompatiblen Managemententlohnung im Zentrum der Veranstaltung.</p>

Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Interaktive Vorlesung • Bearbeitung von Übungsaufgaben und Fallstudien
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang. Grundlegende Kenntnisse in Controlling, Rechnungslegung, Finanzierung und Investitionsrechnung werden empfohlen.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	einmal jährlich, im Sommersemester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	<p>Aufteilung der Workload (jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein. Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet, d.h. 14 Vorlesungswochen + eine Prüfungswoche), Präsenzzeit Vorlesungen + Übungen jeweils: 30 Std. Eigenarbeitszeit Vorlesungen + Übungen jeweils: 45 Std.</p> <p><i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i></p>
ECTS	5
Prüfungsnummer	262670
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	<p>a) Klausur 60 Minuten oder b) Klausur 60 Minuten + fakultative semesterbegleitende Leistung (unter Vorbehalt)</p>
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	- Weitere, vertiefende Literaturhinweise werden in der Veranstaltung gegeben.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	- Regelmäßige Gastvorträge

31370 Praxisprojekt Digitale Geschäftsmodelle - Workshop (PN 262780)

Moduleinordnung	Accounting, Finance and Taxation - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Robert Obermaier Philipp Mosch
Inhalt des Moduls	Business-Case -- Entwicklung im Themenkomplex Industrie 4.0 und Internet of Things
Qualifikationsziele des Moduls	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Gegenstand des Praxisprojekts ist die Erstellung von Business Cases im Kontext der Thematik Industrie 4.0 / Internet of Things. Die Themenstellung ist dabei sehr spezifisch auf Use Cases der ZF zugeschnitten. Das Praxisprojekt besteht aus folgenden Bestandteilen: o Einführung in grundlegende Theorien, Methoden und Strategien zu Geschäftsmodellen o Gruppenarbeit (2-3 Personen), in der ein bestimmter Themenbereich eines Business Cases für eine reale Problemstellung der ZF im digitalen Themenkomplex „Industrie 4.0 / Internet of Things“ bearbeitet werden soll. o Präsentation und Diskussion des erarbeiteten Business Cases mit Unternehmensvertretern der ZF Friedrichshafen AG und den anderen Studierenden.
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Sommersemester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	<i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	5
Prüfungsnummer	262780

<p>Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung</p>	<p>Anforderungen und Ergebnisgewichtung: Zwischenpräsentation des Business Cases (5 -10 Min. + 10 Min. Diskussion) (Gewichtung: 30 %). Abschlusspräsentation (30 - 45 Min.) und Diskussion des Business Cases mit Unternehmensvertretern der ZF Friedrichshafen AG und den anderen Studierenden (ca. 15 Minuten) (Gewichtung: 70 %).</p>
<p>Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)</p>	
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	

31803 Finanzcontrolling I (PN 200414)

Moduleinordnung	Accounting, Finance and Taxation - Vertiefung Methoden Accounting, Finance and Taxation - Grundlagen
Dozenten	Prof. Dr. Niklas Wagner PD Dr. Axel Buchner
Inhalt des Moduls	<p>Die aus dem Grundmodul Corporate Finance bekannten Konzepte Kapitalstruktur, Barwert und Risiko-Return Profil werden in stochastische Kapitalmarktmodelle eingebettet, um auf dieser Basis die fortgeschrittenen Konzepte des Risikomanagements wie Hedging, Einsatz von Derivaten und Value at Risk in ihrer Funktionsweise zu erschließen. Dabei werden anhand folgender spezieller Inhalte Charakteristika einzelner Instrumente sowie die Dynamik der Ausdifferenzierung der Instrumentenvielfalt dargelegt:</p> <ul style="list-style-type: none">• Anleihenbewertung und Asset-Liability Management mittels Duration und Konvexität• Begriffe der Finanzmarktstochastik: Arbitrage, Hedging-Strategien, stochastische Prozesse, Risikoneutrale Bewertung• Bewertung von Derivaten im Black-Scholes-Merton Modell• Risikomanagement auf der Basis von Value at Risk• Prinzipien der Bonitätsbeurteilung und Kreditrisikomessung, Analyse von Rating-Methodologien
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die fundierte Risiko-Return Analyse steht im Zentrum vieler praktischer Entscheidungen im typischen beruflichen Betätigungsfeld von Studierenden des Masterstudiengangs Accounting, Finance and Taxation. Das Modul vermittelt hierfür das Rüstzeug, als Grundlage für beständiges Lernen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden sehen die zwingende sachliche Kontinuität zwischen den traditionellen Konzepten der Finanzierung und deren moderner Ausdifferenzierung.• Sie wissen, dass die Ambivalenz von Arbitrage- und Hedgingstrategien in die Struktur des Risiko-

	<p>Return trade-offs eingelassen ist und mithin unhintergebar ist.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie erkennen, dass das Bewertungsproblem für Derivate sich auch unabhängig von der Entwicklung innovativer Kapitalmarktprodukte stellt, da viele Aspekte der Finanzierungsentscheidung synthetisch durch Auszahlungsprofile von Derivaten replizierbar sind. • Sie können in fundierter Weise erläutern, wie die Komplexität von Instrumenten mit Bewertungsaufwand, Bewertungsunsicherheit und Marktdatenbedarf zusammenhängt. • Sie können auf der Basis der Veranstaltung eine Masterarbeit im Bereich AFT in Angriff nehmen.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht, Bearbeitung von Übungsaufgaben, Lösung und Präsentation von Übungsaufgaben
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Inhalte des Moduls Corporate Finance empfohlen. Solide Grundkenntnisse in Statistik und Wahrscheinlichkeitstheorie empfohlen.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich im Sommersemester, 1 Semester, Fortführung in Finanzcontrolling II
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	<p>Zusammensetzung / Aufteilung des Workload: Veranstaltungen Vorlesung 2 SWS, Übungen 1 SWS = Summe 3 SWS, 5 ECTS</p> <p>Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)</p> <p>Präsenzzeit: Vorlesung 30, Übung 15, Eigenarbeitszeit: Vorlesung 70, Übung 35</p> <p><i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i></p>
ECTS	5
Prüfungsnummer	200414

<p>Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung</p>	<p>Endklausur 60 Minuten, Endklausur: 100%</p>
<p>Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)</p>	<p>S.N. Neftci, An introduction to the mathematics of financial derivatives (Academic Press) J.C. Hull, Options, Futures and other derivatives (Prentice Hall) T. Hartmann-Wendels, A. Pfingsten, M. Weber, Bankbetriebslehre (Springer)</p>
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	<p>Das Modul wird durch Finanzcontrolling II fortgesetzt. Dieses Modul kann von Studierenden in den Methoden bzw. den Grundlagen oder in der Vertiefung Accounting, Finance and Taxation eingebracht werden.</p>

31816 Master-Seminar Finanzcontrolling - ehemals: Master-Seminar in Finance and Financial Control (PN 262570)

Moduleinordnung	Accounting, Finance and Taxation - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Niklas Wagner Dr. Harald Kinateder Patrizia Perras PD Dr. Axel Buchner
Inhalt des Moduls	In dem Seminar Finanzcontrolling sollen verschiedene, ausgewählte Themenfelder des Finanz-controllings näher beleuchtet werden. Hierbei handelt es sich beispielsweise um Themen aus folgenden Bereichen: <ul style="list-style-type: none"> • Wertpapierallokation und Asset Management • Performancemessung • Beteiligungscontrolling • Fondsmanagement (z.B. Hedge Fonds, Fondsratings) • Risikomanagement (Markt- und Kreditrisiko) • Bonität und Kreditcontrolling • Zinsstrukturmodelle • Aspekte ökonomischer Modelle im Finanzcontrolling
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Primäres Qualifikationsziel des Moduls besteht darin, die Teilnehmer mit der Methodik des wissenschaftlichen Arbeitens vertraut zu machen. • Die Studierenden bearbeiten die oben angesprochenen Fragestellungen nicht nur theoretisch, sondern führen empirische Analysen mit einschlägiger Fincon-Software durch. • Anfertigung einer wissenschaftlichen Arbeit
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Selbstständige Bearbeitung wissenschaftlicher Fragestellungen anhand quantitativer Forschungsmethoden • Präsentation der einzelnen Ergebnisse durch Studierende
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang.

Häufigkeit des Angebots des Moduls	Sommer- und Wintersemester, 1 Semester						
Länge des Moduls	1 Semester						
Workload des Moduls	<p>Zusammensetzung/Aufteilung des Workload: Seminar 2 SWS</p> <p>Aufteilung des Workload (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)</p> <table style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th></th> <th>Präsenzzeit</th> <th>Eigenarbeitszeit</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Seminar</td> <td>30</td> <td>180</td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i></p>		Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit	Seminar	30	180
	Präsenzzeit	Eigenarbeitszeit					
Seminar	30	180					
ECTS	7						
Prüfungsnummer	262570						
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	<p>Schriftliche Hausarbeit (12 – 15 Seiten) und mündliche Präsentation (ca. 20 Minuten) der Teilnehmer.</p> <p>Hausarbeit: 2/3 Präsentation: 1/3</p>						
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Vom Lehrstuhl bereitgestellte Seminarthemenliste sowie Anleitung zur Verfassung wissenschaftlicher Arbeiten.						
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Persönliche Anmeldung per e-mail nur am Lehrstuhl Finanzcontrolling (s. Infos auf der Homepage) und zwingend über StudIP unter der VA-Nr. 39499 im vorgegebenen Bewerbungszeitraum.						

31821 Kolloquium für Masterarbeiten (PN 262750)

Moduleinordnung	Accounting, Finance and Taxation - Vertiefung Accounting, Finance and Taxation - Grundlagen
Dozenten	Prof. Dr. Niklas Wagner PD Dr. Axel Buchner Dr. Harald Kinateder Patrizia Perras
Inhalt des Moduls	In dem Kolloquium werden verschiedene ausgewählte Themenfelder des Finanzcontrollings näher beleuchtet werden. Hierbei handelt es sich beispielsweise um Themen aus folgenden Bereichen: <ul style="list-style-type: none"> • Finanzierung und Kapitalmärkte • Empirische Kapitalmarktforschung • Asset Management • Quantitatives Bank- und Risikomanagement • Derivate und Financial Engineering
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Primäres Qualifikationsziel des Moduls besteht darin, die Teilnehmer mit der Methodik des wissenschaftlichen Arbeitens vertraut zu machen. • Anfertigung einer wissenschaftlichen Arbeit
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Selbstständige Bearbeitung wissenschaftlicher Fragestellungen anhand quantitativer Forschungsmethoden • Präsentation der einzelnen Ergebnisse durch Studierende
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration bzw. Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang und Masterarbeit am Lehrstuhl für Finanzcontrolling.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jeweils im Winter- und Sommersemester, 1 Semester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	Zusammensetzung / Aufteilung des Workload: 2 SWS Präsenzzeit Eigenarbeitszeit

	Seminar 30 60 <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	3
Prüfungsnummer	262750
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Mündliche Präsentation (ca. 30 Minuten) 100% mündliche Präsentation
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Theisen, M. R. (2011): Wissenschaftliches Arbeiten, 15. Auflage, Vahlen
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Das Seminar richtet sich an alle Masterstudierende, die am LS ihre Abschlussarbeiten schreiben. In der Veranstaltung werden aktuelle Probleme im Zusammenhang mit der Erstellung der Arbeiten diskutiert.

32250 Health, Development and Public Policy - englisch (PN 274130)

Applicability	Lehrveranstaltungen aus anderen Masterprogrammen
Name of instructor	Prof. Dr. Michael Grimm
Content	Health and nutrition are important inputs to individual well-being and economic development. Individual and population health in turn are driven by individual income and public resources allocated to the health sector. This two-way relationship renders the link between health and economic development complex and the evaluation of the economic impacts of health interventions a challenging endeavour. The course is designed to illustrate these challenges and deals with three broad issues (i) the linkages between health and economic growth, in particular, in the context of developing countries, (ii) the evaluation of specific policy interventions in the health sector, and (iii) an examination of the rationale for public provision of health care, factors driving resource allocation and the effectiveness of public health spending including public health insurance.
Course objectives	<ul style="list-style-type: none"> – To introduce participants to the concept of health in development economics, – To provide an overview of possible transmission channels between health and development and development and health, – To discuss models explaining health related behaviour and health investment, – To provide an overview of the economic, political and social rationale for the public provision of health expenditure, – To equip participants with the necessary methodological insights required to understand and critically re-view impact evaluations of health policy reforms.
Teaching	Lecture, class room discussions, tutorial (Übung)
Prerequisites	An understanding of intermediate micro and macro-economics and basic quantitative analysis is required. Prior knowledge in development economics is an advantage, but not necessary.

Frequency of the course	Sommersemester
Duration	1 Semester
Workload	<p>Präsenzzeit (in Std.): Lecture: 28 Tutorial: 26 Preparation final exam: 2</p> <p>Eigenarbeitszeit (in Std.): Lecture: 28 Tutorial: 26 Preparation final exam: 40</p> <p><i>Calculation is based on: every hr./sem.-week corresponds to 60 minutes. One semester is presumed to be 15 weeks, i.e. 14 course + 1 exam week</i></p>
ECTS	5
Exam number	274130
Type of exam / requirements for granting of credits / duration of the exam	Written exam at the end of the course (90 min)
Recommended literature	<p>Material</p> <ul style="list-style-type: none"> - A course book with detailed information about the course. - Lecture notes in form of power points (downloadable). <p>Readings (for details, see course book)</p>
Further remarks (e.g. online component, practical examples, guest lectures, etc.)	

32430 Evaluation of Development Policies - englisch (PN 271090)

Applicability	Lehrveranstaltungen aus anderen Masterprogrammen
Name of instructor	Prof. Dr. Michael Grimm
Content	<p>Slow economic growth in many parts of the world has led to development aid pessimism. While some believe aid in general does not work and argue that development cannot be planned others think that in fact aid was simply not significant enough to be successful. Hence the former argue in favour of smaller steps and to build on what works, while the latter ask for a substantial increase of aid. This debate has raised the interest in and need of rigorous policy and project evaluations which can in a credible way establish a link between cause and effect. This course introduces students to the concept and various methods of impact evaluations. All methods are presented using real world examples. Hence policies and projects are discussed in conjunction with the methods that can be used to evaluate them. Examples include for example conditional cash transfer programs, an electrification program, the implementation of health insurance and active labour market policies.</p> <p>The methods that are discussed in this course are similar to those used in OECD countries to evaluate active labour market policies and social security reforms. Hence, the course is not only of interest for students with a special interest in development, but for all students that aim to get experience in policy evaluation more generally.</p> <p>The course is accompanied by a tutorial in which students acquire hands-on experience on how to assess impacts using real data and an econometric software package, STATA. The first few lessons help students to get acquainted with STATA, the leading statistical software package in economics and other social sciences.</p>
Course objectives	<p>Upon completion of the course students</p> <ul style="list-style-type: none"> • Are able to select an adequate evaluation tool for

	<p>a given policy or project.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Are able to construct the theory of change associated with a policy or project • Are able to implement the data analysis implied by the various evaluation methods using the Stata software package. • Are able to critically assess the quality of impact evaluations. • Are able to derive policy recommendations from impact evaluations.
Teaching	<p>Lecture with interactive elements, hands-on exercises in the computer lab.</p> <p>The course starts with 2 lectures per week, lectures ending presumably in the last week of June. The accompanying exercises are held until the end of the semester.</p>
Prerequisites	Basic knowledge in Econometrics is absolutely required. Prior knowledge in development economics/development studies is an advantage
Frequency of the course	Sommersemester
Duration	1 Semester
Workload	<p>Präsenzzeit (in Std.): Lecture: 28 Tutorial: 28</p> <p>Eigenarbeitszeit (in Std.): Lecture: 40 Tutorial: 14 Course work: 40</p> <p><i>Calculation is based on: every hr./sem.-week corresponds to 60 minutes. One semester is presumed to be 15 weeks, i.e. 14 course + 1 exam week</i></p>
ECTS	5
Exam number	271090
Type of exam / requirements for granting of credits / duration of the exam	Course work to be submitted (100%). The course work consists of a small evaluation problem that needs to be carried out using a data set and the Stata software package. A corresponding research

	<p>note explaining the evaluation problem, the used evaluation approach, the main results and a policy relevant conclusion needs to be submitted. The problem is handed out 1 July. The finalized research note has to be submitted by 15 September.</p>
<p>Recommended literature</p>	<p>Material</p> <ul style="list-style-type: none"> - A course book with detailed information about the course. - Lecture notes. <p>Readings</p> <p>(see the course book for more details)</p>
<p>Further remarks (e.g. online component, practical examples, guest lectures, etc.)</p>	<p>One guest-lecture (details to be announced)</p>

32500 Development Economics: Political Economy of Development Policies (Master) - ENGLISCH (PN 272110)

Applicability	Lehrveranstaltungen aus anderen Masterprogrammen
Name of instructor	Dr. Marina Dodlova
Content	<p>This course presents fundamental elements of the political economy of development. The main question is how the political, social and other motives not related to pro-poor motives intervene the formulation and implementation of development policies. The course will consist of both lectures and seminars where the students discuss recent research articles in the field. A special focus will be done on up to date techniques of quantitative empirical research. In the lectures, the theoretical framework of the political economy and case studies with micro- and macroeconomic data from developing countries will be presented. In the seminars, the students will learn how to read and evaluate the research papers, write referee reports and make presentations. The goal of the course is to demonstrate how to think critically about development theory and practice.</p> <p>The course treats, amongst others, the following topics:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Electoral cycles and government policies • Political institutions and social policy manipulation • Lab and lab-in-the-field experiments on voting and policies • Clientelism and corruption in development policies • Conflict and development • The political economy of foreign aid
Course objectives	<ul style="list-style-type: none"> • To introduce the theoretical elements of political economy and to deepen the knowledge of participants in the political economy of development policies, • To train participants to review the relevant literature, to critically evaluate it, to write a referee report, and to undertake complementary own research,

	<ul style="list-style-type: none"> • To give students an opportunity to present the outcome of this research in class and to be involved in a discussion with other students, • To demonstrate how to critically read and comment on research articles and referee reports by other students.
Teaching	The seminar is scheduled for the summer term 2019 and will take place as a series of lectures in the first half of the term, followed by a block seminar, in which students will hold a presentation of one of research articles from the course and its referee report, and an exam in the end of June/beginning of July.
Prerequisites	Basic knowledge in quantitative analysis as well as in micro- and macroeconomics is required. While a strong mathematical or statistical background is not necessary to follow the course, students will be expected to engage with several papers using regression analysis and other econometric techniques. Prior knowledge in development economics and/or political economy is an advantage.
Frequency of the course	summer term
Duration	1 Semester
Workload	2 SWS (30 h Präsenzzeit, 180 h Eigenarbeitszeit) <i>Calculation is based on: every hr./sem.-week corresponds to 60 minutes. One semester is presumed to be 15 weeks, i.e. 14 course + 1 exam week</i>
ECTS	7
Exam number	272110
Type of exam / requirements for granting of credits / duration of the exam	<p>Students are expected to choose one of research articles from the list, write a three-page referee report or research proposal based on the paper chosen, and present both the summary of the research paper and referee report/research proposal in the class.</p> <p>Referee report/Research Proposal (45%) + Presentation (25%) + Exam (30%)</p>

