

**Modulhandbuch
für den zweijährigen M.A.-Studiengang
General Management (MA GEMA)**

(Studienstart ab Fall Semester 2018)

Stand: 07.2018

Inhaltsverzeichnis

Master Pflichtbereich (1.-3. Semester)	5
Management	5
Modul 522024-6 Accounting & Controlling	5
Modul 522012-6 Corporate Finance	7
Modul 522016-6 HR Management	9
Modul 522014-6 Strategic Management	10
Modul 522017-6 Marketing & Branding	11
Economics & Law	13
Modul 522032-6 Microeconomics	13
Modul 522033-6 Macroeconomics	14
Modul 522031-6 Bürgerliches Recht	16
Methods	17
Modul 522041-6 Wirtschaftsmathematik	17
Modul 522042-6 Statistik	18
Modul 522045-6 Quantitative Methoden	20
Modul 522046-6 Qualitative Methoden	21
Science	23
Modul 52205 Interdisziplinäres Gruppen-Forschungsprojekt	23
Master Wahlpflichtbereich (2.-4. Semester)	25
Track: Family Business & Innovation	25
Modul 242122-6 Family Entrepreneurship	25
Modul 242151-6 Family Governance	26
Modul 242061-6 Knowledge Management	28
Modul 242062-6 R & D Metrics & Creativity	29
Track: Finance & Entrepreneurship	31
Modul 242021-6 Advanced Corporate Finance	31
Modul 242132-6 Entrepreneurial Finance	32
Modul 242131-6 Financial Systems	34
Modul 242121-6 Innovation & Entrepreneurship	35
Track: Governance & Leadership	37
Modul 242101-6 Corporate Responsibility	37
Modul 242111-6 Dishonesty	38
Modul 242102-6 Leadership	40
Modul 242112-6 Managing Diversity & Diversity in Globalization	41
Track: Mobility & Sustainable Transport	43
Modul 242141-6 Matching Strategies for Sustainable Mobility	43

Modul 242142-6 Mobility Innovations & Digitalization	45
Modul 522011-6 Cases in Strategic Management	47
Modul 542014-6 Supply Chain Management & International Freight Transport	48
Elective Modules	50
Modul 542011-6 Advanced Marketing	50
Modul 242022-6 Capital Market Theory	51
Modul 242491-6 Selected Topics	53
Abschlussmodul	55
Modul Abschlussmodul	55

Anmerkung zur Aktualität der Modulbeschreibungen

Aktuelle Angaben zu Inhalten und Prüfungsleistungen, die mit der Besetzung von Kursen variieren können, entnehmen Sie der Veranstaltungssuche online über Ihr ZU|hause

Master Pflichtbereich (1.-3. Semester)

Management

Modul 522024-6 Accounting & Controlling				
MA GEMA	1. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform				Vorlesung
Veranstaltungstyp				Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Klausur
Prüfungsumfang bzw. -dauer				90 Minuten
Modulverantwortlich				Prof. Dr. Mark Mietzner Lehrstuhl für Bank- und Finanzwirtschaft E-Mail: mark.mietzner@zu.de
Leistungsniveau				Grundlagen <input checked="" type="checkbox"/> Vertiefung <input type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>
Teilnahmevoraussetzungen				-
Verwendbarkeit des Moduls				Pflichtbereich Management

Inhalte

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sollen in diesem Kurs einen Einblick in die Themenfelder Accounting und Controlling erhalten. Im Bereich Accounting sollen Kenntnisse über die Anwendung der internationalen Rechnungslegung aus Sicht des Controllings vermittelt werden. Darüber hinaus liegt im Bereich Accounting auch ein Schwerpunkt auf den institutionellen Unterschieden in der Rechnungslegung nach International Accounting Standards (IAS) sowie der handelsrechtlichen Rechnungslegung. Abhängig von der Zahl der Veranstaltungen werden folgende Kapitel behandelt:

Schwerpunktthema Controlling:

1. Einleitung und Grundlagen des Controllings:

In diesem Kapitel sollen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer ...

- | die Entwicklung der Rolle des Controllers im Unternehmen verstehen,
- | den Begriff des Controllings abgrenzen können,
- | die Entwicklung des Controllings zu einer akademischen Disziplin nachvollziehen,
- | die Beziehungen zwischen Controlling und Informationssystem verstehen und
- | einen ersten Überblick über Instrumente und Theorien des Controllings erhalten,
- | die klassischen Ansätze des Controllings (bspw. Rechnungswesen-orientiertes, Informations-orientiertes und Koordinations-orientiertes Controlling) gegenüber neueren Controlling-Ansätzen (bspw. Reflexions-orientiertes Controlling) abgrenzen können.

2. Einführung in die Kostenrechnung und das Kostenmanagement:

Im Anschluss an die Einführung erhalten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer Einblicke in ...

- | die Systematik der Kostenrechnung,
- | die Kosten- und Erlösartenrechnung,
- | die Kosten- und Erlösstellenrechnung,
- | die Kosten- und Erlösträgerrechnung,
- | die Teilkosten- und Vollkostenrechnung,
- | die Plankostenrechnung,
- | das Target Costing und die Prozesskostenrechnung,
- | die Funktionsweise der Deckungsbeitragsrechnung und des Cost Benchmarkings.

3. Erfolgsplanung, -messung, und -kontrolle im Unternehmen:

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erhalten eine Einführung in ...