<p>Recommended literature</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lecture notes • Materials from the course (i.e. academic papers, published in international journals and referee reports) • Other readings on Political Economy: <ul style="list-style-type: none"> □ Daron Acemoglu and James Robinson (2012), <i>Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity and Poverty?</i> Cambridge University Press. □ Torsten Persson and Guido Tabellini (2000), <i>Political Economics: Explaining Economic Policy</i>. MIT Press. □ Tim Besley (2006), <i>Principled Agents?</i> Oxford University Press. • Other readings on Development: <ul style="list-style-type: none"> □ Debraj Ray (1998), <i>Development Economics</i>. Princeton University Press. □ Abhijit Banerjee and Esther Duflo (2011), <i>Poor Economics</i>. Public Affairs. https://www.pooreconomics.com/ □ Dani Rodrik and Mark Rosenzweig (2010), <i>Handbook of Development Economics</i>. Volume 5. The Netherlands: North Holland. Free online.
<p>Further remarks (e.g. online component, practical examples, guest lectures, etc.)</p>	<p>Enrolment period: 07.-14.01.2019 (you can back out until 25.01.2019).</p> <p>Max. number of participants: 15</p> <p>Please enrol via StudIP for this seminar. Please enrol ADDITIONALLY in "39499 Seminar: Masterseminare"! Please assign yourself THERE into the corresponding group!</p> <p>Please send a short CV and an up-to-date grade sheet to DevEcon@uni-passau.de</p> <p>You can back out without consequences until 25.01.2019, the nascent places will be given to the students on the waiting list.</p> <p>If you back out after 25.01.2019, you will be graded with NA (nicht angetreten = 5,0).</p>

	<p>You can find further information to this new enrolment procedure at http://www.wiwi.uni-passau.de/fileadmin/dokumente/lehrstuehle/diller/Studiendekan/Seminar_Anmeldeverfahren_SS2018.pdf</p>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

32850 Masterkolloquium - Masterkolloquium im Fach Organisation, Technologiemanagement und Entrepreneurship (PN 264501)

Moduleinordnung	International Management and Marketing - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Carolin Häussler
Inhalt des Moduls	<p>Das Kolloquium</p> <ul style="list-style-type: none"> • befähigt Studierende eigenständig wissenschaftliche Arbeiten verschiedener Art (z.B. empirische Studien, theoriebildende Studien) zu erstellen • ermöglicht den Studierenden die eigene Forschungsarbeit im Plenum zu präsentieren und zu diskutieren
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Vortrag, Diskussion und gemeinsames Erarbeiten der Lehrinhalte • Individuelles Exposé – Coaching der Studierenden • Erarbeiten, Anwendung und Diskussion empirischer Methoden • Präsentation einzelner Themen durch Studierende
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Vortrag, Diskussion und gemeinsames Erarbeiten der Lehrinhalte • Individuelles Exposé – Coaching der Studierenden • Erarbeiten, Anwendung und Diskussion empirischer Methoden • Präsentation einzelner Themen durch Studierende
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration Bitte die Regelungen zur Anmeldung von Abschlussarbeiten am Lehrstuhl beachten. Die Zulassung zur Abschlussarbeit gilt als Voraussetzung für die Teilnahme am Kolloquium.</p>
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Semester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	<p>2 SWS (30 h Präsenzzeit, 60 h Eigenstudium)</p> <p><i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i></p>

ECTS	3
Prüfungsnummer	264501
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	<ul style="list-style-type: none"> • Vorstellen der Zwischenergebnisse der eigenen wissenschaftlichen Arbeit • Mündliche Mitarbeit
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Relevante Literatur wird in den begleitenden Veranstaltungen sowie dem ersten individuellen Betreuungsgespräch zur Verfügung gestellt.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	

32865 5-Euro-Business Wettbewerb (für Masterstudierende) (PN 264960)

Moduleinordnung	International Management and Marketing - Vertiefung
Dozenten	Dr. Patrick Figge Prof. Dr. Carolin Häussler Fabian Hans
Inhalt des Moduls	<p>Spielen Sie mit dem Gedanken, ein Unternehmen zu gründen? Wollen Sie ausprobieren, ob Ihre Idee am Markt ankommt? Dann nehmen Sie am "5-Euro-Business"-Wettbewerb teil! Interessierte Studierende können sowohl mit als auch ohne Team & Idee teilnehmen.</p> <p>Sie entwickeln während des Wettbewerbs gemeinsam mit Ihrem Team eine Idee und setzen diese um. Sie werden dabei durch Intensivkurse von Coaches aus der Praxis begleitet (z.B. Ideenentwicklung, Teambildung, Marketing, Schutzrechte, Projektmanagement). Ein Pate aus der Wirtschaft steht Ihnen zur Seite und unterstützt Sie durchgehend bei der Umsetzung Ihrer Idee. Bei der Abschlussveranstaltung können Preise im Gesamtwert von 1.800 Euro gewonnen werden.</p> <p>Wir freuen uns über Teilnehmer und Teilnehmerinnen aller Fakultäten!</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Wettbewerbs erhalten Sie bei Abgabe einer zusätzlichen Seminararbeit nach dem Wettbewerb 5 ECTS (vom Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Organisation, Technologiemanagement und Entrepreneurship).</p> <p>Weitere Informationen: www.5-euro-business.de</p>
Qualifikationsziele des Moduls	Eine wesentliche Zielsetzung dieses Seminars ist es, Studierende zu motivieren, sich mit dem Thema Existenzgründung auseinander zu setzen. Sie können in einer zugleich realen aber auch spielerischen Situation erste Praxiserfahrungen

	<p>sammeln und damit ihre beruflichen Perspektiven erweitern. So erhalten sie einen Eindruck von wirtschaftlichen Zusammenhängen und den Bedingungen, unter welchen unternehmerische Entscheidungen getroffen werden. Unternehmerisches Denken und Handeln wird angeregt und eingeübt.</p> <p>Fachliche Qualifikationen: In Präsenzveranstaltungen zu den Themen "Ideenentwicklung", "Projektmanagement", "Marketing" und "Finanzen" werden die Teilnehmer mit dem für Unternehmensgründungen notwendigen Grundwissen ausgestattet.</p> <p>Schlüsselqualifikationen: Eigeninitiative, Entscheidungsfreude, Teamfähigkeit, Kreativität und Selbstständigkeit.</p>
<p>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Interaktiver Frontalunterricht • Problemorientiertes Lernen (POL), angeleitet durch den Dozenten und Wirtschaftspaten aus der betrieblichen Praxis <p>Ablauf: Beim 5-Euro-Business-Wettbewerb können Studierende sich während eines Semesters als Unternehmer versuchen. Sie erhalten ein Startkapital von fünf Euro und entwickeln gemeinsam im Team eine Geschäftsidee, die sie innerhalb der Unternehmensphase auf dem Markt umsetzen. In Crashkursen zu den Themen "Ideenentwicklung", "Projektmanagement", "Marketing" und "Finanzen" werden die Teilnehmer mit dem notwendigen Grundwissen ausgestattet. Am Ende der Unternehmensphase treten die Teams im Rahmen der offiziellen Abschlussveranstaltung an. Dort präsentieren sie ihr Unternehmen, ihre Strategien und Ergebnisse vor einer fachkundigen Jury.</p>
<p>Voraussetzungen für die Teilnahme</p>	<p>Teilnahme an der Auftaktveranstaltung in den ersten Wochen des Sommersemesters.</p> <p>Teilnehmerauswahl falls nötig im Anschluss an die Anmeldung bei der Auftaktveranstaltung. (Beim letzten Wettbewerb konnte allen</p>

	<p>Angemeldeten die Teilnahme ermöglicht werden)</p> <p>Bachelor Studierende: Gem. § 4 der Prüfungs- und Studienordnung für den Bachelorstudiengang "Business Administration and Economics".</p> <p>Master Studierende: Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.</p>
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Der 5EB findet voraussichtlich jährlich (immer im Sommersemester) statt.
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	<p>4 SWS (Präsenzzeit: 60h, Eigenarbeit: 90h)</p> <p>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- und 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</p> <p><i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i></p>
ECTS	5
Prüfungsnummer	264960
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Zusätzlich zur Teilnahme am Wettbewerb: Abgabe einer kurzen Seminararbeit.
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	5EB-Handbuch, wird an die Teilnehmenden nach Start des Wettbewerbs verschickt.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	The course language is German. // Die Veranstaltung wird in deutscher Sprache angeboten.

32900 Strategy for High-Tech Startups (PN 264509)

Applicability	<p>Basic Studies: International Management & Marketing (IMM) Advanced Studies: International Management & Marketing (IMM)</p>
Name of instructor	Dr. Patrick Figge
Content	<p>Founding one's own company requires not only a promising business idea but also a successful management of upcoming strategic and organizational challenges. Successfully performing these management tasks is a substantial part of being a successful entrepreneur.</p> <p>This course focuses on these management tasks concerning the foundation of a company, especially with regard to high-technology startups. Inspired by a real founding process, the course starts with an introduction to venture opportunities, concepts and strategies. Following this introduction, concepts on venture formation, organizational planning, as well as a technology development strategy are discussed in the context of high-technology startups. The course closes with answers to the questions how to finance and how to build the venture.</p> <p>The lecture aims at acquainting students with theories and concepts, which are repeated and further discussed during the exercise class. Case studies are used to link theories with real company examples.</p>
Course objectives	<ul style="list-style-type: none"> • Understanding the concepts in Entrepreneurship and their application • Knowledge of Entrepreneurship theories and core findings of scientific studies on Entrepreneurship • Understanding the influences of digitalization, new technologies, and strategic implications for high-tech startups • Analysis of entrepreneurial strategies and their implications for the economy • Formulation of adequate recommendations for the entrepreneurial high-tech organization

Teaching	<ul style="list-style-type: none"> • Interactive lecture • Discussion of contents • Discussion of case studies
Prerequisites	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.
Frequency of the course	Every summer term, 1 semester
Duration	1 Semester
Workload	<p>Lecture: 2 SWS (30 hrs. class instruction, 65 hrs. self-study) Exercise Class: 2 SWS (15 hrs. class instruction, 40 hrs. self-study)</p> <p>Calculation is based on: every hr. per sem.week corresponds to 60 minutes. One semester is presumed to be 15 weeks, i.e. 14 course and 1 exam week.</p> <p><i>Calculation is based on: every hr./sem.-week corresponds to 60 minutes. One semester is presumed to be 15 weeks, i.e. 14 course + 1 exam week</i></p>
ECTS	5
Exam number	264509
Type of exam / requirements for granting of credits / duration of the exam	60 minutes final exam (100%)
Recommended literature	<ul style="list-style-type: none"> • Byers, T.H./Dorf, R. /Nelson, A.J. (2010): Technology Ventures – From Idea to Enterprise, McGraw-Hill. • Selection of essays, articles, and case-studies
Further remarks (e.g. online component, practical examples, guest lectures, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> • Guest lectures, integration of videos, case studies • Language of the lecture and exercise class: English • A weekly exercise class will supplement the lecture and repeat core concepts. • Note: This class cannot be taken if you already took the former class “Designing and Leading the Entrepreneurial Organization”.

33160 Organizational Behavior- Unternehmensführung und Verhalten in Organisationen (PN 264170)

Moduleinordnung	International Management and Marketing - Grundlagen International Management and Marketing - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Marina Fiedler
Inhalt des Moduls	<p>Zahlreiche Untersuchungen zeigen, dass das Verhalten von Mitarbeitern Einfluss auf so zentrale unternehmerische Kenngrößen wie Mitarbeiter-Fluktuation, Gewinn und Umsatz hat und so nachhaltige Wettbewerbsvorteile für das Unternehmen schaffen kann.</p> <p>Ziel der Veranstaltung ist die Hervorhebung der Bedeutung und Wichtigkeit von Unternehmensführung und Verhalten in Organisationen mit besonderem Bezug auf Wandel in Organisationen.</p> <p>Hierzu werden im Wesentlichen folgende Aspekte behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Führungsstile • Kommunikation und Feedback • Verhandlungsmanagement • Konfliktmanagement • Teamwork und Diversität • Verschiedene Methoden und Ansätze des Change Management <p>Nähere Informationen zum Modul finden sich jeweils zum Start der Veranstaltung in Stud.IP.</p>
Qualifikationsziele des Moduls	Verdeutlichung der Bedeutung und Wichtigkeit von Unternehmensführung und Verhalten in Organisationen
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Interaktiver Frontalunterricht • Diskussion der Change Inhalten mit Vertretern aus der Praxis • Erarbeitung von eigenen Tools zu den verschiedenen Themenbereichen
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Bachelor-Abschluss in einem

	wirtschaftswissenschaftlichen oder einem den Wirtschaftswissenschaften nahen Studiengang.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Genauere Informationen bezüglich Häufigkeit des Angebots können Sie auf der Lehrstuhlhomepage entnehmen
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	Aufteilung des Workloads (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	5
Prüfungsnummer	264170
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	60-minütige schriftliche Klausur am Ende des Semesters. Zum Bestehen der Veranstaltung müssen beide Teilleistungen einzeln bestanden werden. Beachten Sie hierfür bitte die aktuellen Hinweise in der Veranstaltung sowie im StudIP. Die Modulnote ergibt sich aus den erreichten Punkten der Teilleistungen Teilleistung 1: Gruppenarbeit, 25 Punkte Teilleistung 2: 60-minütige Klausur, 60 Punkte
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Die Benotung der schriftlichen Stellungnahmen zu den verschiedenen Thesen soll zum einen der Umsetzung des theoretisch erlernten Stoffs in praxisrelevante Situationen dienen. Aufgrund der Thematik aus dem Bereich des Verhaltens von Mitarbeitern wäre ohne das Fördern des direkten und selbständigen Anwendens des Stoffs der für das Modul vorgesehene Lernprozess auf zu viele theoretische Komponenten beschränkt. Die praktische Anwendbarkeit wird den Studierenden häufig erst durch das aktive und selbstgesteuerte Durchdenken verschiedener Thematiken bewusst. Das eigentliche Verstehen geschieht erst dann, wenn die Studierenden dazu aufgefordert werden, auf Basis des erlernten Stoffs eigene Lösungswege

für praxisrelevante Situationen und Probleme zu entwickeln. Daher soll das Erstellen der kurzen Stellungnahme (jeweils ca. 1 Seite) den vollen Lernerfolg des Moduls bei den Studierenden begünstigen. Gleichzeitig erfolgt durch die Korrektur der eingereichten Stellungnahmen eine Rückmeldung an die Studierenden über ihren Kenntnisstand und hilft somit, den Lernprozess des Moduls zu begleiten. Mögliche offene Fragen und Wissens- oder Verständnislücken können somit sehr viel zielgenauer aufgegriffen und in der Veranstaltung diskutiert werden. Gleichzeitig soll das Erarbeiten der Stellungnahmen in der Gruppe die sozialen Fähigkeiten der Studierenden trainieren. Schlüsselqualifikationen wie das Arbeiten im Team oder die Problemlösungskompetenz in der Gruppe sollen dadurch ausgebaut werden. Da es sich bei den Thesen um durchaus kritische Themen handelt (z.B. „Konflikte sind ineffizient“ oder „Die großen Leistungen in der Geschichte sind insbesondere von Individuen geschaffen worden“) soll durch die in Gruppen entstehenden Diskussionen auch die Konfliktfähigkeit der Studierenden gefördert werden. Gleichzeitig sollen die auf den Umgang mit Menschen in Organisationen zugeschnittenen Fragestellungen eine Diskussion über ethisches Verhalten von Führungskräften sowie Mitarbeitern in Unternehmen anregen. Diese Diskussionen tragen enorm zum Erreichen der Qualifikationsziele des Moduls bei und könnten im Rahmen einer Klausur nicht annähernd abgedeckt werden. Zum Ende der Veranstaltung folgt zur Überprüfung der fachlichen Kompetenzen und des erlernten theoretischen Wissens zusätzlich eine Klausur. Diese soll zur abschließenden Bewertung des Lernerfolgs der Studierenden auf individueller Basis dienen.

33173 Masterseminar Management, Personal und Information (PN 264750)

Moduleinordnung	International Management and Marketing - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Marina Fiedler Andreas Ihl
Inhalt des Moduls	Dieses Seminar thematisiert Fragen zu aktuellen Forschungsbereichen auf den Gebieten Management, Personal und Information
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> · Kennenlernen der allgemeinen Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten · Verständnis für die jeweilige Themenstellung · Vorbereitung auf die Masterarbeit · Arbeiten im Team · Einblicke in wissenschaftliches Arbeiten
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Diskussion und gemeinsame Erarbeitung der Lehrinhalte und Präsentationen einzelner Themen durch die Studierenden.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Das Modul sollte im Masterstudium absolviert werden.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Detaillierte Informationen finden Sie auf der Lehrstuhl-homepage
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	2 SWS (Präsenzzeit 30 h, Eigenarbeitszeit 180 h) <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	7
Prüfungsnummer	264750
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Theoretische und empirische Seminararbeit und Präsentation der Ergebnisse in Form eines Referats (ca. 30 Minuten)- Kann je nach Ausgestaltung der Veranstaltung als Gruppenarbeit oder Einzelleistung ausgestaltet

	<p>sein. Seminararbeit, Präsentation Für beide Leistungen wird eine Note vergeben.</p>
<p>Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)</p>	<p>Literatur wird zum Seminarbeginn passend zum Seminarthema bekannt gegeben</p>
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	<p>Studierende mit erfolgreich abgeschlossenen Masterseminar (Note 2,3 oder besser) werden zu Masterarbeiten am Lehrstuhl zugelassen.</p>

33187 Master-Workshop Management, Personal und Information (PN 266710)

Moduleinordnung	International Management and Marketing - Grundlagen International Management and Marketing - Vertiefung
Dozenten	Franz Strich Prof. Dr. Marina Fiedler Andreas Ihl
Inhalt des Moduls	<p>Den Studierenden wird die Praxis des wissenschaftlichen Arbeitens dargelegt und erläutert. Hierbei werden zunächst einzelne ausgewählte Artikel wissenschaftlicher Fachzeitschriften aus dem Bereich Management, Personal und Information analysiert sowie deren Struktur, Inhalte und Vorgehen anhand verschiedener Kriterien diskutiert und bewertet. In einem zweiten Schritt wird das statistische Vorgehen erläutert, sowie die Interpretation der Befunde besprochen. Abschließend wird die Qualität des Artikels, gemessen an der Kombination der Einzelfaktoren, begutachtet. Thematische Schwerpunkte der Artikelanalysen umfassen hierbei:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung in die Ziele quantitativer und qualitativer Forschung • Analyse der Struktur von Einleitung und Theorieteil • Unterscheidung ontologischer und epistemologischer Ansätze • Formulierung von Forschungsfragen • Interpretation und Formulierung von Hypothesen • Vertiefende Beschreibung methodischer Vorgehensweisen und verschiedener Untersuchungsdesigns • Auswahl verschiedener statistischer Analysemethoden (t-Test, Regression, Strukturgleichungsmodell) • Vertiefende Interpretation statistischer Befunde, insbesondere die Bedeutung von Signifikanzniveaus und Effektstärken • Formulierung und Darstellung von Ergebnissen • Detaillierte Diskussion von Befunden

	<ul style="list-style-type: none"> • Beantwortung von Hypothesen und Forschungsfragen • Theoretische und praktische Implikationen aus der Forschung <p>Nähere Informationen zur Veranstaltung finden sich jeweils zum Start der Veranstaltung in Studlp. Die Veranstaltung wird in einem Rechnerpool durchgeführt und soll es durch die interaktive Konzeption ermöglichen, das erlernte Wissen direkt an konkreten Beispielen zu vertiefen.</p>
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p>	<p>Das Ziel der Veranstaltung ist die Vermittlung weiterführender wissenschaftlicher Kompetenzen durch die Analyse und Aufarbeitung wissenschaftlicher Publikationen internationaler Fachzeitschriften aus dem Bereich Management, Personal und Information. Das in der Veranstaltung erworbene Wissen soll die Teilnehmer zu einer effektiven und zielgerichteten Analyse wissenschaftlicher Publikationen befähigen und Ihnen die Erstellung eigener wissenschaftlicher Arbeiten (bspw. MA-Arbeit) erleichtern.</p> <p>Nach Abschluss der Veranstaltung sind die Teilnehmer befähigt,</p> <ul style="list-style-type: none"> • den Aufbau und die Struktur wissenschaftlicher Publikationen zu analysieren, zu bewerten und zu replizieren • Forschungslücken zu identifizieren • Fragestellungen zu formulieren • Verschiedene Formen von Hypothesen zu erstellen • diverse methodische Ansätze zu verstehen • statistische Ergebnisse zu interpretieren • Befunde kritisch zu hinterfragen • das in der Veranstaltung erlernte Wissen auf die Erstellung eigener wissenschaftlicher Publikationen zu transferieren.
<p>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</p>	
<p>Voraussetzungen für die Teilnahme</p>	<p>Gem. § 3 der Studien - und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration; das Modul sollte gegen Ende des Masterstudiums belegt werden</p> <p>Bitte beachten Sie das Anmeldeverfahren und die zugehörigen Hinweise unter den News</p>

	Max. 12 Teilnehmer
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	2 SWS (Präsenzzeit 30 h, Eigenarbeitszeit 120 h) Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein. <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	5
Prüfungsnummer	266710
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Projektarbeit Präsentation
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Für die Veranstaltung ist ein spezielles Anmeldeverfahren erforderlich. Nähere Informationen finden Sie ca. eine Woche vor Beginn des Semesters in Studlp
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Bitte beachten Sie, dass der Besuch der Veranstaltung nicht automatisch zum Verfassen einer Abschlussarbeit am Lehrstuhl berechtigt.

33234 Empirische Methoden für Masterstudierende im Bereich Management, Personal und Information (PN 265109)

Moduleinordnung	International Management and Marketing - Grundlagen International Management and Marketing - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Marina Fiedler Andreas Ihl
Inhalt des Moduls	<p>Die Veranstaltung thematisiert die verschiedenen empirischen Methoden im Bereich Management, Personal und Information. Dabei werden folgende Fragen behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Welche Methoden stehen in der empirischen Managementforschung zur Verfügung? • Welche Arten von Daten gibt es? Wie werden sie erhoben? • Wie können Experimente umgesetzt und durchgeführt werden? • Wie können diese Daten mittels der Verwendung von statistischer Analysesoftware (SPSS) aufbereitet werden? • Welche Möglichkeiten zur Auswertung stehen zur Verfügung? • Wie werden deskriptive, bi- und multivariate Verfahren mit der Software durchgeführt? Worauf muss hierbei geachtet werden? • Wie können die Ergebnisse interpretiert werden? • Wie können Datenanalysen selbstständig durchgeführt werden? <p>Die Veranstaltung wird in einem Rechnerpool durchgeführt und soll durch die interaktive Konzeption den Studenten ermöglichen, das erlernte Wissen direkt an konkreten Beispielen zu vertiefen.</p>
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Erlangung eines tieferen Verständnisses für den Bereich der empirischen Methoden. • Eigenständige Umsetzung einer wissenschaftlichen Datenanalyse.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Kennenlernen empirischer Analysemethoden • Vertiefung bestehender Kenntnisse

Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Modulbeschreibung finden Sie auf der Lehrstuhl-Homepage. Bitte beachten Sie das Anmeldeverfahren und zugehörige Hinweise unter den News. Max. 12 Teilnehmer!
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Semester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	2 SWS (Präsenzzeit 30 h, Eigenarbeitszeit 120 h) <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	5
Prüfungsnummer	265109
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Erstellung einer Projektarbeit Präsentation
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Für die Veranstaltung ist ein spezielles Anmeldeverfahren erforderlich. Nähere Informationen finden Sie ca. eine Woche vor Beginn des Semesters in Stud.IP.

33840 B2B Marketing and Sales Management (PN 264790)

Applicability	International Management and Marketing - Vertiefung
Name of instructor	Prof. Dr. Dirk Totzek
Content	<p>Das Modul in englischer Sprache behandelt insbesondere folgende Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Besonderheiten des Business-to-Business-Marketings • Ausgestaltung des Marketings für unterschiedliche Geschäftstypen • Kundenbeziehungsmanagement • Gestaltung und Management von Vertriebssystemen und Vertriebssteuerung • Persönlicher Verkauf
Course objectives	<p>Die Studierenden sollen am Ende insbesondere in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Besonderheiten des Marketings auf Business-to-Business-Märkten und deren Implikationen für die Gestaltung der Marketing- und Vertriebsstrategie zu kennen, • die herausgehobene Bedeutung des Kundenbeziehungsmanagements aus theoretischer Perspektive zu verstehen, • Zentrale Herausforderungen der Implementierung von Instrumenten des Kundenbeziehungsmanagements in der Marketing- und Vertriebspraxis zu kennen.
Teaching	Interaktiver Frontalunterricht
Prerequisites	<p>Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.</p> <p>Kenntnisse in „Marketing“, „Marktforschung“ und Modulen des Gebiets Methoden (z.B. „Multivariate Verfahren“) werden nachdrücklich empfohlen.</p>
Frequency of the course	Dreisemesterturnus
Duration	1 Semester
Workload	Vorlesung 2 SWS (30 St. Präsenz- und 120 St. Eigenarbeitszeit)

	<i>Calculation is based on: every hr./sem.-week corresponds to 60 minutes. One semester is presumed to be 15 weeks, i.e. 14 course + 1 exam week</i>
ECTS	5
Exam number	264790
Type of exam / requirements for granting of credits / duration of the exam	Schriftliche Klausur am Ende des Semester (Dauer 60 Minuten, 100% der Gesamtnote)
Recommended literature	<p>Basisliteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Homburg, Ch., Schäfer, H., Schneider, J. (2012), Sales Excellence, Heidelberg. • Lilien, G., Grewal, R. (2012, Hrsg.), Handbook of Business-to-Business Marketing, Cheltenham. • Palmatier, R. W., Stern, L. W., El-Ansary, A. I. (2014), Marketing Channel Strategy, 8th ed., Upper Saddle River. <p>Ausgewählte Aufsätze als Pflichtlektüre. Weitere Literaturhinweise werden zu Veranstaltungsbeginn gegeben.</p>
Further remarks (e.g. online component, practical examples, guest lectures, etc.)	<p>Die Veranstaltung und Klausur finden in englischer Sprache statt.</p> <p>Im Rahmen der Vorlesung finden punktuell Gastvorträge statt.</p>

33860 Marktforschung (PN 200514)

Moduleinordnung	International Management and Marketing - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Dirk Totzek
Inhalt des Moduls	<p>Das Modul behandelt insbesondere folgende Themen:</p> <p>Bedeutung der Marktforschung für Marketingentscheidungen Prozess der Marktforschung und Diskussion zentraler Problemstellungen Konzeption und Durchführung von Befragungen, Experimenten und Studien auf Grundlage von Sekundärdaten Grundlegende statistische Analyseverfahren Messmodelle Moderations- und Mediationseffekte Fortgeschrittene statistische Analyseverfahren</p>
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sollen am Ende der Veranstaltung für die Marketingforschung und -praxis zentrale fortgeschrittene Marktforschungsmethoden kennen, kritisch bewerten und anwenden können. Insbesondere sollen Studierende, die im Fach Marketing eine empirische Abschlussarbeit schreiben möchten, fundierte Kenntnisse hierzu erlangen. Im einzelnen sollen Studierende:</p> <ul style="list-style-type: none"> • einen Überblick über den Prozess der Marktforschung haben und in der Lage sein, kritisch über die zentralen Problemstellungen auf den einzelnen Prozessstufen zu reflektieren. • selbstständig eine Primär- oder Sekundärdatenerhebung planen und durchführen können. • Hypothesen zur Struktur von Daten sowie Hypothesen zu linearen und komplexen Abhängigkeitsbeziehungen zwischen Variablen testen können. • selbstständig einfache und fortgeschrittene multivariate Analyseverfahren anwenden können.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht

Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Kenntnisse in „Marketing“ und in Modulen des Gebiets Methoden (z.B. „Multivariate Verfahren“) sind von Vorteil. Grundkenntnisse der Statistik werden nachdrücklich empfohlen.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Sommersemester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	Vorlesung 2 SWS (30 St. Präsenzzeit und 60 St. Eigenarbeitszeit) Übung 1 SWS (15 St. Präsenzzeit und 45 St. Eigenarbeitszeit) <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	5
Prüfungsnummer	200514
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Schriftliche Klausur am Ende des Semesters (Dauer 60 Minuten, 100% der Gesamtnote)
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Basisliteratur: <ul style="list-style-type: none"> • Herrmann, A., Homburg, Ch., Klarmann, M. (2008, Hrsg.), Handbuch Marktforschung, 3. Aufl., Wiesbaden. • Homburg, Ch. (2017), Marketingmanagement, 6. Aufl., Wiesbaden. <ul style="list-style-type: none"> • Ausgewählte Aufsätze als Pflichtlektüre. Weitere Literaturhinweise werden zu Veranstaltungsbeginn bekannt gegeben.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Im Rahmen der Veranstaltung finden punktuell Gastvorträge statt.

33901 Masterseminar Marketing (PN 264910)

Moduleinordnung	International Management and Marketing - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Dirk Totzek Volkan Kocer Mila Vogelsang
Inhalt des Moduls	Das Seminar dient der Verbesserung des selbstständigen wissenschaftlichen Arbeitens im Fach Marketing und als Vorbereitung auf die Masterarbeit. Die Studierenden fertigen in Einzelarbeit eine Seminararbeit zu Themen aus den Forschungsfeldern des Lehrstuhls an.
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden können ein komplexes Forschungsfeld hinsichtlich der zentralen theoretischen Grundlagen und des Stands der empirischen Forschung strukturiert aufarbeiten und eine kritische Bewertung des Standes der Forschung zum Thema vornehmen. Die Studierenden sind für die Anfertigung ihrer Masterarbeit im Fach Marketing vorbereitet.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Erstellen einer Seminararbeit: 20 bis 25 Seiten Abschlusspräsentation: ca. 15 Minuten
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Empfohlene Voraussetzung: Erfolgreicher Besuch von mindestens zwei Master-Vorlesungen im Fach Marketing, davon mindestens eine am Lehrstuhl für Marketing und Services.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Semester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	30 St. Präsenz- und 180 St. Eigenarbeitszeit <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	7

Prüfungsnummer	264910
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Portfolio (60% Seminararbeit, 40% Präsentation)
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<p>Eine Liste mit Startliteratur zum Seminararbeitsthema wird zum Start des Seminars über die Betreuer mitgeteilt.</p> <p>Basisliteratur: Homburg, Ch. (2017), Marketingmanagement, 6. Aufl., Wiesbaden.</p>
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	

34073 Empirische Internationale Managementforschung (PN 264271)

Moduleinordnung	International Management and Marketing - Grundlagen International Management and Marketing - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Rodrigo Isidor Serrano
Inhalt des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Praxisorientierte Einführung in verschiedene statistische Analyseverfahren • Aufbau eines Forschungsvorhabens • Die Vorlesung behandelt einen Großteil der typischen Aufgaben und Probleme, wie sie in der angewandten Forschung regelmäßig vorkommen.
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden erhalten einen Überblick über die Methoden der empirischen (internationalen) Managementforschung. • Überblick über den Ablauf des Forschungsprozesses (Konzeptspezifikation, Forschungsdesign, Untersuchungseinheiten, Techniken der Datenerhebung, Hypothesentestung) • Die Studierenden erfahren, wie theoretische Hypothesen empirisch überprüft werden können. • Die Studierenden sind in der Lage, empirische Studien zu interpretieren und hinsichtlich ihrer wissenschaftlichen Güte zu beurteilen.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Interaktiver Frontalunterricht
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Kenntnisse im Bereich statistischer Analyseverfahren sind von Vorteil.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Sommersemester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	<p>Vorlesung 2 SWS (30 Stunden Präsenzzeit und 120 Stunden Eigenarbeitszeit)</p> <p><i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i></p>

ECTS	5
Prüfungsnummer	264271
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Endklausur (Dauer 60 Minuten, 100% der Gesamtnote) Teilnahme an Vorlesung von Vorteil
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Schnell, R., Hill, P.B. & Esser, E. (2005). Methoden der empirischen Sozialforschung (7. Aufl.). München: Olden-bourg. Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (2003). Multivariate Analysemethoden (14. Aufl.). Berlin: Springer Verlag.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Grundlage für den Prüfungsstoff der Endklausur sind die Vorlesungsfolien und die Literatur, die jeweils vor der Vorlesung vorbereitet sein sollte.

34102 Master-Planspiel (PN 264150)

Moduleinordnung	International Management and Marketing - Grundlagen
Dozenten	Loren Barth
Inhalt des Moduls	<p>Anmeldung über den Lehrstuhl. Informationen zum Bewerbungsprozess: http://www.wiwi.uni-passau.de/internationales-management/studium/planspiele/</p> <p>Kurzbeschreibung des Planspiels:</p> <p>Entscheide für Dein eigenes Unternehmen:</p> <ul style="list-style-type: none">- Biete ich lieber eine hohe Qualität oder einen niedrigen Preis?- Führe ich lieber Mitarbeitertrainings oder Prozessoptimierungsmaßnahmen durch?- Konzentriere ich mich lieber nur auf den Heimatmarkt oder internationalisiere ich? <p>Die Herausforderungen des Planspiels:</p> <ul style="list-style-type: none">- Eng getakteter Zeitplan- Mental und sozial fordernd- Überblick behalten (Wechselwirkungen der Unternehmensbereiche)- Enge Zusammenarbeit in einem Dir unbekanntem Team <p>Deine Erfahrungswerte nach dem Planspiel:</p> <ul style="list-style-type: none">- Kenntnisse über die Zusammenhänge zwischen verschiedenen Unternehmensbereichen, die du aus einzelnen Vorlesungen kennst- Teamarbeit unter Zeitdruck- Übung von Präsentationen in einem Unternehmenskontext <p>Bei Bewerbungen für Praktika und Jobs bessere Chancen durch:</p> <ul style="list-style-type: none">- Erfolgreiche Teilnahme an einem TOPSIM Planspiel (General Management II)- Vorbereitung auf komplexe Case-Studies im Bewerbungsprozess- Übung von typischen Bewerbungssituationen mit Feedback (Kurzpräsentation, etc.)

Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse in den Bereichen der Unternehmensstrategie, dem Marketing, dem Einkauf, der Lagerhaltung, der Produktion, dem Finanz- und Rechnungswesen, sowie dem Personalmanagement. • Sie können ihr vorhandenes Wissen auf eine simulierte, aber realitätsnahe Problemsituation anwenden. • Sie verstehen die Zusammenhänge zwischen den oben genannten Bereichen, und sie verstehen die Wechselwirkungen, die zwischen ihnen bestehen. • Sie sind in der Lage, Verantwortung in ihrem Team zu übernehmen und gemeinsam wichtige Entscheidungen zu treffen. • Sie können die Grundlagen für ihre Entscheidungen formulieren und argumentativ verteidigen.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Simulation in Form von Frontalunterricht • Erarbeitung der unternehmerischen Entscheidungen und Auswertung der Ergebnisse in Gruppenarbeit • Präsentationen der erarbeiteten Strategie durch die Studierenden
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Immatrikulation in den Masterstudiengang Business Administration</p> <p>Anmeldung über den Lehrstuhl. Informationen zum Bewerbungsprozess: http://www.wiwi.uni-passau.de/internationales-management/studium/planspiele/</p>
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Nach Ankündigung jeweils im Sommersemester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	<p>Blockveranstaltung 2 SWS (30 Std. Präsenzzeit und 120 Std. Eigenarbeitszeit)</p> <p><i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i></p>
ECTS	5
Prüfungsnummer	264150

<p>Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung</p>	<p>Eingangsklausur (40 Minuten, MC und Textaufgaben) am Vorabend der Blockveranstaltung (Inhalt: Teilnehmerhandbuch ca.25 Seiten) Abschlusspräsentation (ca. 15 Minuten) Simulationsergebnis (Während des Blockkurses) Die Teilnahme an der Eingangsklausur und die Anwesenheit während der gesamten Veranstaltungsdauer sind Voraussetzung für den Scheinerwerb. Hinzu kommt die Transkription von Audioaufzeichnungen nach Ablauf des Planspiels, welche im Team durchgeführt wird. Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eingangsklausur: 40% • Präsentation und Simulationsergebnis: 50% • Transkription: 10% <p>Alle Teilleistungen müssen mindestens mit der Note 4,0 bestanden werden, um das Modul insgesamt zu bestehen. Nähere Informationen auf unserer Homepage: http://www.wiwi.uni-passau.de/internationales-management/studium/planspiele/</p>
<p>Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • TOPSIM General Management II Pro-Szenarien - Teilnehmerhandbuch
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	<p>Bitte beachten Sie bzgl. der Anmeldemodalitäten die Informationen auf unserer Homepage unter:</p> <p>http://www.wiwi.uni-passau.de/internationales-management/studium/planspiele/</p> <p>Die Simulation der Unternehmens- und Marktergebnisse erfolgt rechnergestützt anhand der Software TOPSIM General Management II.</p>

34300 Corporate Sustainability and CSR (PN 265106)

Applicability	International Management and Marketing - Grundlagen International Management and Marketing - Vertiefung
Name of instructor	Dr. Elisabeth Müller
Content	The course aims to highlight the most important issues of Corporate Sustainability and Social Responsibility. Due to the challenges of our rapidly changing world like mitigation of climate change impacts, the need for radical (system) innovation, or solving social, environmental and economic problems simultaneously, the triple bottom line has become a business case in the corporate world. The course focuses on exploring the drivers behind Corporate Sustainability and CSR strategy and the implications of sustainability challenges to corporate reality.
Course objectives	<ul style="list-style-type: none"> • Understanding the relationship between sustainable development and corporate sustainability. • Understanding why it is necessary to integrate social and environmental aspects into corporate strategy. • Understanding the motives and influential factors behind the CSR activity of companies. • Becoming familiar with the most crucial and critical issues of practiced CSR today, as a result of lectures, discussions and analyzed cases. • Critical assessment of corporate sustainability reporting.
Teaching	<ul style="list-style-type: none"> • Lectures on the theoretical contents, • Discussion of contents (also in teams), • Presentation of specific topics by the students, • Analysis of corporate sustainability reports and sustainability indicators
Prerequisites	The module may be accredited in the basics- or extension module in the field of „International Management and Marketing“. It also applies for all courses of studies that wish to offer their students possibilities in this specific area.