- | die integrierte Planungsrechnung,
- | Kennzahlen zur Erfolgsmessung,
- | das Konzept der Balanced Scorecard,
- | die Konzepte einer wertorientierten Unternehmensführung,
- | Optional können auch die Themen
 - erfolgsorientierte Vergütungssysteme (entfällt ggfs. aufgrund von Zeitrestriktion),
 - die Schnittstelle zu betrieblichen Überwachungsfunktionen (Compliance und Risikomanagement) (entfällt ggfs. aufgrund von Zeitrestriktion) behandelt werden.

4. Grundlagen der Unternehmensrechnung:

Den Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden ...

- | die Grundlagen der IAS- und HGB-Rechnungslegung vermittelt,

die Bestandteile und der Aufbau des Jahresabschlusses erläutert,
sowie die Bilanzierung und Bewertung wesentlicher Jahresabschlussposten verdeutlicht.

Hinweis: Bei der Themenauswahl und der Abfolge einzelner (Unter-)Kapitel können sich bis zum Vorlesungsbeginn noch Änderungen ergeben.

Qualifikationsziele

Im Rahmen der Controlling-Veranstaltung erhalten die Studierenden einen fundierten Einblick in die Aufgaben und Instrumente des Controllings, lernen diese anzuwenden und erwerben grundlegende Kenntnisse über die verschiedenen Planungsrechnungen und Kontrollsysteme. Darüber hinaus sollen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die theoretischen Grundlagen der Buchhaltung und Bilanzierung verstehen, die Finanzbuchhaltung in das betriebliche Rechnungswesen einordnen und bilanztheoretische Zusammenhänge erkennen können.

Literatur

Gunther Friedl, Christian Hofmann und Burkhard Pedell, Kostenrechnung – Eine entscheidungsorientierte Einführung, 3. überarbeitete Auflage 2017, ISBN 978-3-8006-5372-0.

Hans-Ulrich Küpper, Gunther Friedl, Christian Hofmann und Burkhard Pedell, Übungsbuch zur Kosten und Erlösrechnung, 7. Überarbeitete und erweiterte Auflage 2017, ISBN 978-3-8006-5443-7.

Jürgen Weber und Utz Schäffer, Einführung in das Controlling, 15. überarbeitete und aktualisierte Auflage 2016, ISBN 978-3-7910-3574-1.

Jürgen Weber, Utz Schäffer und Christoph Binder, Einführung in das Controlling - Übungen und Fallstudien mit Lösungen, 3. überarbeitete und erweiterte Auflage 2016, ISBN 978-3-7910-3575-8.

Péter Horváth, Ronald Gleich und Mischa Seiter, Controlling, 13. überarbeitete Auflage 2015, ISBN 978-3-8006-4954-9.

Jörg Baetge, Hans-Jürgen Kirsch, Stefan Thiele, Bilanzen, 14. Auflage 2017, Düsseldorf, ISBN: 978-3-8021-2097-8.

Jörg Baetge, Hans-Jürgen Kirsch, Stefan Thiele, Bilanzanalyse, 2. überarbeitete Auflage 2015, Düsseldorf, ISBN: 978-3-8021-1155-6

Modul 522012-6 | Corporate Finance

MA GEMA	2. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform				Vorlesung
Veranstaltungstyp				Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Klausur

Prüfungsumfang bzw. -dauer	90 Minuten
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Mark Mietzner Lehrstuhl für Bank- und Finanzwirtschaft E-Mail: mark.mietzner@zu.de
Leistungsniveau	Grundlagen <input checked="" type="checkbox"/> Vertiefung <input type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>
Teilnahmevoraussetzungen	-
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtbereich Management
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> Finanzmathematische Grundlagen der Investitionsrechnung: Duplikation, Barwertermittlung, Stetige Verzinsung, Ewige Renten Zero-Bonds etc. Finanzierungsformen: Externe und interne Finanzierung, Mezzanine, Beteiligungsfinanzierung Die neoklassische Perspektive: Finanzmanagement bei technologischer Unsicherheit, Finanzierung unter Berücksichtigung von Steuern und Insolvenzkosten Die neoinstitutionalistische Perspektive: Unternehmensfinanzierung bei Qualitäts- und Verhaltensunsicherheit; Der Principal Agent Ansatz in der Unternehmensfinanzierung Kapitalkostenbestimmung und Risiko: Portfolio-Theorie, risikoadjustierte Bewertung (Capital Asset Pricing Modell), Arbitrage Pricing Theory <p>Qualifikationsziele</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> erlernen die Grundlagen der Bereiche Investition und Finanzierung (unter Berücksichtigung verschiedener theoretischer Perspektiven); werden befähigt, mit den finanzmathematischen Grundlagen zu arbeiten; führen selbständig Investitionsrechnungen durch; nehmen Kapitalkostenbestimmung unter Unsicherheit vor. <p>Literatur</p> <p>Brealey, Richard A.; Myers, Stewart C.; Allen Franklin: Corporate Finance; 10th Edition; New York 2011.</p> <p>Schmidt, Reinhard H.; Terberger, Eva (1996): Grundzüge der Investitions- und Finanzierungstheorie; 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden.</p>	