Frequency of the course	
Duration	1 Semester
Workload	Lecture 2 SWS (30 hrs. attendance in class und 120 hrs. self-study) <i>Calculation is based on: every hr./sem.-week corresponds to 60 minutes. One semester is presumed to be 15 weeks, i.e. 14 course + 1 exam week</i>
ECTS	5
Exam number	265106
Type of exam / requirements for granting of credits / duration of the exam	Requirements for the granting of credits: - Summary of a scientific article in written form, max. 6 pages, - Presentation in team, 20 minutes, - Individual analysis of sustainability indicators, 5 pages plus reporting on it in the class, - Participation in the lectures and seminars, contribution to discussions. Weighting of individual performances: 1. Summary of a scientific article in written form – 25%, 2. Presentation in team – 25%, 3. Individual analysis of sustainability indicators – 25%, 4. Participation at the lectures and seminars, contribution to discussions – 25%
Recommended literature	1. Important documents for CSR: EU Green Paper on CSR, UN Global Compact, ISO 26 000 2. Important documents for Sustainability: Sustainability Reporting Guidelines of GRI, Dow Jones Indices, AccountAbility 3. Dyllick, Thomas – Hockerts, Kai (2002): Beyond the Business Case for Corporate Sustainability, Business Strategy and the Environment 11, pp 130-141. 4. Fassin, Yves (2005): The Reasons behind Non-ethical Behaviour in Business and Entrepreneurship, Journal of Business Ethics, 60, pp. 265–279 5. McWilliams, A. – Siegel, D.S. – Wright, P.M. (2006): Corporate Social Responsibility: Strategic Implications. Journal of Management Studies. Vol.

	<p>43:1, pp. 1-18.</p> <p>6. Porter, M. – Kramer, M. (2006): The Link between Competitive Advantage and CSR, Strategy and Society. Harvard Business Review, 1-15</p> <p>7. Porter, M. – Kramer, M. (2011): Creating Shared Value, Harvard Business Review, January-February, 1-17</p>
<p>Further remarks (e.g. online component, practical examples, guest lectures, etc.)</p>	

34518 Seminar: Master Praxisprojekt II - in Zusammenarbeit mit ZF - Friedrichshafen AG - Business-Case-Entwicklung im Themenkomplex Industrie 4.0 und Internet of Things (PN 265121)

Moduleinordnung	International Management and Marketing – Vertiefung Accounting, Finance and Taxation - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Jan Hendrik Schumann Prof. Dr. Robert Obermaier Curd-Georg Eggert Philipp Mosch
Inhalt des Moduls	Thema des Praxisprojekts ist die Erstellung von Business Cases im Kontext der Thematik Industrie 4.0 / Internet of Things in Zusammenarbeit mit der ZF-Friedrichshafen AG. Die Themenstellung ist dabei sehr spezifisch auf Use Cases des Kooperationspartners zugeschnitten.
Qualifikationsziele des Moduls	Ziel des Praxisprojekts ist der Aufbau eines Verständnis über das Themenfeld der Industrie 4.0 / Internet of Things sowie in diesem Zusammenhang die Erarbeitung eines realen Business Case im industriellen Kontext.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	- Interaktiver Frontalunterricht - Praxisbezogene Bearbeitung einer konkreten Fragestellung aus dem Marketing - Präsentation und Diskussion einzelner Themen durch die Studierenden
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nach Ankündigung
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	2 SWS = 30 Std. Präsenzzeit + 130 Std. Eigenarbeitszeit <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	5

Prüfungsnummer	265121
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Gruppenarbeit zur Ausarbeitung eines Business Cases (in Gruppen von 2-3 Personen) - Zwischenpräsentation 30% - Abschlusspräsentation 70%
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Literaturhinweise werden zu Beginn des Projekts bekannt gegeben.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Das Praxisprojekt ist eine freiwillige Leistung im Umfang von 5-ECTS. Das Praxisprojekt ersetzt nicht das reguläre Masterseminar. Der Auswahlprozess erfolgt nach dem Besten-Prinzip, d.h. die leistungsstärksten Bewerber werden zuerst berücksichtigt. Bewerbung ist möglich vom 11. Januar bis 01. Februar 2019

34519 Seminar: Master Praxisseminar I - in Kooperation mit Wacker Chemie AG (PN 265121)

Moduleinordnung	International Management and Marketing - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Jan Hendrik Schumann Franziska Bongers
Inhalt des Moduls	Ziel ist es, im Rahmen einer Gruppenarbeit innovative Business Cases im Bereich Digitalisierung und Big Data auszuarbeiten. Die Studierenden sammeln im Zuge dessen Erfahrungen, u.a. zu Kreativitätstechniken, im Bereich der Ideen- und Geschäftsmodellentwicklung sowie der Präsentation ihres fertigen Business Cases.
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden sind in der Lage, grundlegende Methoden aus der Marketingpraxis umzusetzen. - Sie können Lösungen für ausgewählte Problemstellungen im Marketing selbstständig erarbeiten. - Sie sind fähig, sich differenziert mit komplexen Sachverhalten und Problemstellungen aus der Wirtschaft auseinanderzusetzen. - Sie sind in der Lage, sowohl qualifizierte Kritik zu üben als auch kritische Anmerkungen in ihrer Arbeit umzusetzen.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> - Interaktiver Frontalunterricht - Praxisbezogene Bearbeitung einer konkreten Fragestellung aus dem Marketing - Präsentation und Diskussion einzelner Themen durch die Studierenden
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nach Ankündigung
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	2 SWS = 30 Std. Präsenzzeit + 130 Std. Eigenarbeitszeit
ECTS	5

Prüfungsnummer	265121
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	<p>Gruppenarbeit zur Ausarbeitung eines Business Cases (in Gruppen von 4 bis 5 Personen)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zwischenpräsentation 10% - Abschlusspräsentation 50% - Seminararbeit (ca. 20 Seiten) 40% - Aktive Teilnahme am Praxisseminar
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<p>Aufgrund eines anwendungsorientierten Charakter ersetzt das Praxisseminar nicht das reguläre Masterseminar als Vorbereitung auf eine Masterarbeit. Beim Praxisseminar handelt es sich um eine freiwillige Leistung im Umfang von 5 ECTS.</p>

**34520 Masterseminar Marketing und Innovation - Experimentelle
Forschung zur On-demand Rekonfiguration von Produkten (PN
264590)**

Moduleinordnung	International Management and Marketing - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Jan Hendrik Schumann Janina Garbas Sebastian Schubach
Inhalt des Moduls	Thema des Seminars ist die experimentelle Untersuchung der On-demand Rekonfiguration von Produkten. Im Zuge des Internet-of-Things werden klassische Produkte wie Autos zu dynamischen Objekten. Sie sind auch nach dem Kauf durch die nachträgliche Aktivierungsmöglichkeit von Features veränderbar und passen sich an wandelnde Bedürfnisse der Kunden an.
Qualifikationsziele des Moduls	Ziel des Seminars ist es, die Konsequenzen der (nachträglichen) On-demand Rekonfiguration ausgehend von Theorien des Konsumentenverhaltens im Rahmen einer Gruppenarbeit eigenständig empirisch zu erforschen. Sie sammeln dabei Erfahrung mit der Konzeption, Durchführung und Auswertung von Laborexperimenten, sowie der Präsentation von Forschungsergebnissen.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Aktive Teilnahme am Seminar Gruppenarbeit zu einer wissenschaftlichen Fragestellung
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. §3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Empfohlene Voraussetzung: Erfolgreicher Besuch von zwei Master-Vorlesungen im Fach Marketing.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Sommer- und Wintersemester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	2 SWS = (30 Std. Präsenzzeit + 180 Std. Eigenarbeitszeit) <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14</i>

	<i>Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	7
Prüfungsnummer	264590
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	<p>Gruppenarbeit zu einer wissenschaftlichen Fragestellung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zwischenpräsentation 20% - Abschlusspräsentation 20% - Seminararbeit (ca. 15 Seiten) 60% <p>Aktive Teilnahme im Seminar</p> <p>Wir behalten uns vor, den ablauf und die Gruppenaufteilungen zu einem späteren Zeitpunkt noch an die konkreten inhaltlichen Anforderungen des Seminars anzupassen.</p>
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Literatur wird zum Seminarbeginn passend zum Seminarthema bekannt gegeben.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<p>Der Auswahlprozess erfolgt nach dem Bestenprinzip, d.h. die leistungsstärksten Bewerber werden zuerst berücksichtigt.</p> <p>Informationen zum Bewerbungsprozess finden Sie auf der Homepage des Lehrstuhls; http://www.wiwi.uni-passau.de/marketing-innovation/aktuelles/meldung/detail/masterseminar-im-sommersemester-2019/</p>

34730 Konsumentenverhalten (PN 264840)

Moduleinordnung	International Management and Marketing - Grundlagen International Management and Marketing - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Jan Hendrik Schumann
Inhalt des Moduls	Das Modul gibt einen Überblick über konsumrelevante Wahrnehmungs-, Bewertungs- und Entscheidungsprozesse im Rahmen der individuellen Informationsverarbeitung. Hierbei werden aktuelle Erkenntnisse aus der Motivations-, Emotions-, Wahrnehmungs- und Sozialpsychologie berücksichtigt und aus einer problem- und managementorientierten Perspektive dargestellt. Zahlreiche Beispiele illustrieren, wie diese grundlegenden theoretischen Prinzipien in der Unternehmenspraxis zur Anwendung kommen können.
Qualifikationsziele des Moduls	Durch aktive Teilnahme und das dazugehörige Selbststudium sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden: <ul style="list-style-type: none"> - die wesentlichen Aussagen der zentralen verhaltenswissenschaftlichen Theorien zu verinnerlichen - verhaltenswissenschaftliche Theorien und Erkenntnisse auf praktische Problemstellungen des Marketing anzuwenden - die Anwendung der Instrumente des Marketing-Mix im Hinblick auf den Konsumenten optimal zu gestalten - die ethischen Konsequenzen der Anwendung der gelernten Inhalte vor dem Hintergrund einer gesamtgesellschaftlichen Verantwortung kritisch zu hinterfragen
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration. Grundkenntnisse in "Marketing" werden empfohlen.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Sommersemester

Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	Vorlesung = 2 SWS (30 Std. Präsenzzeit + 120 Std. Eigenarbeitszeit)
ECTS	5
Prüfungsnummer	264840
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Klausur am Ende des Semesters: 60 Minuten Gewichtung: Endklausur 100%
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> - Kroeber-Riel, W. Weinberg, P./Gröppel-Klein, A. (2013): Konsumentenverhalten (10. Aufl.), München: Vahlen. - Homburg, Christian (2017). Marketingmanagement. Strategie, Instrumente, Umsetzung, Unternehmensführung. Wiesbaden, Springer Gabler- Hoyer, W.D./MacInnis, D.J. (2012): Cosumer Behavior, International Edition (6th ed.), CengageLearning Services. - Trommsdorff, H. (2004): Konsumentenverhalten (6. Aufl.), Stuttgart.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Die Lehrveranstaltung soll durch Gastvorträge ergänzt werden.

35181 Simulation Modelling (PN 265011)

Moduleinordnung	International Management and Marketing - Vertiefung Wirtschaftsinformatik / Information Systems - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Hans Ziegler
Inhalt des Moduls	Discrete-event stochastic systems modeling and experimentation using simulation software. Statistical design and analysis including distribution fitting and alternative comparison methodologies.
Qualifikationsziele des Moduls	By the end of the class, students will be able to: design a simulation to model a realistic problem, analyze input data, use the SIMIO software, generate possible options by applying design of experiments, evaluate options using appropriate statistical techniques, defend their findings orally and in writing to the sponsor
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	The course will be a combination of reading, discussion, hands-on exercises, and assessments. A variety of teaching methods will be used in this course, including traditional blackboard, PowerPoint presentations, and case studies. The first 5-10 minutes of every lecture will be devoted to answering questions about the previous lectures. Students are encouraged to utilize this opportunity. Short in-class assessments illustrating the course material and case studies illustrating contemporary problems will be assigned periodically. Re-grading must be requested within a day of the return of the graded assignment. To request a re-grade, please stop by my office during my office hours or after class. You are responsible for all announcements made in class
Voraussetzungen für die Teilnahme	Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen Studiengang.

Häufigkeit des Angebots des Moduls	unregelmäßig, Blockveranstaltung
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	Vorlesung 2 SWS (35 St. Präsenz- und 115 Std. Eigenarbeitszeit) <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	5
Prüfungsnummer	265011
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	As given in the course schedule on Page 3, in-class assignments (which is worth 35% of your course grade) will be given in class on certain days and students who are not present will be marked zero.
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Banks, J., Carson, J. S., Nelson, B. L., Nicol, D. M., (2010). Discrete-Event System Simulation. 5th ed., Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	

35182 Data Engineering and Predictive Analytics (PN 265012)

Moduleinordnung	International Management and Marketing - Vertiefung Wirtschaftsinformatik / Information Systems - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Hans Ziegler
Inhalt des Moduls	The advancement in technology and changes in consumer behavior during the last two years have produced 90% of the data in world, at 2.5 quintillion bytes of data a day. By 2020, there will be more than 50 billion smart connected devices in the world, collecting, analyzing and sharing data. Yet less than 20% of the engineers and managers use these data effectively for decision-making. While companies understand the importance of data-driven decision-making, many lack the capabilities, knowledge and confidence needed to utilize the plethora of data available.
Qualifikationsziele des Moduls	This course introduces the students to cutting-edge Artificial Intelligence and Machine Learning (AI&ML) applications. The overall objectives of the course are to enable students to: Gain exposure to various successful applications of AI&ML including potential applications in the future Apply appropriate analytical tools for a given problem Derive actionable insights from analytical tools Demonstrate knowledge of contemporary issues
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	The course will be a combination of reading, discussion, hands-on exercises, and assessments. A variety of teaching methods will be used in this course, including traditional blackboard, PowerPoint presentations, and case studies. The first 5-10 minutes of every lecture will be devoted to answering questions about the previous lectures. Students are encouraged to utilize this opportunity. Short in-class exercises illustrating the course material and case studies illustrating contemporary problems will be assigned periodically. You are responsible for all announcements made in class and through email.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen Studiengang.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	unregelmäßig, Blockveranstaltung
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	Vorlesung 2 SWS (35 St. Präsenz- und 115 Std. Eigenarbeitszeit) <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	5
Prüfungsnummer	265012
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Course grades will be computed on the following basis In-class exercises 30% Exam 1 35% Exam 2 35%
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Kuhn, M., & Johnson, K. (2013). Applied predictive modeling (Vol. 810). New York: Springer. Friedman, J., Hastie, T., & Tibshirani, R. (2001). The elements of statistical learning (Vol. 1, pp. 241-249). New York: Springer series in statistics.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	

35199 "Human Resource Analytics" (PN 264512)

Applicability	International Management and Marketing - Vertiefung
Name of instructor	Dr. Nivethitha Santhanam
Content	<p>Today, the role of Human Resources (HR) function has progressed much beyond the customary frontiers from a predominantly administrative function to a more profitably focused entity, from a transaction oriented cost centre to a value-added strategic business partnership approach. Analytics has played a critical role in this voyage of HR transformation from being just a subsidiary division of a business to being a strong pillar of support behind the success of a business enterprise. Informed HR professionals maximize productivity and drive to achieve strategic business goals. This course will specifically focus on the applied methods and techniques with an outcome orientation for improving the human resource functions. The frameworks, models, and hands-on analytical approaches will equip the course participants with developing the SMARTER (Specific, Measurable, Attainable, Reliable, and Time-bound, Evaluate and Readjust) targets and identifying business contributions of the HR function in their organization.</p>
Course objectives	<p>Module I: HR Analytics – An overview - Role of analytics in HR - HRM in changing context - Transition from transaction orientation to analytics orientation - HR Analytics Framework – People Capability Maturity Model – LAMP framework – HCM 21 framework – Talent analytics maturity model</p> <p>Module II: Alignment Analytics – Measurement Map HR Metrics – Recruitment metrics – Training and development metrics - Talent retention metrics –HR cost benefit metrics – Performance metrics – Formulation of key performance indicators and key result areas</p> <p>Module III: Descriptive Analytics – Designing and Implementing HR Balance Scorecard - Predicting future 'performance' - Developing metrics to capture</p>

	the fallouts of HR Policies -Predictive Analytics for decision making
Teaching	Pedagogy will be a combination of lectures and hands on application of analytics
Prerequisites	Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen Studiengang.
Frequency of the course	unregelmäßig, Blockveranstaltung
Duration	1 Semester
Workload	Vorlesung 2 SWS (35 St. Präsenz- und 115 Std. Eigenarbeitszeit)
ECTS	5
Exam number	264512
Type of exam / requirements for granting of credits / duration of the exam	Students will be assigned pre-reading materials or cases, students who contribute to class discussions regularly will be awarded marks. Presentation on the Data Analysis End term exam
Recommended literature	Bassi, L. J., Carpenter, R., & McMurrer, D. (2012). HR analysis handbook. Reed Business, Amsterdam. Fitz-Enz, J. (2010). The new HR analytics: Predicting the economic value of your company's human capital investments. AMACOM, New York.
Further remarks (e.g. online component, practical examples, guest lectures, etc.)	