Modul 522016-6 HR Management				
MA GEMA	1. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform			Seminar	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Klausur Referat	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			60-minütige Klausur (60%) 20-minütiges Referat (40%)	
Modulverantwortlich			Prof. Dr. Christian Opitz ZF Friedrichshafen-Lehrstuhl für Unternehmensführung & Personalmanagement E-Mail: christian.opitz@zu.de	
Leistungsniveau			Grundlagen <input checked="" type="checkbox"/> Vertiefung <input type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>	
Teilnahmevoraussetzungen			-	
Verwendbarkeit des Moduls			Pflichtbereich Management	
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> Investitionen in schulische Bildung betriebliche Qualifizierung und Investitionen in Humankapital Beförderungen und Turniere Personalbeschaffung Personalentlohnung Unternehmenskultur Führung Diversity Management Internationales HR Management <p>Qualifikationsziele</p> <p>Die Studierenden</p>				

<p> erlernen theoretische und empirische Grundlagen des HR Managements aus einer personal ökonomischen und verhaltenswissenschaftlichen Perspektive;</p> <p> kennen wichtige Handlungsfelder der betrieblichen Personalarbeit und können Aufgaben und Problemstellungen in diesen Feldern theoretisch fundiert bearbeiten;</p> <p> erwerben vertiefte Kenntnisse auf den Gebieten der Qualifizierung, Beförderung, Beschaffung, Entlohnung, Unternehmenskultur, Führung und Diversity Management;</p> <p> sind über aktuelle personalwirtschaftliche Trends orientiert;</p> <p> können einen aktiven Beitrag zur Gestaltung eines effektiven HR Managements in Unternehmen sowie kulturellen und politischen Institutionen leisten.</p> <p>Literatur</p> <p>Aktuelle Aufsätze aus wissenschaftlichen Fachzeitschriften.</p>

Modul 522014-6 Strategic Management				
MA GEMA	2. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform				Vorlesung
Veranstaltungstyp				Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Klausur
Prüfungsumfang bzw. -dauer				90 min
Modulverantwortlich				Prof. Dr. Insa Sjurts Lehrstuhl für Strategisches Management & Medien E-Mail: insa.sjurts@zu.de
Leistungsniveau				Grundlagen <input checked="" type="checkbox"/> Vertiefung <input type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>
Teilnahmevoraussetzungen				-
Verwendbarkeit des Moduls				Voraussetzung für Modul 522011-6 Cases in Strategic Management

Inhalte

Die Lehrveranstaltung vermittelt einen strukturierten Überblick zu Genese, zu Denkschulen und zu den zentralen Techniken der strategischen Planung, der Strategieimplementation und der strategischen Kontrolle. Kontrollfragen helfen, den Lernfortschritt zu bestimmen und zu festigen.

Qualifikationsziele

- | Wissen um Rolle und Einordnung des strategischen Managements in den Realgüter- und Managementprozess der Unternehmung
- | Verständnis der Rahmenbedingungen strategischen Handelns
- | Kenntnis der zentralen Konzeptionen der betriebswirtschaftlichen Strategielehre
- | Fähigkeit zur selbstständigen, strukturierten Umwelt- und Unternehmensanalyse
- | Begründete Ableitung strategischer Optionen
- | Verständnis des Prozesses der Strategieimplementation und der strategischen Kontrolle

Literatur

Besanko, D. et al.: Economics of Strategy, 7. Aufl., Hoboken/NJ, 2015
 Grant, R.: Contemporary Strategy Analysis, 9. Aufl., Hoboken/NJ, 2015
 Porter, M.E.: Wettbewerbsstrategie, 12. Aufl., Frankfurt am Main 2013
 Welge, M. K./Al-Laham, A.: Strategisches Management, 6. Aufl., Wiesbaden 2012

Modul 522017-6 Marketing & Branding				
MA GEMA	2. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform			Vorlesung Gruppenarbeit	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Präsentation & schriftliche Ausarbeitung einer angewandten Fragestellung	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			Gruppenpräsentation individuelle schriftliche Ausarbeitung	
Modulverantwortlich			Prof. Dr. Anja Achtziger Lehrstuhl für Sozial- & Wirtschaftspsychologie	

	E-Mail: anja.achtziger@zu.de
Leistungsniveau	Grundlagen <input checked="" type="checkbox"/> Vertiefung <input type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>
Teilnahmevoraussetzungen	-
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtbereich „Management“
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> Definition, Charakterisierung und Funktionen von Marken Markenwahrnehmung, Markenbeurteilung und Markenspeicherung Markenportfolios und Markenhierarchien Strategische Aspekte des Markenmanagements Aktuelle Aspekte der Unternehmenskommunikation und der Markenführung Gestaltung von Markenstrategien Kommunikationsstrategien im Rahmen der Markenpolitik <p>Qualifikationsziele</p> <ul style="list-style-type: none"> Erwerb eines ganzheitlichen Markenverständnisses Reflexion von Funktionen der Marken aus verschiedenen Perspektiven (Hersteller, Händler, Käufer, Konsumenten, Verbraucherpolitik und -schutz) Kritische Bewertung des Einsatzes von Marken unter Berücksichtigung divergierender Ziele von Stakeholdern Aufbau von Kenntnissen und Fähigkeiten, die situativ zur systematischen Analyse und Gestaltung von Marken- und Kommunikationsentscheidungen von Unternehmen erforderlich sind <p>Literatur</p> <p>Esch, Strategie und Technik der Markenführung, Stuttgart. Florack/Scarabis/Primosch, Psychologie der Markenführung, Stuttgart. Kapferer, The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term. Aufsätze aus wissenschaftlichen Fachzeitschriften.</p>	