35285 Cross-Cultural Management - Die Veranstaltung wird angeboten von Prof. Dr. V. Vijayalakshmi vom IIT Madras, Chennai, Indien (PN 265113)

Applicability	International Management and Marketing - Vertiefung
Name of instructor	Prof. Dr. Hans Ziegler
Content	<p>Setting expectations Introduction to Culture Breaking free of stereotypes The Culture Map Communication Cultural issues in Strategic alliances and Negotiation Working in Multicultural Teams Ethics & Geography of thought: Differences in ethics, thinking and decision making Leading across cultures Wrap up: Becoming a Global Manager</p>
Course objectives	<p>This course places strong emphasis on the joy of learning. At the end of the course, these would be our learning objectives: Appreciating uniqueness about one's own culture: similarities and differences from others. Being aware of one's own stereotyping attitude, behavior and appreciating cultural diversity. Analyzing different management styles and practices – the ways in which people from different cultures do business-aspects of communication, negotiation, leadership, differing perspectives on what motivates people, challenges in international mergers and joint ventures, and the like. Developing global managerial skills and cultural competence.</p>
Teaching	An eclectic approach - case analysis and discussion, video cases, movies and culture, self-assessments, group presentation, group exercises, role plays, guest lectures.
Prerequisites	Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen Studiengang.
Frequency of the course	unregelmäßig, Blockveranstaltung

Duration	1 Semester
Workload	<p>Vorlesung 2 SWS (35 St. Präsenz- und 115 Std. Eigenarbeitszeit)</p> <p><i>Calculation is based on: every hr./sem.-week corresponds to 60 minutes. One semester is presumed to be 15 weeks, i.e. 14 course + 1 exam week</i></p>
ECTS	5
Exam number	265113
Type of exam / requirements for granting of credits / duration of the exam	<p>Individual: Your cultural profile, 20 %</p> <p>Group: Case Analysis Presentation, 20 %</p> <p>Group Presentation: Cross-Cultural Training, 25 %</p> <p>Individual: Reflective Learning Blog, 35 %</p>
Recommended literature	Wird in der Vorlesung bekanntgegeben
Further remarks (e.g. online component, practical examples, guest lectures, etc.)	Begrenzung der Teilnehmerzahl aufgrund des seminarartigen Charakters der Veranstaltung.

35610 Paneldatenanalyse (PN 261080)

Moduleinordnung	Methoden International Management and Marketing - Grundlagen Accounting, Finance and Taxation - Grundlagen
Dozenten	Dr. Joachim Schnurbus
Inhalt des Moduls	Zentraler Gegenstand ist die Schätzung von Regressionsmodellen für Paneldaten. Hierbei werden neben grundlegenden Schätzverfahren unter anderem die Fixed-Effects- und Random-Effects-Schätzung behandelt. Weitere Kursinhalte sind Test- und Vorhersageverfahren (Stichwort: Best linear unbiased prediction) sowie dynamische Paneldatenmodelle.
Qualifikationsziele des Moduls	Ziel des Kurses ist, dass die Studierenden ein vertieftes Verständnis für die Anwendbarkeit verschiedener regressionsanalytischer Schätzverfahren im Paneldatenkontext erhalten. Das beinhaltet ein Verständnis für die Interpretation der Verfahren sowie der zugrundeliegenden Annahmen.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht, Diskussion von Lehrinhalten, Vermittlung der theoretischen Grundlagen und Illustration mit Beispielen. Vertiefung durch Übungsaufgaben und Computerübungen. In der dazugehörigen Übung (35611) werden Übungsaufgaben besprochen.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Kursteilnahme ist die Kenntnis der Inhalte von „Methoden der Ökonometrie I“. Dies umfasst eine detaillierte Kenntnis des Multiplen linearen Regressionsmodells für Querschnitts- und Längsschnittdaten (OLS-Schätzung, Tests sowie entsprechende zugrundeliegende Annahmen, Projektionsmatrizen) sowie solide Kenntnisse im Umgang mit der Statistiksoftware R. Kenntnisse von Modellen für Zeitreihendaten sind hilfreich, werden jedoch nicht vorausgesetzt.

Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Sommersemester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	<p>Vorlesung 2 SWS (30 h Präsenzzeit, 45 h Eigenarbeitszeit) Übung 2 SWS (30 h Präsenzzeit, 45 h Eigenarbeitszeit)</p> <p><i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i></p>
ECTS	5
Prüfungsnummer	261080
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Die Veranstaltungsnote ergibt sich zu 100% aus der Klausur (60 Minuten) am Semesterende.
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<p>Basisliteratur (andere Auflagen dieser Bücher sind ebenfalls verwendbar):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wooldridge, J.M. (2008), Introductory Econometrics, Thomson South-Western. - Stock, J.H. und M.W. Watson (2007), Introduction to Econometrics, Pearson. - Greene, W.H. (2012), Econometric Analysis, 7A., Pearson. <p>Weiterführende Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Baltagi, B.H. (2013), Econometric Analysis of Panel Data, 5A., Wiley. - Wooldridge, J. (2002), Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data, MIT Press. - Arellano, M. (2004), Panel Data Econometrics, Oxford University Press. - Angrist, J.D. und J.-S. Pischke (2009), Mostly Harmless Econometrics, Princeton University Press.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Die Theorie wird auch anhand von Beispielen in der Statistiksoftware R illustriert.

35621 Computational Statistics - Regression in R (PN 261170)

Applicability	Accounting, Finance and Taxation - Vertiefung Methoden International Management and Marketing - Grundlagen Accounting, Finance and Taxation - Grundlagen Wirtschaftsinformatik / Information Systems - Grundlagen International Management and Marketing - Vertiefung Wirtschaftsinformatik / Information Systems - Vertiefung
Name of instructor	Dr. Joachim Schnurbus
Content	The course focuses on estimating regression models and evaluating the estimated specifications with the statistical software R. Model evaluation procedures discussed in class range from graphical methods, classic validation techniques and tests to simulation-based approaches. The effects of variables being measured on different scales and variable transformations are discussed. Dealing with different data structures such as cross-sections, time series, and panel data is also covered in class.
Course objectives	The course aims at providing students with a basic understanding, which regression models to employ for certain types of variables and data structures. A further course objective is to enable students to choose between competing model specifications and to judge if a given model is (severely) misspecified.
Teaching	Guided computer tutorials; students are expected to deepen their knowledge by completing self-contained R-exercises and by presenting/explaining code snippets.
Prerequisites	The course aims at students with a basic knowledge in statistics and complements some of the topics treated in 'Methods in Econometrics I and II'.
Frequency of the course	Usually each winter term

Duration	1 Semester
Workload	2 SWS (30 h attendance, 45-60 h self-study) <i>Calculation is based on: every hr./sem.-week corresponds to 60 minutes. One semester is presumed to be 15 weeks, i.e. 14 course + 1 exam week</i>
ECTS	3
Exam number	261170
Type of exam / requirements for granting of credits / duration of the exam	Final exam (60 minutes); R-skills are certified via a certificate when the final exam is passed.
Recommended literature	<ul style="list-style-type: none"> - Kleiber, C. & A. Zeileis (2008), Applied Econometrics with R, Springer. - Field, A. & Miles, J. & Field, Z. (2012), Discovering Statistics using R, SAGE. - Wooldridge, J. (2013), Introductory Econometrics, 5Ed., South Western. - Greene, W.H. (2012), Econometric Analysis, Pearson. - Ligges, U. (2008), Programmieren mit R, Springer.
Further remarks (e.g. online component, practical examples, guest lectures, etc.)	Course is taught in English.

35622 Computational Statistics - Statistical Learning in R (PN 261170)

Applicability	Accounting, Finance and Taxation - Vertiefung Methoden International Management and Marketing - Grundlagen Accounting, Finance and Taxation - Grundlagen Wirtschaftsinformatik / Information Systems - Grundlagen International Management and Marketing - Vertiefung Wirtschaftsinformatik / Information Systems - Vertiefung
Name of instructor	Dr. Joachim Schnurbus Markus Fritsch
Content	Statistical Learning sums up methods from computational statistics that are designed to deal with high dimensional, complex data sets. Various topics that facilitate modeling of and gaining a deeper insight into high dimensional, complex data sets are introduced. Basic supervised and unsupervised statistical learning techniques are presented, discussed, and applied in class (For example hierarchical clustering, linear and nonlinear classification and regression techniques, incorporating lasso, random forests, bagging, boosting, etc.). Meta-parameter selection, model evaluation, and specification choice in practical settings are also covered in the course.
Course objectives	The course aims at providing participants with a basic understanding of some of the core concepts and building blocks of Statistical Learning. An additional goal of the course is to equip students with a variety of techniques to analyze high dimensional, complex data sets by means of the freely available statistical software R and to judge the appropriateness of the respective procedures for different data constellations.
Teaching	Guided computer tutorials; students are expected to deepen their knowledge by completing self-contained exercises in R.

Prerequisites	Knowledge of statistics and regression methods on master level and basic knowledge of R (e.g. via 'Computational Statistics – Regression in R').
Frequency of the course	Usually each summer term
Duration	1 Semester
Workload	2 SWS (30 h attendance, 45-60 h self-study) <i>Calculation is based on: every hr./sem.-week corresponds to 60 minutes. One semester is presumed to be 15 weeks, i.e. 14 course + 1 exam week</i>
ECTS	3
Exam number	261170
Type of exam / requirements for granting of credits / duration of the exam	Final exam (60 minutes); R-skills are certified via a certificate when the final exam is passed.
Recommended literature	<ul style="list-style-type: none"> - Kuhn, M. & Johnson, K. (2013), Applied Predictive Modeling, Springer. - Hastie, T., Tibshirani, R. & Friedman, J. (2009), The Elements of Statistical Learning: Data Mining, Inference, and Prediction, 2Ed., Springer. - Efron, B., Hastie, T. (2016), Computer Age Statistical Inference, Cambridge University Press. - Torgo, L. (2017), Data Mining with R: Learning with Case Studies, 2Ed., CRC Press. - James, G., Witten, D., Hastie, T & Tibshirani, R. (2015), An Introduction to Statistical Learning: with Applications in R, Springer.
Further remarks (e.g. online component, practical examples, guest lectures, etc.)	Course is taught in english.

35802 Applied Statistics (Master) (PN 261110)

Moduleinordnung	Accounting, Finance and Taxation - Vertiefung Methoden International Management and Marketing - Grundlagen Accounting, Finance and Taxation - Grundlagen International Management and Marketing - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Harry Haupt
Inhalt des Moduls	Computer-based application of statistical methods and interpretation of the obtained empirical results is a core skill in various professional fields. Training and developing these core skills is the purpose of this seminar. The thematic focus of the seminar varies.
Qualifikationsziele des Moduls	Enable students to practice working scientifically in the field of statistics and provide the opportunity to improve (computer-aided) analytical skills, ability to communicate and presentation skills. These goals are met by: <ul style="list-style-type: none"> - Students applying their theoretical knowledge to practical examples in a short scientific write-up. - Students implementing the methods using statistical software (typically R). - Students presenting and discussing their work and their empirical results as well as contributing remarks and extensions on/to the work of others.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminar. Writing, presenting and discussing seminar paper.
Voraussetzungen für die Teilnahme	According to the study & examination regulations for the respective degree. Proficiency in regression analysis, completion of at least two of the following courses (or comparable quantitative courses): Methods of Econometrics I (35777) Methods of Econometrics II (35787) Analysis of Panel Data (35611) R course, e.g. <ul style="list-style-type: none"> - Computational Statistics: Regression in R (35621) - Computational Statistics: Statistical Learning in R

	(35622) - Computational Statistics: Introduction to R (35620)
Häufigkeit des Angebots des Moduls	usually in summer term
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	Seminar 2 SWS (30 h attendance, 180 h self-study) <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	7
Prüfungsnummer	261110
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	- Seminar paper with approx. 15 pages of text. - Presentation of about 30 minutes, including 10 minutes discussion. Grading: - Seminar paper: 70% - Presentation: 30% Both performances are graded.
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Core literature depends on the thematic focus of the seminar and will be announced prior to the seminar. Students are expected to provide further literature.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Additional application by email to statistik@uni-passau.de Registration under course no. 39499 until 14 January 2019, 11:59 pm

35864 Economics of Education (englisch) (PN 274170)

Applicability	Lehrveranstaltungen aus anderen Masterprogrammen
Name of instructor	Prof. Dr. Stefan Bauernschuster Hannah Lachenmaier
Content	<p>Human capital is a key factor for growth and prosperity of nations. Due to the crucial role of education, Germany's bad performance in PISA 2000 was a major shock which induced heated and mostly ideologically driven debates on problems of the current school system and necessary reforms. The first part of this lecture deals with the role of education for the economic development of countries and the effects of schooling on wages and the risk of getting unemployed. Apart from these labor market related impacts, we also look at the effects of schooling on health, crime, and social engagement. It becomes apparent that education is not only about cognitive but also about non-cognitive skills. The second part of the lecture evolves around the question how school systems should be designed in order to provide the best possible results for children and youths. In addition to the role of early childhood education, we focus on the effects of class size, (early) educational tracking, school autonomy, school accountability, central exams, competition between schools, and the impact of teachers. This analysis is based on an in-depth inspection of current empirical research papers.</p>
Course objectives	<p>Students get acquainted with key topics in the economics of education and learn to work with applied recent research papers in this area. Thereby, they are enabled to take a well-grounded stand in debates on education policies.</p>
Teaching	<p>Classroom lecture with interactive elements Uebung with tutorials and student presentations</p>
Prerequisites	<p>According to § 3 of the Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang International Economics and Business.</p>

	Basic knowledge in microeconomics and statistics/econometrics recommended
Frequency of the course	Every 2nd summer semester, alternating with "35862 - Population Economics"
Duration	1 Semester
Workload	Lecture 2 SWS (30 hours class instruction; 45 hours self-study) Uebung 2 SWS (30 hours class instruction; 45 hours self-study) <i>Calculation is based on: every hr./sem.-week corresponds to 60 minutes. One semester is presumed to be 15 weeks, i.e. 14 course + 1 exam week</i>
ECTS	5
Exam number	274170
Type of exam / requirements for granting of credits / duration of the exam	100 % final exam (90 minutes) or portfolio (80 % final exam (90 minutes), 20 % oral presentation (20-30 minutes))
Recommended literature	
Further remarks (e.g. online component, practical examples, guest lectures, etc.)	The lecture is in English; exam question can be answered in German

35870 Advanced Microeconomics (englisch) (PN 271040)

Applicability	Lehrveranstaltungen aus anderen Masterprogrammen
Name of instructor	Aixa Maria Garcia Ramos
Content	This course provides students with the core elements of microeconomic theory. It will cover topics such as consumer theory, choice under uncertainty and game theory. Although the focus of the course is theoretical, empirical applications of the models will also be discussed.
Course objectives	Students will obtain a comprehensive understanding of the key elements of microeconomic theory and how they can be applied to real-world situations.
Teaching	Lectures; tutorials with exercises and empirical applications of the theoretical models.
Prerequisites	According to § 3 of the Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang International Economics and Business. Basic knowledge in microeconomics and statistics/econometrics recommended.
Frequency of the course	Every summer semester
Duration	1 semester
Workload	Lecture 2 SWS (30 hours class instruction; 45 hours self- study) Tutorial 2 SWS (30 hours class instruction; 45 hours self- study) Calculation is based on: every hr./sem.-week corresponds to 60 minutes. One semester is presumed to be 15 weeks, i.e. 14 course + 1 exam week
ECTS	5
Exam number	271040
Type of exam / requirements for granting of credits / duration of the exam	100% final exam (90 minutes)

Recommended literature	A list of references will be provided in class.
Further remarks (e.g. online component, practical examples, guest lectures, etc.)	Lectures and tutorials are in English. Exam question must be answered in English.

36304 Monetäre Außenwirtschaft (PN 201310)

Moduleinordnung	Lehrveranstaltungen aus anderen Masterprogrammen
Dozenten	Prof. Dr. Johann Graf Lambsdorff
Inhalt des Moduls	Ausgehend von der Zahlungsbilanz und Modellen zu Kaufkraftparität, Zinsparität, Devisenmarkt und einem Keynesianischen Konsensmodell einer offenen Volkswirtschaft werden die Auswirkungen wirtschaftspolitischer Maßnahmen und Störungen bei konstanter und variabler Inflation untersucht. Dabei werden verschiedene Wechselkursregime behandelt, Overshooting, Original Sin, Bonitätsrisiken und Fragen der internationalen Finanzarchitektur. Das mögliche Scheitern der Zinsparität wird anhand verschiedener Ansätze erklärt. Die Modelle werden durch Fallstudien und empirische Methoden bereichert.
Qualifikationsziele des Moduls	Studierende werden in die Lage versetzt, Entscheidungen zu internationalen Finanzanlagen auf wissenschaftlicher Grundlage zu treffen und hierfür das Handeln wirtschaftspolitischer Entscheidungsträger zu entschlüsseln.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung mit Übung. Im Rahmen der Übung werden sowohl Übungsaufgaben als auch Fallstudien verwendet. Mit Hilfe von classEx werden interaktive Lehrformen integriert.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Kenntnisse in Mikro- und Makroökonomik aus einem ersten Hochschulabschluss oder vergleichbaren Abschluss.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Sommersemester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	Vorlesung: 2 SWS, Präsenzzeit (in Std.) = 30, Eigenarbeitszeit (in Std.) = 45. Übung: 2 SWS, Präsenzzeit (in Std.) = 30, Eigenarbeitszeit (in Std.) = 45. <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14</i>

	<i>Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	5
Prüfungsnummer	201310
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	100% Klausur (90 Minuten)
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<p>Zum Beginn der Veranstaltung wird ein vorlesungsbegleitendes Buch zum Kauf angeboten: Lamsdorff, J. Graf (2018), Monetäre Außenwirtschaft – Vorlesung in Volkswirtschaftslehre (2018), Selbstverlag, Passau.</p> <p>Jarchow, H.-J. und P. Rühmann (2000), Monetäre Außenwirtschaft I. Monetäre Außenwirtschaftstheorie, 5., Aufl., Göttingen.</p> <p>Krugman, P.R., M. Obstfeld und M. Melitz (2015), International Economics: Theory and Policy, 10. Aufl.</p>
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	

36309 The Economics of Corruption (September 2019) (PN 201301)

Applicability	Lehrveranstaltungen aus anderen Masterprogrammen
Name of instructor	Prof. Dr. Johann Graf Lambsdorff
Content	<p>The course introduces into the economic analysis of corruption, defined as the misuse of public power for private benefit. A focus is put on behavioral and experimental economics, seeking to address how citizens behave and how officials react to corrupt incentives and sanctions.</p> <p>Approaches to reform, particularly based on the United Nations Convention Against Corruption (UNCAC), are critically discussed and confronted with behavioral insights.</p> <p>Topics covered embrace the 4-eyes principle, Abuse of Office, Corruption Perceptions Index, Debarment, Diffusion of Responsibility, Limiting Discretion, Illicit Enrichment, Intermediaries, Intrinsic Motivation, Job Rotation, Leniency, Nullity of the Basic Contract, Procurement, Separation of Functions and the Tone at the Top.</p>
Course objectives	<p>Participants learn how to integrate legal, behavioral and economic incentives and their Impact on corrupt behavior in politics as well as private and public organizations.</p> <p>They understand the strengths and weaknesses of current anticorruption systems.</p>
Teaching	<p>Lectures, guest presentations, case studies and simulations are core ingredients of this course. Participants also work in groups to develop and implement their own experiments and discuss their findings.</p> <p>The course is given in English.</p>
Prerequisites	<p>Knowledge in microeconomics and institutional economics is strongly recommended. Interest in experimental economics and game theory is helpful.</p> <p>A registration via www.icgg.org is obligatory.</p>
Frequency of the course	Blocked course, starting prior to the winter semester, every 2 semesters.

Duration	1 Semester
Workload	<p>Vorlesung: 2 SWS, Präsenzzeit (in Std.) = 30, Eigenarbeitszeit (in Std.) = 45 Übung und Gastvorträge, Gruppenarbeit: 2 SWS, Präsenzzeit (in Std.) = 30, Eigenarbeitszeit (in Std.) = 45</p> <p><i>Calculation is based on: every hr./sem.-week corresponds to 60 minutes. One semester is presumed to be 15 weeks, i.e. 14 course + 1 exam week</i></p>
ECTS	5
Exam number	201301
Type of exam / requirements for granting of credits / duration of the exam	Portfolio exam: 70 points final written exam, 30 points short report (3,000-4,000 characters) on the research findings from the group work, where the own contribution is explained.
Recommended literature	<p>Lambsdorff, J. Graf (2007), "The New Institutional Economics of Corruption and Reform: Theory, Evidence and Policy". Cambridge University Press.</p> <p>Lambsdorff, J. Graf (2009), The Organization of Anticorruption - Getting Incentives Right. In: Corruption, Global Security, and World Order, ed. by R. Rotberg, (The Brookings Institution Press: Washington, D.C., 2009): 389-415.</p> <p>Lambsdorff, J. Graf (2015), Preventing Corruption by Promoting Trust - Insights from Behavioral Science. University of Passau, Version: Diskussionsbeitrag Nr. V-69-15 (Volkswirtschaftliche Reihe der Passauer Diskussionspapiere).</p>
Further remarks (e.g. online component, practical examples, guest lectures, etc.)	2-3 guest lectures will be included.

36323 Geld, Zins und Inflation (PN 273010)

Moduleinordnung	Lehrveranstaltungen aus anderen Masterprogrammen
Dozenten	Prof. Dr. Johann Graf Lambsdorff
Inhalt des Moduls	<p>In diesem Seminar werden aktuelle monetäre Probleme behandelt, z.B. bezüglich Zentralbankverhalten, Zentralbankpolitik und die hierauf aufbauenden Anlageentscheidungen. Zentral hierbei ist das Erstellen eines „Vermerks“. Dies ist eine in der Praxis gängige Tätigkeit für Ökonomen.</p> <p>Das Seminar wird gemeinsam mit Dr. Christian Engelen durchgeführt,</p>
Qualifikationsziele des Moduls	Studierende lernen, unter Zeitdruck praktische Aufgabenstellungen der monetären Ökonomik zu Geld, Zins und Inflation zu analysieren und zu diesen umfassend, fundiert und klar Stellung zu nehmen. Diese Qualifikation wird durch das Schreiben von zwei Vermerken eingeübt, also einer fundierten Entscheidungsvorlage, und dem Erstellen eines Videos.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminar
Voraussetzungen für die Teilnahme	Besuch der Vorlesung Advanced Macroeconomics, Geld Zins Inflation oder Monetäre Außenwirtschaft.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Sommersemester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	<p>Seminar: 2 SWS, Präsenzzeit (in Std.) = 30, Eigenarbeitszeit (in Std.) = 180.</p> <p><i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i></p>
ECTS	7
Prüfungsnummer	273010

<p>Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung</p>	<p>Studierende müssen ca. 2 Vermerke schreiben à 5000 Anschläge und sich in die Seminardiskussionen einbringen. In Gruppenarbeit ist ein 3-minütiges Video zu einem der vorherigen Vermerke zu erstellen. Portfolioprüfung: 25 Punkte je Vermerk, 25 Punkte für Video, 25 Punkte für mündliche Beteiligung (spontane Eingangs- und Schlusstatements sowie sonstige mündliche Beiträge).</p> <p>Die mündliche Beteiligung im Rahmen eines Eingangs- und Schlusstatements stellt sicher, dass sich Teilnehmende nicht nur mit dem eigenen Thema auseinandersetzen, sondern sich kritisch mit den Themen der anderen Seminarteilnehmenden beschäftigen. Die Erstellung eines Videos vertieft die Bearbeitung und die Anforderungen an die Verständlichkeit.</p>
<p>Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)</p>	
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	

36328 Lab and Field Experiments: Corruption, Conflict & Cooperation (PN 271020)

Moduleinordnung	Lehrveranstaltungen aus anderen Masterprogrammen
Dozenten	Dr. Katharina Werner
Inhalt des Moduls	The seminar replaces the lecture on Anticorruption and the seminar Experimental Economics. The seminar consists of two parts: In the first part, students learn the methodological basics of designing and conducting laboratory and field experiments, mainly by analyzing and discussing seminal experimental studies in the fields of anticorruption and conflict resolution. They also learn the basics of programming computer-based laboratory experiments in the program „z-Tree“ (Fischbacher, 2007) and smartphone-based (field) experiments in the software “classEx” (Giamattei, Lambsdorff 2015). In the second part, students apply this knowledge and design, program and run their own laboratory or field experiment and analyze the results.
Qualifikationsziele des Moduls	Students run their own research projects to investigate the boundaries between economic theory and actual human behavior.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminar with own research project (experiment).
Voraussetzungen für die Teilnahme	Behavioral Game Theory and / or Economics of Corruption
Häufigkeit des Angebots des Moduls	summer term
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	The seminar yields 10 ECTS (in case of a group work only 7 ECTS). Class attendance time (in hours) = 60, out-of-class study time (in hours) = 240 (150 in case of a group work). <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14</i>

	<i>Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	7
Prüfungsnummer	271020
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	100% report
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<p>D. Davis & C. Holt (1993) <i>Experimental Economics</i>, Princeton University Press. C. Camerer (2003) <i>Behavioral Game Theory</i>, Princeton University Press.</p> <p>Additional literature will be assigned / recommended during the course.</p>
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<p>Students can also run a group project. Groups of 2 (or in case of a reasonable and sound application even more) persons develop a joint idea for a research question. They design and run the experiment, analyze and present the data and write the seminar paper together. In the seminar paper, it must be clearly distinguishable which of the group members wrote which chapters. For such a group project, students receive 7 ECTS, because the workload per group member will be approximately 150 hours.</p>

37030 Advanced International Trade (PN 272180)

Applicability	Lehrveranstaltungen aus anderen Masterprogrammen
Name of instructor	Prof. Dr. Sebastian Krautheim
Content	<p>Over the last 15 years, academic research on international trade, foreign direct investment (FDI) and outsourcing has been booming. In the beginning of the 2000s, the two seminal contributions by Eaton and Kortum (2002) and Melitz (2003) started an active and innovative literature on international trade, FDI and outsourcing that is characterized by the close link between empirical and theoretical work. Building on newly available firm level data sets, a new class of models emerged allowing for firm heterogeneity and productivity differences across firms and sectors that had previously been ignored in the literature.</p> <p>Eaton and Kortum (2002) and Melitz (2003), the two key contributions to this literature, directly build on the Ricardian model of trade and the Krugman (1980) model. Building on the detailed knowledge on Ricardo and Krugman which students should have acquired in the course “Fundamentals of International Trade”, the course “Advanced International Trade” focusses on the recent developments in the literature and intends to guide students close to the current research frontier.</p> <p>The focus of the course is on deriving analytically the main results from Eaton and Kortum (2002) and Melitz (2003). Based on a solid understanding of these two seminal contributions, the course covers the recent developments of the international trade literature of the last 15 years and provides students with a well-founded intuition for the research frontier in different strands of the international trade literature. This includes, among other things, topics like trade and inequality, trade and competition, the geography of international trade, trade and FDI as well as trade and outsourcing.</p>

Course objectives	After taking this course, students are able to analytically derive the main results of the two most influential papers in the trade literature since 1980: Eaton and Kortum (2002) and Melitz (2003). Most notably, a deep understanding of the Melitz (2003) model will be acquired allowing students to gain a good understanding of (and to form an independent opinion about) the most recent developments in the academic analysis of international trade, FDI and outsourcing. Students will develop a well-grounded intuitive understanding about the different topics at the research frontier in international trade, FDI and outsourcing.
Teaching	Lecture and exercise class are held in English.
Prerequisites	Having completed the course “Fundamentals of International Trade” is highly recommended. Otherwise a good knowledge of the two-countries-two-goods Ricardian model as well as the Krugman (1980) is needed to follow the course.
Frequency of the course	each summer term
Duration	1 Semester
Workload	Vorlesung 2 SWS (30 Stunden Präsenzzeit und 45 Stunden Eigenarbeitszeit) Übung 2 SWS (30 Stunden Präsenzzeit und 45 Stunden Eigenarbeitszeit) <i>Calculation is based on: every hr./sem.-week corresponds to 60 minutes. One semester is presumed to be 15 weeks, i.e. 14 course + 1 exam week</i>
ECTS	5
Exam number	272180
Type of exam / requirements for granting of credits / duration of the exam	Written exam (90 minutes plus 10 minutes reading time).
Recommended literature	- Feenstra, Robert C. (2003) “Advanced International Trade“, Princeton University Press. - Eaton, J. and S. Kortum (2002). “Technology, Geography, and Trade.” In: <i>Econometrica</i> 70, pp.

1741–1779.

- Melitz, M. J. (2003). "The Impact of Trade on Intra-Industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity." In: *Econometrica* 71, pp. 1695–1725.

- Anderson, James E. and Eric van Wincoop (2003). "Gravity with Gravitas: A Solution to the Border Puzzle." In: *The American Economic Review* 93 (1), pp. 170–192.

- Antràs, P. and E. Helpman (2004). "Global Sourcing". In: *Journal of Political Economy* 112 (3), pp. 552–580.

- Arkolakis, C. (2010). "Market Penetration Costs and the New Consumers Margin in International Trade". In: *Journal of Political Economy* 118 (6), pp. 1151–1199.

- Bernard, A. B., S. J. Redding, and P. K. Schott (2007). "Comparative Advantage and Heterogeneous Firms". In: *The Review of Economic Studies* 74.1, pp. 31–66.

- Bernard, A. B., S. J. Redding, and P. K. Schott (2011). "Multiproduct Firms and Trade Liberalization". In: *The Quarterly Journal of Economics* 126.3, pp. 1271–1318.

- Chaney, T. (2008). "Distorted Gravity: The Intensive and Extensive Margins of International Trade". In: *American Economic Review* 98 (4), pp. 1707–1721.

- Eaton, J., S. Kortum, and F. Kramarz (2011). "An Anatomy of International Trade: Evidence From French Firms". In: *Econometrica* 79.5, pp. 1453–1498.

- Eckel, C. and J. P. Neary (2010). "Multi-Product Firms and Flexible Manufacturing in the Global Economy". In: *Review of Economic Studies* 77 (1), pp. 188–217.

- Egger, H. and U. Kreickemeier (2012). "Fairness, Trade, and Inequality". In: *Journal of International Economics* 86.2, pp. 184–196.

- Helpman, E., O. Itskhoki, and S. Redding (2010). "Inequality and Unemployment in a Global Economy". In: *Eco* 78 (4), pp. 1239–1283.

- Helpman, E., M. J. Melitz, and Y. Rubinstein (2008). "Estimating Trade Flows: Trading Partners and Trading Volumes". In: *The Quarterly Journal of Economics* 123 (2), pp. 441–487.

- Helpman, E., M. J. Melitz, and S. R. Yeaple (2004). "Export Versus FDI with Heterogeneous

	<p>Firms”. In: American Economic Review 94 (1), pp. 300–316.</p> <p>- Krautheim, S. (2012). “Heterogeneous Firms, Exporter Networks and the Effect of Distance on International Trade”. In: Journal of International Economics 87 (1), pp. 27–35.</p> <p>- Krautheim, S. (2013). “Export-supporting FDI”. In: Canadian Journal of Economics 46 (4), pp. 1571–1605.</p> <p>- Melitz, M. J. and G. I. P. Ottaviano (2008). “Market Size, Trade, and Productivity”. In: Review of Economic Studies 75 (1), pp. 295–316.</p>
<p>Further remarks (e.g. online component, practical examples, guest lectures, etc.)</p>	<p>This course and the course “Empirics of International Trade” (usually offered in the summer term by Dr. Davide Sala) are highly complementary. The same holds true for the seminars “Recent Topics in International Trade” and “Advanced International Economics”.</p>

37206 Modellierungstools (PN 201007)

Moduleinordnung	Wirtschaftsinformatik / Information Systems - Vertiefung
Dozenten	Dr. Johann Achatz
Inhalt des Moduls	Nach einer beispielorientierten Einführung in den Umgang mit Modellierungstools (Implementierung, Datenhandling, Ergebnisinterpretation), werden aus Praxisbeispielen Operations Research Modelle identifiziert. Der Schwerpunkt liegt hierbei auf linearen und gemischt-ganzzahligen Modellen aus dem Supply Chain Management. Im Anschluss daran werden detailliert verschiedene kommerziell erhältliche Modellierungstools zusammen mit den jeweiligen Modellierungssprachen vorgestellt.
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden sollen in der Lage sein, Probleme selbstständig zu analysieren und mit Hilfe der besprochenen Tools Modelle zu erstellen, Lösungen zu erzeugen und diese wiederum entsprechend zu interpretieren und zu bewerten. Mit Hilfe vieler Fallstudien erarbeiten sich die Studierenden einen Erfahrungsschatz zum Einsatz von Techniken in der Praxis und den dort auftretenden Schwierigkeiten. Allgemein soll die Fähigkeit zum problemlösenden Denken gefördert werden. Eignung zur kritischen Reflektion der aktuellen, einschlägigen wissenschaftlichen Fachliteratur.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Frontalunterricht mit starker Förderung von Diskussion • praktische Übungen am Rechner • Erstellung eigener Modelle und Interpretation der Ergebnisse
Voraussetzungen für die Teilnahme	Empfohlen für diese Veranstaltung sind Kenntnisse einer Programmiersprache, wie sie z. B. im Bachelor Wirtschaftsinformatik erworben werden.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Sommersemester
Länge des Moduls	1 Semester

Workload des Moduls	<p>Vorlesung 2 SWS (30 Std. Präsenzzeit, 45 Std. Eigenarbeitszeit) Übung 2 SWS (30 Std. Präsenzzeit, 45 Std. Eigenarbeitszeit)</p> <p><i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i></p>
ECTS	5
Prüfungsnummer	201007
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	<p>Klausur (60 Min., 100 % der Gesamtnote) Die Anmeldung zur Klausur hat zu den vom Zentralen Prüfungssekretariat vorgegebenen Fristen über Hisquis zu erfolgen.</p>
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Online-Skript zur Veranstaltung • Kallrath (2002) Gemischt-ganzzahlige Optimierung: Modellierung in der Praxis (Vieweg) • Dokumentationen zu den jeweiligen Modellierungstools
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<p>Aktives Arbeiten mit besprochenen Modellierungstools Erstellen größerer Modelle im Team Präsentation aktueller Neuerungen der jeweiligen Toolhersteller</p>

37502 Management von IT-Architekturen (PN 283004)

Moduleinordnung	Wirtschaftsinformatik / Information Systems - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Thomas Widjaja
Inhalt des Moduls	<p>IT-Architekturen beschreiben das Zusammenspiel der IT eines Unternehmens. Hierbei steht daher nicht ein einzelnes betriebliches Informationssystem im Fokus, sondern die Gesamtheit der betrieblichen Informationssysteme. Im Rahmen des Moduls wird zunächst ein Überblick über die Aufgaben und Ziele des Managements von IT-Architekturen gegeben und darauf aufbauend werden unter anderem die folgenden Themenfelder behandelt:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aufgaben und Ziele des IT-Architekturmanagements 2. Zusammenspiel zwischen IT-Strategie, Unternehmensarchitekturen und IT-Architekturen 3. Modellierung von Unternehmensarchitekturen und IT-Architekturen 4. IT-Business Alignment 5. IT-Architekturmanagement-Frameworks 6. Integration von IT-Architekturen 7. IT-Komplexität 8. Redundanz und Standardisierung von IT-Architekturen 9. IT-Anwendungsportfolio-Management 10. Two-Speed-Architekturen und Digitale Infrastrukturen
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Ziel des Moduls ist die Vermittlung von grundlegendem Wissen zu den Zielen, Aufgaben und Methoden des IT-Architekturmanagements. Nach dem Besuch der Veranstaltung können die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • ... das Management von Unternehmensarchitekturen als Teilbereich des IT-Managements einordnen. • ... die Ziele des IT-Architekturmanagements und deren Abhängigkeiten erklären. • ... die Wechselwirkungen von Unternehmensarchitekturen und IT-Architekturen erklären. • ... Unternehmens- und IT-Architekturen aus unterschiedlichen Perspektiven modellieren.