Economics & Law

Modul 522032-6 Microeconomics				
MA GEMA	1. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform				seminaristische Vorlesung Gruppenarbeit
Veranstaltungstyp				Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Keynote Paper Präsentation
Prüfungsumfang bzw. -dauer				variabel
Modulverantwortlich				Prof. Dr. Wolfgang H. Schulz Lehrstuhl für Mobilität, Handel & Logistik Direktor des Amadeus Center for Mobility Studies E-Mail: Wolfgang.schulz@zu.de
Leistungsniveau				Grundlagen <input checked="" type="checkbox"/> Vertiefung <input type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>
Teilnahmevoraussetzungen				Abrufbares Abiturwissen in Mathematik, insbesondere Ableitungen; Grundlagen der Optimierung unter Nebenbedingungen (Lagrange-Funktion)
Verwendbarkeit des Moduls				Pflichtbereich Economics & Law
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> Einführung in die Mikroökonomie Organizational behavior- transaction costs – property rights Industrial Organization Wettbewerbstheorie und Wettbewerbspolitik 				

<ul style="list-style-type: none"> Limit-Pricing & andere Preisstrategien (inkl. Case Studies) Allokative Effizienz – Nutzen-Kosten Analysen Dead Ends of Microeconomics
<p>Qualifikationsziele</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> werden zur mikroökonomischen Analyse arbeitsteiliger Koordinations- und Marktprozesse befähigt; erlangen die Fähigkeit, die Funktionsweise von Märkten und die Bedeutung von staatlichen Markteingriffen zu beurteilen; lernen die Prinzipien der Gestaltung von Anreizsystemen und Institutionen zu verstehen.
<p>Literatur</p> <p>Blaug; Lloyd (2010): Famous Figures and Diagrams in Economics, Cheltenham, UK; Northampton, MA, USA.</p> <p>Varian (2012): Grundzüge der Mikroökonomik, Oldenbourg, 8., überarb. u. erw. Aufl.</p> <p>Pindyck und Rubinfeld (2009): Mikroökonomie, Pearson Studium, 7. Aufl.</p> <p>MasColell; Whinston und Green (1995): Microeconomic Theory, Oxford University Press.</p> <p>Wied-Nebbeling und Schott (2007): Grundlagen der Mikroökonomik, Springer, 4., verb. Aufl.</p> <p>Siebert (2007), Einführung in die Volkswirtschaftslehre, 15. Aufl.</p> <p>Bartling und Luzius (2008), Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 16. Aufl.</p> <p>Samuelson; Nordhaus und Mandel (2010), Volkswirtschaftslehre.</p>

Modul 522033-6 Macroeconomics				
MA GEMA	2. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform			<ul style="list-style-type: none"> seminaristische Vorlesung Gruppenarbeit 	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			<ul style="list-style-type: none"> Keynote Paper Präsentation 	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			variabel	
Modulverantwortlich			Prof. Dr. Wolfgang H. Schulz Lehrstuhl für Mobilität, Handel & Logistik	

	Direktor des Amadeus Center for Mobility Studies E-Mail: Wolfgang.Schulz@zu.de
Leistungsniveau	Grundlagen <input checked="" type="checkbox"/> Vertiefung <input type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>
Teilnahmevoraussetzungen	-
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtbereich Economics & Law
<p>Als komplementäres Modul zu 522033 Mikroökonomie befähigt dieses Modul die systemische Betrachtung ökonomischer Prozesse.</p> <p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> Einführung in die Makroökonomie Makroökonomische Paradigmen Konjunktur und Wachstum: die lange Frist Gütermarkt, Geld- und Finanzmärkte: die kurze Frist Arbeitsmarkt, Geldpolitik und Fiskalpolitik: die mittlere Frist <p>Qualifikationsziele</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> werden zur makroökonomischen Analyse volkswirtschaftlicher Prozesse befähigt; erlangen die Fähigkeit, wirtschaftspolitische Entscheidungen kritisch zu diskutieren; lernen die Prinzipien der makroökonomischen Zusammenhänge <p>Literatur</p> <p>Basisliteratur:</p> <p>Berlemann, Michael (2004): Makroökonomik, Berlin, Heidelberg, New York Blaug; Lloyd (2010): Famous Figures and Diagrams in Economics, Cheltenham, UK; Northampton, MA, USA Rothengatter, Werner / Schaffer, Axel (2008): Makro kompakt. Grundzüge der Makroökonomik, 2., aktualisierte und erweiterte Auflage, Heidelberg</p> <p>Ergänzende Literatur:</p> <p>Barro, R. J.; Grilli, V. (2007): European Macroeconomics, London Blanchard, Olivier / Illing, Gerhard (2009): Makroökonomik, 5., aktualisierte und erweiterte Auflage, München Blanchard, O. J. (2008): Macroeconomics, 5th ed., London Burda, M. / Wyplosz, C. (2009): Makroökonomie – eine europäische Perspektive, 3. Aufl., München Dornbusch, R (2008). Macroeconomics, 10th ed., Boston et al. Dornbusch, R. / Fischer, St. / Startz, R.: Makroökonomik, 8. Aufl., München/Wien 2003</p>	