	<ul style="list-style-type: none"> • ... das Management von Redundanz und Standardisierungsgrad als zentrale Aufgaben des IT-Architekturmanagements einordnen. • ... die wesentlichen Frameworks und Methoden für das IT-Architekturmanagement erklären und anwenden.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<p>Interaktiver Frontalunterricht Fallstudien Bearbeitung von Übungsaufgaben</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang „Wirtschaftsinformatik“. Erfolgreicher Besuch des Moduls „IT-Management“ (oder vergleichbare Wissensvoraussetzung) empfohlen.</p>
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Sommersemester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	<p>Vorlesung 2 SWS (30 St. Präsenzzeit und 45 St. Eigenarbeitszeit) Übung 2 SWS (30 St. Präsenzzeit und 45 ST. Eigenarbeitszeit)</p> <p><i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i></p>
ECTS	5
Prüfungsnummer	283004
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Klausur (60 Minuten) - Gewichtung 100 %
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<p>Ross, J. W., Weill, P., und Robertson, D. (2006). Enterprise Architecture as Strategy: Creating a Foundation for Business Execution. Boston: Harvard Business Press.</p> <p>Krcmar, H. (2015). Informationsmanagement, 6. Auflage, Springer Gabler: Heidelberg</p> <p>Weitergehende Literatur wird in der Veranstaltung empfohlen</p>

Besonderes (z.B. Online-Anteil,
Praxisbesuche, Gastvorträge,
etc.)

Gastvorträge

37506 Masterseminar Betriebliche Informationssysteme - Aktuelle Herausforderungen des IT-Managements (PN 266592)

Moduleinordnung	Wirtschaftsinformatik / Information Systems - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Thomas Widjaja Tobias Mini
Inhalt des Moduls	<p>Ziel des Seminars ist es aktuelle, praxisrelevante Fragestellungen der Wirtschaftsinformatik theoriegeleitet und methodisch fundiert zu untersuchen. Die Seminarthemen sind dabei schwerpunktmäßig im Kontext betrieblicher Informationssysteme, datenbasierter Geschäftsmodelle und Softwareökonomie angesiedelt.</p> <p>Schriftliche Leistung: Erstellung einer Seminararbeit durch die Studierenden zu aktuellen Themen der Wirtschaftsinformatik. Diese muss problemorientiert sein und Eigenleistungen in Form einer kritischen Auseinandersetzung mit Literaturmeinungen bzw. einer Diskussion der wissenschaftlichen Methodik enthalten. Auch eigene empirische Untersuchungen können Bestandteil der Arbeit sein.</p> <p>Mündliche Leistung: Präsentation und Diskussion von Problemstellung, Zielen und Vorgehen der Arbeit sowie der Ergebnisse der Untersuchung.</p>
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden erweitern ihre Kenntnisse über den Themenbereich Wirtschaftsinformatik sowie die Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens und können ihr Forschungsthema wissenschaftlich analysieren und interpretieren. • Sie vertiefen ihre Fähigkeiten, die Fachliteratur zu einer spezifischen Fragestellung systematisch und strukturiert zu erfassen und die Inhalte zusammenzufassen und zu bewerten. • Sie vertiefen ihre Kenntnisse der Präsentations- und Kommunikationstechniken und können ihre fachbezogenen Positionen und Problemlösungen formulieren und argumentativ verteidigen.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Workshops zur Präsentation und Diskussion von Zwischenergebnissen in der Gruppe und mit den

	betreuenden Dozenten <ul style="list-style-type: none"> • Individuelle Betreuung in Einzelgesprächen • Individuelle Erstellung einer Seminararbeit • Präsentation der Seminararbeit und Diskussion der Ergebnisse
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Prüfungs- und Studienordnungen für den Masterstudiengang Wirtschaftsinformatik und den Masterstudiengang Business Administration
Häufigkeit des Angebots des Moduls	unregelmäßig
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	Seminar 2 SWS (30 St. Präsenzzeit und 180 St. Eigenarbeitszeit) <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	7
Prüfungsnummer	266592
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Für die erfolgreiche Teilnahme am Seminar müssen eine schriftlich und zwei mündliche Leistungen erbracht werden. Die schriftliche Leistung umfasst eine ca. 15-seitige Hausarbeit. Die mündlichen Leistungen bestehen aus Vortrag (ca. 20 Minuten) und Diskussion (ca. 10 Minuten).
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Themenspezifisch (wird in der ersten Veranstaltung bekannt gegeben)
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Anmeldung sowohl über den Lehrstuhl als auch über Stud.IP! Weitere Informationen dazu finden Sie auf der Lehrstuhl-Homepage.

37670 Theorieentwicklung und Forschungsmethoden in der Wirtschaftsinformatik (Master) - vorm. Forschungsmethoden der Wirtschaftsinformatik (PN 266160)

Moduleinordnung	Methoden Wirtschaftsinformatik / Information Systems - Grundlagen Wirtschaftsinformatik / Information Systems - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Franz Lehner Dr. Nora Fteimi
Inhalt des Moduls	<p>In diesem Modul wird ein grundlegender Überblick über die Theorieentwicklung und Forschungsmethoden in der Wirtschaftsinformatik vermittelt. Ferner werden der Forschungsgegenstand, die wissenschaftliche Positionierung der Wirtschaftsinformatik sowie ausgewählte Forschungsmethoden und Modelle vertiefend behandelt.</p> <p>Inhaltsübersicht:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ziele und Gegenstandsbereich der Wirtschaftsinformatik, Einordnung in die Wissenschaftslandschaft • Wissenschaftstheoretische Grundlagen und Grundpositionen sowie Theorieverständnis • IT-Artefakte und Identität der WI • Forschungsfelder der Wirtschaftsinformatik und ihre Theoriebezüge • Konstruktions- vs. Verhaltensorientierte Forschung in der WI • Herausforderungen der Interdisziplinären Forschung • Überblick über die Forschungsmethoden in den Sozial- und Wirtschaftswissenschaften • Ausgewählte qualitative und quantitative Forschungsmethoden (u. a. Grounded Theory, Inhaltsanalyse, Befragung, Experiment) • Scientific Community der Wirtschaftsinformatik und Ethik in der Wissenschaft
Qualifikationsziele des Moduls	Ziel ist es, die Grundlagen der Forschung im Bereich der Wirtschaftsinformatik zu vermitteln. Hierbei werden neben Erkenntniszielen und

	<p>Gegenstandsbereich auch die Theoriebezüge und Modelle vorgestellt, die in der Wirtschaftsinformatikforschung hauptsächlich zum Einsatz kommen. Die Studierenden sollen in der Lage sein, zu ausgewählten Forschungsthemen der Wirtschaftsinformatik (z. B. Messung des Nutzens von Informationssystemen) adäquate Theoriebezüge herzustellen und geeignete Forschungsmodelle zu wählen. Diese Kenntnisse, insbesondere die Auswahl und der Einsatz einer geeigneten Forschungsmethode, sollen in Verbindung mit eigenständigen wissenschaftlichen Arbeiten (z. B. Masterarbeit) selbständig angewendet werden können.</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktiver Frontalunterricht, Diskussionsrunden, Bearbeitung von anwendungsorientierten Übungsaufgaben
Voraussetzungen für die Teilnahme	Erfolgreicher Besuch der Lehrveranstaltung "Grundlagen der Wirtschaftsinformatik" (oder vergleichbare Wissensvoraussetzungen)
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Sommersemester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	<p>Vorlesung 2 SWS (30 Std. Präsenzzeit, 45 Std. Eigenarbeitszeit) Übung 2 SWS (30 Std. Präsenzzeit, 45 Std. Eigenarbeitszeit)</p> <p><i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i></p>
ECTS	5
Prüfungsnummer	266160
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	<ul style="list-style-type: none"> • Schriftliche Klausur am Ende des Semesters (60% der Gesamtnote) • Bewertung der Übungsleistung (40% der Gesamtnote) <p>Die Benotung der im Rahmen der Übung erarbeiteten und präsentierten Analyseergebnisse dient der Förderung der praktischen Anwendung</p>

der in der Vorlesung vorgestellten Theorien und Modelle. Die weitgehend selbständige Umsetzung des Gelernten ist für den Lernerfolg der Studierenden entscheidend. Die Relevanz vieler Theorien für die betriebliche Praxis kann den Studierenden meist erst durch die Anwendung in Verbindung mit realen Beispielen nahe gebracht werden.

Die rein passive Aufnahme von theoretischen Konzepten befähigt die Studierenden noch nicht zur selbständigen Anwendung derselben. Durch die Bearbeitung von Fallbeispielen im Rahmen der Übung vertiefen die Studierenden ihr Wissen und lernen die Modelle selbständig und adäquat einzusetzen.

Die Benotung der Lösungen und das inhaltliche Feedback zu den Übungsaufgaben ermöglichen den Studierenden, bereits während des Semesters ihren Wissensstand und den Lernfortschritt gut einzuschätzen. Für die Lehrenden ergibt sich hieraus der Vorteil, dass Wissenslücken und Probleme der Studierenden zeitnah und zielgenau identifiziert und in Vorlesung oder Übung adressiert werden können.

Die Bewertung der Übungsleistung spiegelt den Aufwand für die eigenständige Bearbeitung der Fallbeispiele wieder. In Verbindung mit den Methoden der qualitativen Forschung werden auch Softwarewerkzeuge (z.B. zur Inhaltsanalyse von Texten) eingesetzt, deren Einsatz und Benutzung erlernt werden muss.

Die Klausur am Semesterende dient der Überprüfung, ob die theoretischen Zusammenhänge und die Anwendung auf vorgegebene Fallsituationen hinreichend verstanden wurden.

Die bisherigen Teilnehmer an Lehrveranstaltungen aus dem Bereich Wirtschaftsinformatik hoben die Integration der Vermittlung theoretischen Wissens und der praktischen Anwendung immer positiv hervor. Die Teilnehmer fühlen sich durch die Bewertung der Übungsleistungen in ihrer Motivation zur aktiven Teilnahme an der Lehrveranstaltung bestärkt. Sie geben durchweg an, dass sie durch die konsequente, praktische Anwendung während des Semesters einen nachhaltigeren Lernerfolg erzielen und ein tieferes Verständnis für die

	<p>behandelten Themen entwickeln. Die hierdurch erworbene Routine und Lösungskompetenz wurde auch als Vorteil für die spätere Berufspraxis genannt.</p>
<p>Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Heinrich / Heinzl / Roithmayr: Wirtschaftsinformatik. Einführung und Grundlegung. 3. Aufl., München 2007 • Schnell, R., Hill, P.B., Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, 8, Auflage, Oldenbourg, 2008 • Bortz, I., Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Springer Verlag, 4. Auflage 2006 • Lehner, F.: Theoriebildung in der Wirtschaftsinformatik. In: Becker, J. et al. (Hrsg.): Wirtschaftsinformatik und Wissenschaftstheorie. Bestandsaufnahme und Perspektiven. Wiesbaden 1999, 7-24 <p>Weitere Literatur wird am Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben</p>
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	

37680 Data Mining and Data Warehousing (Master) (PN 266140)

Applicability	Wirtschaftsinformatik / Information Systems - Vertiefung
Name of instructor	Prof. Dr. Franz Lehner
Content	<p>Data-driven decisions have become a distinctive factor defining the success mantra of high performance firms. When used wisely, analytical capabilities have enormous power to enhance the competitiveness of almost any company or enterprise. It is therefore imperative that tomorrow's business leaders learn to apply data mining techniques to enterprise data to draw management insights in decision making pertaining to their business domains.</p> <p>This course equips students with necessary knowledge and skills on the thought process, modeling approach and tools required to use data from the enterprise and other sources for business decisions. Thus, the course will enable you to prepare for a career in consulting, business analytics and market research. Students who are seeking positions as functional managers would also benefit from the course as future users of data for decisions. Functional managers will gain insights to set directions for research, and also to commission and evaluate business research projects.</p> <p>The business context of the course is set in the backdrop of decision problems surrounding market customization: segmentation, profiling and targeting and prediction covering sectors such as retail, manufacturing, and stock markets. This course will introduce the context of data mining, and cover prominent modeling techniques such as regression, decision trees, clustering, ANN and text mining.</p> <p>COURSE CONTENTS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Session 1-2 <p>Topics: Introduction, expectations, QA, vocabulary of business analytics, business value of analytics, BI architecture, adoption</p> <p>Readings:</p>

1-2a. Course outline
 1-2b. Case: Bizocity scoring at AT&T
 1-2c. Han et al. (2012) Chapter 1, Introduction, Data Mining
 1-2d. Davenport & Haris (2007) Competing on analytics, HBR*

• Session 3
 Topics:
 Fundamentals of data management, data quality, RDBMS, SQL, data warehousing, OLAP, big data and analytics
 Readings:
 3a. Han et al. (2012) Chapter 2, Datawarehouse and OLAP technology for data mining, Data Mining (pp. 3-24)
 3b. Redman (2013) Data's credibility problem, HBR*

• Session 4-5
 Topics:
 Data mining process, statistical learning, over view of data mining techniques, regression analysis
 Readings:
 4-5a. James et al. (2013) Chapter 1, Statistical learning, ISL
 4-5b. James et al. (2013) Chapter 2, Linear regression, ISL
 4-5c. Kumar & Bohling (2002) Six steps to better decision models, Marketing Science*
 4-5d. Pilgrim Bank (A): Customer profitability, HBS (assignment)

• Session 6-7
 Topics:
 Classification, techniques, classifier performance, scoring models, classification using decision trees; implementation in R: problem of targeted mailing
 Readings:
 6-7a. Malthouse (2001), Scoring models
 6-7b. James et al. (2013) Chapter 8, Tree-based models
 6-7c. Delta (2014) Delta's new frequent flyer policy, K@W*

• Session 8
 Topics:
 Cluster analysis, clustering techniques, implementation in R: clustering for segmentation and profiling
 Readings:

	<p>8a. James et al. (2013) Chapter 10, Unsupervised learning (pp. 385-400)</p> <p>8b. John et al. (2017) What is the value of a like? HBR*</p> <ul style="list-style-type: none"> • Session 9 <p>Topics: Machine learning, artificial neural networks for time series modeling, implementation in R: financial time series modeling using ANN</p> <p>Readings: 9a. Kaastra & Boyd (1996) Designing a neural network for forecasting financial and economic time series, JNC</p> <p>9b. Financial time series tutorial</p> <p>9c. Economist (2018) GrAlt expectations*</p> <ul style="list-style-type: none"> • Session 10 <p>Topics: Mining the web: Text mining, process, key concepts, sentiment scoring, text mining using R- the case of a movie discussion forum</p> <p>Readings: Weiss et al. (2010) Chapter 1: Overview of text mining, Text Mining</p>
Course objectives	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Introduce business intelligence architecture and its components covering databases, data warehouse, OLAP and data mining ▪ Learn to convert business problems into data mining problems and understand data mining process. ▪ Explore data mining techniques covering classification, regression, machine learning and text mining with applications in business ▪ Develop skills for using data mining software tools to solve data mining problems.
Teaching	<ul style="list-style-type: none"> • The course will be conducted through classroom lectures, lab sessions, exercises, quizzes, assignment discussions/presentations and mini projects. • Small groups of students will be formed in the beginning of the course. The team projects will be based on business problems involving modeling, selected from various domains depending on the interest/experience/ambitions of the teams. The teams will also work on brief analytical

	presentations of research papers related to BI and analytics
Prerequisites	<p>SOFTWARE</p> <ul style="list-style-type: none"> • R, RStudio • MS Excel <p>These software packages come with extensive help documentation to get started and get going. Special training to use some features of the software will be offered on demand.</p>
Frequency of the course	im Sommersemester 2018
Duration	1 Semester
Workload	<p>Vorlesung 2 SWS (30 Std. Präsenzzeit, 60 Std. Eigenarbeitszeit) Übung 2 SWS (60 Std. Eigenarbeitszeit)</p> <p><i>Calculation is based on: every hr./sem.-week corresponds to 60 minutes. One semester is presumed to be 15 weeks, i.e. 14 course + 1 exam week</i></p>
ECTS	5
Exam number	266140
Type of exam / requirements for granting of credits / duration of the exam	<p>EVALUATION</p> <ul style="list-style-type: none"> • Written examinations 35% • Project work 40% • Assignments 25%
Recommended literature	<p>DATA SOURCES</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Adventure Works Cycles”, SQL Server sample database • “Retail Sense transaction data”, real life data of a fashion retailer • UCI Machine Learning Repository, http://archive.ics.uci.edu/ml/ • Financial/capital market data: Yahoo! Finance • TEXT DATA: www.twitter.com • ISL RESOURCES: http://www-bcf.usc.edu/~gareth/isl/ • Kaggle: www.kaggle.com <p>READINGS</p> <p>Text Book (Recommended): 1-2a, 3a: Han, J., Kamber, M. & Pei, J. (2012). Data</p>

	<p>Mining Concepts and Techniques, 3rd ed, MA: Elsevier.</p> <p>Pre-Reads</p> <ul style="list-style-type: none"> • 4-5a, 4-5b, 6-7b, 8a: James, G., Witten, D., Hastie, T. and Tibshirani, R. (2013) An Introduction to Statistical Learning with Applications in R, Springer: NY • 1-2b: Berry, M. J. A. and Linoff, G. S. (2006) Data Mining Techniques for Marketing, Sales and Customer Relationship Management, Delhi: Wiley Publications. • 1-2d: Davenport, T.H., & Harris, J.G. (2007). Competing on analytics, The new science of winning. Boston, MA: Harvard Business School Press. • 3b: Redman, T. C. (2013) Data's credibility problem, Harvard Business Review • 4-5c: Kumar V. and Bohling T. (2002) Six steps to better decision models, Marketing Research • 6-7a: Malthouse, E. C. (2001) Scoring models, Kellogg on Integrated Marketing • 6-7c: Delta (2014) Delta's new frequent flyer policy: Reward your best customers, Knowledge @Wharton • 8b: John, L. K., Mochon, D., Emrich, O. & Schwartz, J. (2017) What's the value of a like. Harvard Business Review • 9a: Kaastra I. and Boyd M. (1996), Designing a Neural Network for Forecasting Financial and Economic Time Series, Journal of Neurocomputing, 10, pp. 215-236 • 9b: Borant L. (2004), Financial Time Series Forecasting using Neural Networks, Master Thesis, Babes-Bolyai University • 9c: Bass, A. S. (2018) GrAlt expectations, The Economist • 10a: Weiss, S. M., Indurkha, N., Zhang, T and Damerau, F. J. (2010) Text mining, Springer
<p>Further remarks (e.g. online component, practical examples, guest lectures, etc.)</p>	<p>Die Veranstaltung "Data Warehousing and Data Mining" findet geblockt im Zeitraum vom 29. Mai bis zum 7. Juni 2018 statt. Die vorläufigen Veranstaltungszeiten finden Sie bereits im Ablaufplan.</p>