Felderer, B. / Homburg.St. (2005): Makroökonomik und Neue Makroökonomik; Berlin, 9. Auflage 2005.
 Mankiw, N. G. (2008): Macroeconomics, 6th ed. (European ed.), New York, NY
 Mankiw, Gregory N., Makroökonomik; Stuttgart (Schaeffer-Poeschel), 5. Auflage 2003

Modul 522031-6 Bürgerliches Recht				
MA GEMA	3. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform			Vorlesung	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Klausur	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			90 min	
Modulverantwortlich			Prof. Dr. Jochum Lehrstuhl für Öffentliches Recht, Steuer- & Europarecht und Recht der Regulierung E-Mail: georg.jochum@zu.de	
Leistungsniveau			Grundlagen <input checked="" type="checkbox"/> Vertiefung <input type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>	
Teilnahmevoraussetzungen			-	
Verwendbarkeit des Moduls			Pflichtbereich Economics & Law	

Inhalte

Die Veranstaltung umfasst die für das Geschäftsleben relevanten Bereiche des bürgerlichen Rechts. Es umfasst die Grundzüge des BGB AT (Rechtsgeschäftslehre), allgemeines und besonderes Schuldrecht, Sachenrecht, HGB und einen Überblick über das Arbeits- und das Gesellschaftsrecht.

Qualifikationsziele

Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse der Zivilrechtsordnung und sind in der Lage rechtliche Probleme zu erkennen.

Literatur

Nach Angabe des Dozenten.

Methods

3 aus 4 unter Berücksichtigung der individuellen Vorkenntnisse

Modul 522041-6 Wirtschaftsmathematik				
MA GEMA	1. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform				Vorlesung
Veranstaltungstyp				Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Klausur
Prüfungsumfang bzw. -dauer				90 Minuten
Modulverantwortlich				Dr. Kilian Seng Leitung Methoden-Center für Wirtschafts-, Kultur- und Sozialwissenschaften E-Mail: kilian.seng@zu.de
Leistungsniveau				Grundlagen <input checked="" type="checkbox"/> Vertiefung <input type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>

Teilnahmevoraussetzungen	Schulkenntnisse in Mathematik
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtbereich Methods
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> Grundlagen Ausgewählte Funktionen Stochastik Grundlagen der Finanzmathematik Differentialrechnung Integralrechnung Lineare Algebra, hier insbesondere Matrizenrechnung <p>Qualifikationsziele</p> <p>Die Studierenden werden in die Lage versetzt, ökonomische Probleme mathematisch zu beschreiben und mit mathematischen Methoden zu lösen. Die vermittelten Inhalte dienen zudem als Grundlage für weitere Methoden-Veranstaltungen, insbesondere Statistik und Ökonometrie.</p> <p>Literatur</p> <p>Sydsaeter, Knut et al. (2015): Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler: Basiswissen mit Praxisbezug, Hallbergmoos : Pearson.</p>	

Modul 522042-6 Statistik				
MA GEMA	1. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform				Vorlesung
Veranstaltungstyp				Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Klausur
Prüfungsumfang bzw. -dauer				90 min.
Modulverantwortlich				Dr. Kilian Seng Leitung Methoden-Center für Wirtschafts-, Kultur- und Sozialwissenschaften

	E-Mail: kilian.seng@zu.de
Leistungsniveau	Grundlagen <input checked="" type="checkbox"/> Vertiefung <input type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>
Teilnahmevoraussetzungen	Schulkenntnisse in Mathematik; die Veranstaltung 522041 Wirtschaftsmathematik sollte davor oder zeitgleich belegt werden
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtbereich Methods
<p>Inhalte</p> <p>In der Veranstaltung werden zunächst Grundlagen der Wahrscheinlichkeitstheorie, die deskriptive Statistik und die Inferenzstatistik behandelt. Dabei werden schrittweise die univariate und bivariate Statistik sowie Zusammenhangsmaße und Tests für Variablen mit unterschiedlichem Skalenniveau eingeführt. Darüber hinaus werden multivariate Verfahren behandelt, insbesondere die Regressionsanalyse (OLS). Inhalte sind im Einzelnen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Häufigkeitsverteilungen Statistische Maßzahlen Konzentrationsmessung Indizes Korrelation und Regression Wahrscheinlichkeitsrechnung Diskrete Zufallsvariablen und Verteilungen Stetige Zufallsvariablen und Verteilungen Gesetz der großen Zahlen und zentraler Grenzwertsatz Statistisches Schätzen und Testen <p>Qualifikationsziele</p> <p>Die Studierenden sollen für einen sinnvollen Umgang mit Statistiken sensibilisiert werden und einen Überblick über deskriptive und induktive Statistik erhalten. Darüber hinaus erlernen sie das Analysieren und Prognostizieren mit statistischen Methoden in den Sozial- und Wirtschaftswissenschaften. Anhand von Übungsaufgaben werden verschiedene Verwendungszusammenhänge statistischer Verfahren in Wissenschaft und Praxis vermittelt.</p> <p>Literatur</p> <p>Jann, Ben (2005): Einführung in die Statistik. 2. Auflage, München: Oldenbourg. Kühnel, Steffen M. und Dagmar Krebs (2012): Statistik für die Sozialwissenschaften. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Reinbek: Rowohlt.</p>	

Modul 522045-6 Quantitative Methoden				
MA GEMA	2. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform				Seminar
Veranstaltungstyp				Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Midterm Presentations
Prüfungsumfang bzw. -dauer				30 min (Midterm)
Modulverantwortlich				Prof. Dr. Franziska Peter Lehrstuhl für empirische Kapitalmarktforschung und Ökonometrie E-Mail: franziska.peter@zu.de
Leistungsniveau				Grundlagen <input type="checkbox"/> Vertiefung <input checked="" type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>
Teilnahmevoraussetzungen				Inhalte der Pflichtmodule in 522041 Wirtschaftsmathematik und 522042 Statistik
Verwendbarkeit des Moduls				Pflichtbereich Methods

Inhalte

Im Rahmen dieser Veranstaltung werden grundlegende und weiterführende quantitative Methoden der Wirtschaftswissenschaften vermittelt. Konkrete Inhalte beziehen sich auf die Bereiche Regressionsanalyse und Diagnostik (OLS), Marginale Effekte, Stichprobenziehung und Gewichtung, sowie ausgewählte Teststatistiken (t-test, F-test).

Lernziele

Die Studierenden

- | erwerben grundlegende und weiterführende Kenntnisse in ausgewählten quantitativen Methoden der Wirtschaftswissenschaften;
- | werden in die Lage versetzt, quantitative empirische Methoden fallspezifisch auszuwählen und diese kritisch zu diskutieren.

Literatur

Wooldridge, Jeffrey M. (2012): Introductory Econometrics: A Modern Approach. South-Western College Publishers.

Modul 522046-6 Qualitative Methoden				
MA GEMA	2. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform				
Veranstaltungstyp				
Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>				
Dauer				
1 Semester				
Angebotsturnus				
jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>				
Prüfungsleistungen				
variabel				
Prüfungsumfang bzw. -dauer				
variabel				
Modulverantwortlich				
Prof. Dr. Franziska Peter Lehrstuhl für empirische Kapitalmarktforschung und Ökonometrie E-Mail: franziska.peter@zu.de				
Leistungsniveau				
Grundlagen <input type="checkbox"/> Vertiefung <input checked="" type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>				

Teilnahmevoraussetzungen	Inhalte der Pflichtmodule in 522041 Wirtschaftsmathematik und 522042 Statistik
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtbereich Methods
<p>Inhalte</p> <p>Im Rahmen dieser Veranstaltung werden grundlegende qualitative Methoden der empirischen Sozialforschung und der Ablauf eines qualitativen Forschungsprozesses vermittelt. Die Veranstaltung beinhaltet dabei Fragen sowohl der Erhebung als auch der Auswertung von qualitativen Daten. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf der Fähigkeit, eigenständig einzelne Methoden anzuwenden.</p> <ul style="list-style-type: none"> Verständnis für die Entwicklung eines qualitativen Forschungsdesigns Kennenlernen der Vor- und Nachteile qualitativer Forschung Einführung in qualitative Datenerhebungsmethoden wie Leitfadeninterviews, Fokusgruppen, Beobachtung Einführung in qualitative Datenanalysemethoden wie Inhalts- oder Diskursanalyse <p>Lernziele</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> erwerben grundlegende Kenntnisse in ausgewählten qualitativen Methoden der empirischen Sozialforschung; werden in die Lage versetzt, qualitative empirische Methoden anzuwenden. <p>Literatur</p> <p>Diekmann, A., 2009. Empirische Sozialforschung. Rowohlt, Reinbek. Mayring, P., 2002: Einführung in die Qualitative Sozialforschung. Beltz, Weinheim. Themenbezogene Fachartikel aus wissenschaftlichen Zeitschriften.</p>	

Science

Modul 52205 Interdisziplinäres Gruppen-Forschungsprojekt				
MA GEMA	1.-3. Semester	3,5 SWS	10 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 42/208
Lehrform			Individuelle Betreuung Kolloquium	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>	
Dauer			3 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input type="checkbox"/> semesterweise <input checked="" type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Exposé Referat Hausarbeit	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			Exposé zur Forschungsfrage ca. 3 Seiten Referat im Rahmen des Kolloquiums 30 Min. Hausarbeit ca. 30 Seiten, ggfs. auch als Gruppenarbeit möglich	
Modulverantwortlich			Prof. Dr. Mark Mietzner Lehrstuhl für Bank- und Finanzwirtschaft E-Mail: mark.mietzner@zu.de	
Leistungsniveau			Grundlagen <input checked="" type="checkbox"/> Vertiefung <input type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>	
Teilnahmevoraussetzungen			-	
Verwendbarkeit des Moduls			Pflichtbereich Science	

Inhalte

Während den meisten ökonomischen Seminaren und Vorlesungen eine strenge disziplinäre oder methodische Fokussierung zugrunde liegt, ist das Modul „Interdisziplinäres Gruppen-Forschungsprojekt“ dazu gedacht, eine forschungsorientierte Perspektive einzunehmen und über eine explizit interdisziplinäre Fokussierung sehr verschiedene Facetten eines ökonomischen Rahmenthemas anzusprechen. Dabei wird im Rahmen des Forschungsprojektes eine wirtschaftswissenschaftliche Fragestellung eigenständig bearbeitet, die idealerweise einen Bezug zu dem Fachgebiet des Vorstudiums des jeweiligen Studierenden aufweist. Vor diesem Hintergrund wird die zu bearbeitenden Forschungsfrage zu Beginn des Kurses „Forschungsdesign“ (LV 522051) mit dem Dozierenden vereinbart, wobei eine Bearbeitung in Kooperation mit einem Unternehmen oder an einer ausländischen Universität ebenfalls möglich sind.