37681 Masterseminar Informations- und IT-Service-Management (PN 266593)

Moduleinordnung	Wirtschaftsinformatik / Information Systems - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Franz Lehner
Inhalt des Moduls	Das Modul behandelt spezielle und aktuelle Forschungsthemen aus dem Bereich der Wirtschaftsinformatik.
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse über den Themenbereich des Seminars sowie zu Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens. Sie können ihr Seminarthema eigenständig wissenschaftlich analysieren und interpretieren. • Sie entwickeln die Fähigkeiten, die Fachliteratur zu einer spezifischen Fragestellung systematisch und strukturiert zu erfassen und die Inhalte zusammenzufassen und zu bewerten. • Sie erwerben Kenntnisse der Präsentations- und Kommunikationstechniken und können ihre fachbezogenen Positionen und Problemlösungen formulieren und argumentativ verteidigen. • Grundsätzlich werden auf diese Weise die Voraussetzungen für das Anfertigen einer Masterarbeit geschaffen.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Kurzvorträge des Dozenten mit Diskussion • Vorträge der Teilnehmer mit Diskussion • Anfertigen von Hausarbeiten • Literaturarbeit und Erarbeitung von Problemlösungen durch die Teilnehmer
Voraussetzungen für die Teilnahme	Bachelor in Wirtschaftsinformatik oder einem anderen wirtschaftswissenschaftlichen Fach.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Sommersemester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	<p>Seminar 2 SWS (30 Std. Präsenzzeit, 180 Std. Eigenarbeitszeit)</p> <p><i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14</i></p>

	<i>Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	7
Prüfungsnummer	266593
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	<p>Für die erfolgreiche Teilnahme am Seminar müssen eine schriftliche und zwei mündliche Leistungen erbracht werden. Die schriftliche Leistung umfasst eine ca. 18-seitige Hausarbeit. Die mündlichen Leistungen bestehen aus Vortrag (ca. 30 Minuten) und Diskussion(ca. 15 Minuten).</p> <p>Gewichtung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 60% Seminararbeit • 40% mündliche Leistung <p>Für beide Leistungen wird eine Note vergeben.</p>
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<p>Variierend nach Thema</p> <p>Allgemeine Literatur zum wissenschaftlichen Arbeiten und Präsentieren:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Theisen, Manuel (2008), „Wissenschaftliches Arbeiten. Technik, Methodik, Form“, 14. Aufl., Vahlen: München • Zelaszny, Gene (2001), „Das Präsentationshandbuch“, Campus: Frankfurt/Main
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	

38561 Managing and Leading Strategic Innovation and Change (PN 265070)

Applicability	International Management and Marketing - Vertiefung
Name of instructor	Prof. Dr. Andreas König
Content	Over the past decades, few challenges have become more vital to organizations that creating value and growth through strategic innovation. This course illuminates the focal issues involved in such breakthroughs of creating and capturing value in an industry. Our journey starts by looking at the specific difficulties of incumbent firms when engaging in strategic innovation and ends by investigating the opportunities that emerge as a consequence of the inertia of incumbent organizations. We particularly focus on how leaders of teams and organizations can shape strategic change, both by looking at real-life cases and by reading, and reflecting on, state-of-the-art scholarly work on strategic innovation.
Course objectives	<ul style="list-style-type: none"> • Sound understanding of what strategic innovation is • Sound understanding of the specific challenges involved in strategic innovation • The ability to apply recent frameworks and knowledge to real-life cases of strategic change, both from the perspective of established organizations as well as entrepreneurial start-ups
Teaching	<ul style="list-style-type: none"> • Interaktiver Unterricht • Kritische Reflektion aktueller wissenschaftlicher Literatur • Bearbeitung und Präsentation von Fallstudien und Übungsaufgaben
Prerequisites	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.
Frequency of the course	Jeweils im Sommersemester
Duration	1 Semester

Workload	<p>Vorlesung 2 SWS (30 St. Präsenz- und 120 St. Eigenarbeitszeit)</p> <p><i>Calculation is based on: every hr./sem.-week corresponds to 60 minutes. One semester is presumed to be 15 weeks, i.e. 14 course + 1 exam week</i></p>
ECTS	5
Exam number	265070
Type of exam / requirements for granting of credits / duration of the exam	Klausur zur Mitte des Semesters (Dauer: 60 Minuten, 100% der Gesamtnote)
Recommended literature	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekanntgegeben.
Further remarks (e.g. online component, practical examples, guest lectures, etc.)	Die Veranstaltungssprache ist Englisch!

38568 Strategy and Innovation Consulting (PN 265080)

Applicability	International Management and Marketing - Vertiefung
Name of instructor	Dr. Lorenz Graf-Vlachy
Content	Over the past decades, management consulting has evolved into one of the most important fields of application for theory on strategy and innovation. Consulting services are not only provided by big external players such as BCG and McKinsey, but also by a wide array of service functions within medium-sized and large enterprises. However, what is consulting really? And how does successful strategy and innovation consulting work? In this unique and newly designed seminar, participants develop a profound understanding of the process and powerful consulting techniques in order to be prepared for a task that has become quintessential in today's organizations.
Course objectives	<ul style="list-style-type: none"> • A sound understanding of central issues of the challenges involved in management consulting • The ability to reflect on and critically assess real-life consulting challenges such as management of, and exchange with, information, management of data, leading terms, pitching for projects • The ability to apply instruments of consulting to real-life managerial issues, particularly in the context of strategic innovation and change
Teaching	<ul style="list-style-type: none"> • Interaktiver Unterricht • Praktische Übungen und Fallstudien • Praxisvorträge
Prerequisites	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.
Frequency of the course	Jedes Sommersemester
Duration	1 Semester
Workload	Seminar 2 SWS (30h Präsenz- und 180h Eigenarbeitszeit) <i>Calculation is based on: every hr./sem.-week</i>

	<i>corresponds to 60 minutes. One semester is presumed to be 15 weeks, i.e. 14 course + 1 exam week</i>
ECTS	7
Exam number	265080
Type of exam / requirements for granting of credits / duration of the exam	• Präsentation (100% der Gesamtnote)
Recommended literature	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekanntgegeben.
Further remarks (e.g. online component, practical examples, guest lectures, etc.)	Die Veranstaltungssprache ist Englisch. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt (Auswahl nach Bewerbung). Bitte bewerben Sie sich mit Motivationsschreiben, Lebenslauf inkl. Abiturnote, und einen aktuellen Notenauszug als ein pdf-Dokument im Bewerbungszeitraum bei Lorenz Graf-Vlachy.

38571 Theory and Methods in Strategy, Leadership, and Innovation Research (PN 261150)

Applicability	International Management and Marketing - Vertiefung
Name of instructor	Prof. Dr. Andreas König Heribert De Oliveira Kuhn
Content	Die Teilnehmer erarbeiten Grundlagen der quantitativen und qualitativen empirischen Sozialforschung. Weiterhin entwickeln sie eine kritische Grundhaltung und eigene Ansätze zu Theorien der Management-, Leadership- und Innovationsforschung (z.B. Behavioral and Attention-based View of the Firm, Cognitive Framing, Executive Rhethorics, Institutional Theory, Leader-Member Exchange Theory, Managerial Cognition Theory, Socioemotional Wealth, Theory of Cognitive Sensemaking, Theory of Discontinuous Technology, Upper Echelons Theory, Value-Process-Framework).
Course objectives	<ul style="list-style-type: none"> • Vermittlung von Methoden der empirischen Sozialforschung. • Kennenlernen von aktuellen Forschungsfragen in den Bereichen Strategie, Leadership und Innovation. • Vermittlung von internationalen wissenschaftlichen Standards, wie sie auch für die Anfertigung einer Masterarbeit am Lehrstuhl wichtig sind.
Teaching	<ul style="list-style-type: none"> • Interaktiver Unterricht • Interaktive Diskussionen • Bearbeitung und Präsentation von wissenschaftlichen Studien und Übungsaufgaben
Prerequisites	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.
Frequency of the course	Jedes Semester
Duration	1 Semester
Workload	Seminar 2 SWS (60h Präsenz- und 150h Eigenarbeitszeit) <i>Calculation is based on: every hr./sem.-week</i>

	<i>corresponds to 60 minutes. One semester is presumed to be 15 weeks, i.e. 14 course + 1 exam week</i>
ECTS	7
Exam number	261150
Type of exam / requirements for granting of credits / duration of the exam	<ul style="list-style-type: none"> • Präsentation (40% der Gesamtnote) • Koreferat (20% der Gesamtnote) • Hausarbeit (40% der Gesamtnote) <p>Für das erfolgreiche Bestehen der Veranstaltung müssen alle Teilleistungen bestanden werden.</p>
Recommended literature	<ul style="list-style-type: none"> • Backhaus, K., Erichson, B., Plinke W., Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung, 11. Aufl., Berlin, 2006. • Diekmann, A.: Empirische Sozialforschung, 12. Aufl., Hamburg, 2004. • Schnell, R., Hill, P., Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, 7. Aufl., München, 2005. • Ausgewählte wissenschaftliche Artikel
Further remarks (e.g. online component, practical examples, guest lectures, etc.)	Die Veranstaltungssprache ist Englisch.

38608 Advanced Strategic Sensitivity and Digitalization (PN 265080)

Moduleinordnung	International Management and Marketing - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Andreas König Hendrike Werwigk Verena Komander Heribert De Oliveira Kuhn
Inhalt des Moduls	<p>This workshop-seminar is concerned with two focal questions: (1) How can we identify digital trends? (2) How can we develop innovative digital business models and communicate them in a way that important stakeholders appreciate, remember, use, and/or fund them?</p> <p>In this quest, we teach approaches and methods from management, innovation and entrepreneurship research, communication research, and leadership studies. The central, unifying concept participants learn to apply and leverage is that of strategic sensitivity, i.e., deliberate and research-driven search for anomalies to taken-for-granted business assumptions and the purposefully entrepreneurial implementation of innovative ideas.</p> <p>Once acquainted with these theories and methods, the participants will work in teams to develop recommendations and communicate concepts for a current real world managerial problem (typically with a partner company).</p>
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Students get familiar with the concept of strategic sensitivity and with recent developments in digitalization. After the course, they will be able to apply theories and methods of strategic management, innovation and entrepreneurship research, communication research as well as leadership research to solve digital challenges strategically, to develop own digital business models, and to communicate them successfully. • Furthermore, students will train their presentation skills by pitching their own innovations to an expert panel. • Students will also apply a set of advanced empirical methodologies to induce and test hypotheses that underlie and feed their strategic thinking

Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Interaktiver Unterricht (Vorlesungs- und Übungselemente) • Bearbeitung und Präsentation einer Fallstudie in Gruppenarbeit • Digitale Präsentationsmethoden
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jeweils im Sommersemester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	<p>Workshop 4 SWS (60 St. Präsenz- und 150 St. Eigenarbeitszeit)</p> <p><i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i></p>
ECTS	7
Prüfungsnummer	265080
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	<ul style="list-style-type: none"> • Präsentation mit Frage-und-Antwort-Teil (60 Minuten) - 70% der Endnote • Seminararbeit (20 Seiten) - 30% der Endnote
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Cialdini, R. 2007. Influence: The psychology of persuasion. New York: Harper Business. • Heath, C. & Heath, D. 2007. Made to Stick. Why some ideas survive and others die. New York City: Random House. • Hungenberg, H. 2010. Problemlösung und Kommunikation im Management – Vorgehensweisen und Techniken (3rd ed.). Munich: Oldenburg. • Minto, B. 2002. The Pyramid Principle (3rd ed.). London: Harlow. • Singleton, R. A., & Straits, B. C. 2011. Approaches to social research (5th ed.). New York: Oxford University Press. • Zelazny, G. 2001. Say It With Charts: The Executive's Guide to Visual Communication. New York City: McGraw-Hill Education.

Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)

- Seminarsprache ist Englisch.
- Seminar wird geblockt angeboten.
- Seminar kann im DTE Advanced Pathfinder angerechnet werden.

**38609 Interdisziplinäre Ringvorlesung für Masterstudierende:
Fundamentals of Digitalization and Digital Trends (PN 266700)**

Moduleinordnung	International Management and Marketing - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Andreas König
Inhalt des Moduls	This interdisciplinary lecture series addresses digital trends and how they can be utilized within society. Each year, the lecture focuses on a different topic within the field, such as digital health, human-computer interaction, brain-computer interfaces, wearable computing, anthro-pomorphic hardware, visual analytics, cyber security, data and health, legal tech, blockchain, fin tech, 4D Printing, and so forth. In the lectures, scholars from the university, distinguished guest scholars, and practitioners introduce a variety of technological developments and their impact on businesses, the economy, and society. Students will gain a deeper insight into the topic through scientific reading assignments.
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • A solid understanding of the core tools and concepts of current digital trends • A sound understanding of central theories of research in the context of digital trends and the research environment and the theoretical issues discussed in current innovation and entrepreneurial research • The ability to reflect real-life digital trends using the discussed instruments and develop strategies based on them • The ability to identify and utilize digital trends to create own new business models • Understand and utilize modern strategic decision making tools
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Interaktiver Unterricht • Vorlesungen von Professoren und Praxispartnern • Selbststudium wissenschaftlicher Paper
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Administration
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jeweils im Sommersemester

Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	Vorlesung 2 SWS (30 St. Präsenz- und 120 St. Eigenarbeitszeit) <i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i>
ECTS	5
Prüfungsnummer	266700
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Klausur am Ende des Semesters (Dauer: 60 Minuten, 100% der Gesamtnote)
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Die Veranstaltungssprache ist Englisch!

39607 Masterkolloquium im Fach Internet- und Telekommunikationswirtschaft (PN 283001)

Moduleinordnung	Wirtschaftsinformatik / Information Systems - Vertiefung
Dozenten	Prof. Dr. Jan Krämer Dr. Daniel Schnurr Victoria Fast
Inhalt des Moduls	Das Kolloquium ermöglicht den Studierenden die eigene Masterarbeit im Plenum zu präsentieren und zu diskutieren. Es werden darüber hinaus vertiefende Kenntnisse in wissenschaftlichen Methoden und wissenschaftliches Arbeiten vermittelt und auf aktuelle Forschungsergebnisse hingewiesen.
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> - Reflektion des eigenen wissenschaftlichen Vorgehens - Verständnis für wissenschaftliches Arbeiten - Präsentationsfähigkeiten - Umgang mit Kritik und Umsetzen kritischer Anmerkungen
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> - Diskussion und gemeinsame Erarbeitung der Lehrinhalte - Präsentation einzelner Themen durch die Studierenden sowie von Doktoranden
Voraussetzungen für die Teilnahme	Gem. § 3 der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Wirtschaftsinformatik oder Business Administration. Das Modul ist begleitend zur Erstellung der Masterarbeit zu absolvieren.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Semester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	<p>Kolloquium 1 SWS (15 Std. Präsenzzeit und 15 Std. Eigenarbeitszeit)</p> <p><i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i></p>
ECTS	1

Prüfungsnummer	283001
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Eine erste Literaturliste wird im ersten Betreuungsgespräch zur Verfügung gestellt.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Das Modul ist für Studierende, die am Lehrstuhl die Masterarbeit schreiben verpflichtend. Bitte die Regelungen zur Anmeldung von Abschlussarbeiten am Lehrstuhl beachten. Die Zulassung zur Abschlussarbeit gilt als Voraussetzung für die Teilnahme am Kolloquium.

48420 Regionalisierung und Globalisierung (PN 264260)

Moduleinordnung	International Management and Marketing - Grundlagen International Management and Marketing - Vertiefung
Dozenten	Dr. Elisabeth Müller Prof. Dr. Daniel Göler
Inhalt des Moduls	<p>Regionalisierung und Globalisierung sind zwei Konzepte, die sowohl in der wirtschaftswissenschaftlichen als auch der politikwissenschaftlichen Debatte heute eine zentrale Rolle einnehmen. Auffallend ist hierbei, dass sich die Verständnisse von Globalisierung und Regionalisierung sowie die hieraus abgeleiteten Forschungsinteressen in den beiden Disziplinen zum Teil stark unterscheiden, auf der anderen Seite aber in der wirtschaftswissenschaftlichen Debatte immer wieder auf politikwissenschaftliche Konzepte Bezug genommen wird (et vice versa). Hinzu kommt, dass politische Globalisierung/Regionalisierung und wirtschaftliche Globalisierung/Regionalisierung nicht getrennt voneinander erfasst werden können.</p> <p>Vor diesem Hintergrund möchte die Vorlesung sich aus wirtschafts- und politikwissenschaftlicher Perspektive den Phänomenen der Globalisierung und Regionalisierung nähern. Dabei soll zum einen aufgezeigt werden, wie beide Phänomene das Handeln in Politik und Wirtschaft zunehmend beeinflussen. Zum anderen sollen aber auch die Wechselwirkungen von politisch gesetzten Rahmenbedingungen und ökonomischen Handlungsrationitäten behandelt werden.</p> <p>Diese Veranstaltung wird als gemeinsame Veranstaltung von Prof. Dr. Daniel Göler, Jean-Monnet-Lehrstuhl für Europäische Politik, und Dr. Elisabeth Müller, Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Internationales Management, angeboten.</p>

Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden verstehen die Internationalisierungs- und Standortwahlentscheidungen von multinationalen Unternehmen. • Die Studierenden können wichtige Treiber und Determinanten der Internationalisierung identifizieren. • Die Studierenden kennen Analysemethoden, mit deren Hilfe lokale Ressourcen auf ihre internationale Einsetzbarkeit überprüft werden können und können diese auf verschiedene Branchen und Kontexte übertragen. • Sie kennen die institutionellen und politischen Rahmenbedingungen der Europäischen Union. • Sie kennen wichtige Europakonzepte und das Spannungsfeld zwischen Regulierung und Deregulierung, in dem sich die EU bewegt. • Sie lernen, wissenschaftliche Inhalte eigenständig zu erarbeiten und Vorlesungen interaktiv mitzugestalten.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Interaktiver Frontalunterricht • Diskussion und gemeinsame Erarbeitung der Lehrinhalte
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jeweils im Sommersemester
Länge des Moduls	1 Semester
Workload des Moduls	<p><i>Es wird mit 15 Semesterwochen gerechnet (14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) und jede SWS geht mit 60 Minuten in die Berechnung ein.</i></p> <p>Vorlesung 2 SWS (30 Stunden Präsenzzeit und 120 Stunden Eigenarbeitszeit)</p>
ECTS	5 bzw. 10 im MA-ES
Prüfungsnummer	264260
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/Dauer der Prüfung	Der Leistungsnachweis richtet sich nach dem jeweiligen Modulkatalog des Studiengangs.

<p>Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Buckley, P. J. and Ghauri, P. N. (Eds.), 1999. Internationalization of the firm: a reader. London: Thomson Business Press. • Buckley, P. J. and Ghauri, P. N., 2004. Globalisation, economic geography and the strategy of multinational enterprises. <i>Journal of International Business Studies</i>, 35(2), pp. 81-98. • Weitere ausgewählte Aufsätze
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	