Flankiert wird die Bearbeitung des Forschungsprojektes (LV 522052) von der Veranstaltung LV 522051 „Forschungsdesign“. Ergänzend zu den übrigen Modulen des Pflichtbereichs, werden den Studierenden in diesem Kurs wissenschaftliche Theorien, Modelle und Methoden der Betriebswirtschaftslehre nahegebracht, um sie damit zu befähigen, diese auf ihre Forschungsfrage anzuwenden. Zum Abschluss des Seminars werden die Studierenden zunächst aufgefordert, im Rahmen eines „Research Proposals“ ihre Forschungsfrage anhand der Literatur (wissenschaftliche Relevanz, praktische Implikationen) zu motivieren, das Forschungsdefizit aufzuzeigen sowie das angedachte Untersuchungsdesign (Methodik) zu erläutern. Auf Grundlage dieses „Research Proposals“ erfolgt sodann die eigentliche, detaillierte Ausarbeitung der Forschungsfrage im Rahmen des (Gruppen-)Forschungsprojektes. Die Erkenntnisse der jeweiligen Analysen sind von den Studierenden zunächst als Präsentationen aufzubereiten und nach intensiver Diskussion in Form schriftlicher Ausarbeitungen einzureichen.

Qualifikationsziele

Die Studierenden

- | erwerben die Fähigkeit, eine wirtschaftswissenschaftliche Forschungsfrage mit interdisziplinären Bezügen zu formulieren und unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Erkenntnisse eigenständig zu bearbeiten;
- | können ein interdisziplinäres Forschungsprojekt konzipieren und umsetzen;
- | werden in die Lage versetzt, eigene Forschungsergebnisse im Rahmen einer Hausarbeit zu dokumentieren und im Rahmen eines Kolloquiums kritisch zu diskutieren.

Literatur

Themenbezogene Fachartikel und Lehrbücher.

Lehrveranstaltungen im Modul	ECTS	SWS
LV 522051 Forschungsdesign	3	3
LV 522052 Forschungsprojekt	7	0,5

Master Wahlpflichtbereich (2.-4. Semester)

Track: Family Business & Innovation

Modul 242122-6 Family Entrepreneurship				
MSc CME/ MA GEMA	2.-4. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform				Seminar Gruppenarbeit
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Präsentation Hausarbeit
Prüfungsumfang bzw. -dauer				Präsentation: ca. 15 Folien Hausarbeit ca. 30 Seiten
Modulverantwortlich				Prof. Dr. Reinhard Prügl Lehrstuhl für Innovation, Technologie & Entrepreneurship am Friedrichshafener Institut für Familienunternehmen FIF E-Mail: reinhard.pruegl@zu.de
Leistungsniveau				Grundlagen <input type="checkbox"/> Vertiefung <input checked="" type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>
Teilnahmevoraussetzungen				Grundkenntnisse in BWL
Verwendbarkeit des Moduls				Major Phase MSc CME, MA GEMA, MA PAIR und MA AMC; als Wahlpflichtmodul in MSc CME und MA GEMA, sonst als multidisziplinäres. Wahlpflichtmodul.

Inhalt

Familienunternehmen sind mit rund drei Mio. Firmen die tragende Säule der deutschen Volkswirtschaft. Entsprechend zeigt sich auch die Entwicklung im deutschsprachigen Ausland. Sie zeichnen sich unter anderem durch ihre auf Langfristigkeit angelegten Unternehmensstrategien, ihre Verankerung in der Region und ihre hohe Wertorientierung aus. Andererseits kämpfen Familienunternehmen mit besonderen Herausforderungen wie einer gewissen Gefahr der Stagnation („winners curse“), Herausforderungen im Bereich der Gewinnung hochqualifizierter Mitarbeiter und möglicher Konflikte im Generationswechsel. Der bisherige Fokus der Forschungsansätze an deutschen Universitäten hat bereits wichtige und weiter zu intensivierende Ansätze für die aktuellen strategischen und operativen Herausforderungen von Familienunternehmen erarbeitet. Beleuchtet werden sowohl die Theoriearbeit als auch empirische Analysen.

Qualifikationsziele

Die Studierenden lernen, eigenständig aktuelle wissenschaftliche Forschung zu Familienunternehmen zu durchdringen, zu hinterfragen, eigene Fragestellungen zu bearbeiten und anschließend die gewonnenen Erkenntnisse entsprechend anzuwenden.

Literatur

Aktuelle Papers, Bücher und Fallstudien zum Themenkomplex Familienunternehmen.

Modul 242151-6 Family Governance				
MSc CME/ MA GEMA	2.-4. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform				Seminar Gruppenarbeit
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Klausur Präsentation Hausarbeit
Prüfungsumfang bzw. -dauer				Klausur 90 Minuten Präsentation ca. 15 Folien Hausarbeit ca. 30 Seiten
Modulverantwortlich				Prof. Dr. Reinhard Prügl

	Lehrstuhl für Innovation, Technologie & Entrepreneurship am Friedrichshafener Institut für Familienunternehmen FIF E-Mail: reinhard.pruegl@zu.de
Leistungsniveau	Grundlagen <input type="checkbox"/> Vertiefung <input checked="" type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>
Teilnahmevoraussetzungen	Grundkenntnisse in BWL und Recht
Verwendbarkeit des Moduls	Major Phase MSc CME, MA GEMA, MA PAIR und MA AMC; als Wahlpflichtmodul in MSc CME und MA GEMA, sonst als multidisziplinäres. Wahlpflichtmodul.
<p>Inhalt</p> <p>Familienunternehmen sind mit rund drei Mio. Firmen die tragende Säule der deutschen Volkswirtschaft. Entsprechend zeigt sich auch die Entwicklung im deutschsprachigen Ausland. Sie zeichnen sich unter anderem durch ihre auf Langfristigkeit angelegten Unternehmensstrategien, ihre Verankerung in der Region und ihre hohe Wertorientierung aus. Andererseits kämpfen Familienunternehmen mit besonderen Herausforderungen wie einer gewissen Gefahr der Stagnation („winners curse“), Herausforderungen im Bereich der Gewinnung hochqualifizierter Mitarbeiter und möglicher Konflikte im Generationswechsel. Der bisherige Fokus der Forschungsansätze an deutschen Universitäten hat bereits wichtige und weiter zu intensivierende Ansätze für die aktuellen strategischen und operativen Herausforderungen von Familienunternehmen erarbeitet. Beleuchtet werden sowohl die Theoriearbeit als auch empirische Analysen.</p> <p>Qualifikationsziele</p> <p>Es stehen insbesondere die Themen Corporate Governance, Strategie, Recht und Steuern, Finanzierung und Verantwortung im Kontext von Familienunternehmen im Vordergrund. Die Studierenden lernen, eigenständig aktuelle wissenschaftliche Forschung in diesen Gebieten im Kontext von Familienunternehmen zu durchdringen, zu hinterfragen und anschließend entsprechend anzuwenden.</p> <p>Literatur</p> <p>Aktuelle Papers, Bücher und Fallstudien zu den Themen im Kontext von Familienunternehmen.</p>	

Modul 242061-6 Knowledge Management				
MSc CME/ MA GEMA	2.-4. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform				Seminar eigene Forschung
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Fallstudie Präsentation (Einzel und Gruppe)
Prüfungsumfang bzw. -dauer				Gruppenhausarbeit ca. 20 Seiten Einzel und Gruppen-Präsentation ca. 30 Minuten
Modulverantwortlich				Prof. Dr. Ellen Enkel Dr. Manfred Bischoff Institute of Innovation Management of Airbus Group E-Mail: ellen.enkel@zu.de
Leistungsniveau				Grundlagen <input type="checkbox"/> Vertiefung <input checked="" type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>
Teilnahmevoraussetzungen				Kenntnisse nach Maßgabe des Kurses 522022 Open Innovation
Verwendbarkeit des Moduls				Major Phase MSc CME, MA GEMA, MA PAIR und MA AMC; als Wahlpflichtmodul in MSc CME und MA GEMA, sonst als multidisziplinäres. Wahlpflichtmodul.

Das Modul soll die Themen Wissens- und Innovationsmanagement vertiefen und Anwendungspraxis vermitteln. Das Modul R&D Metrics bietet eine ideale Ergänzung zum Kurs Knowledge Management. Beide Module gemeinsam bereiten für eine Tätigkeit im unternehmensinternen Innovationsmanagement oder eine andere kreativen Aufgabe vor.

Inhalt

Der Kurs führt in seinem ersten Teil in die Theorie und in seinem zweiten Teil in die Praxis des Wissensmanagements ein. Dabei orientiert sich die Reihenfolge der Themen an der historischen Entwicklung des Feldes von der ersten Erkenntnis warum Wissen wichtig für die Unternehmensleistung ist bis zur heutigen Perspektive wie große Innovationen durch Wissensflüsse in Ökosystemen entstehen. Die theoretischen Inhalte werden durch zahlreiche Praxisbeispiele illustriert und ergänzt. Nach der Hälfte des Kurses beginnen die Studierenden in Gruppen eigene Forschung durchzuführen, in dem sie Daten zu einem selbstgewählten Ökosystem sammeln, analysieren und interpretieren. Ihre Erkenntnisse erweitern die bisher kaum existierende Theorie in diesem Feld. Fallstudien des letzten Kurses waren z.B. autonomes Fahren, das Human Genome Project oder Smart Cities um hier Wissensaustausch und Innovation in der heutigen Ökonomie zu verstehen. Themen sind:

- | Knowledge based theory of the firm, dimensions of knowledge, knowledge processes;
- | Knowledge management in practice, business goals for knowledge management;
- | Networks for managing knowledge;
- | Opening up the innovation process to external knowledge;
- | Customer knowledge integration approaches;

Qualifikationsziele

Die Studierenden wissen und diskutieren vielfältige theoretische Ansätze im Innovations- und Technologiemanagement und können diese durch zahlreiche Beispiele aus der Praxis in der Unternehmenswirklich wiedererkennen und anwenden.

Die Studierenden führen eigene Forschung in den Gebieten Innovation, Technologie und Wissensmanagement durch und tragen so zur Erweiterung existierender oder Entwicklung neuer Theorie bei.

Die Studierenden lösen aktuelle Praxisprobleme in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen und tragen so wesentlich zu neuen Erkenntnissen für die Praxis bei.

Literatur

Die Studierenden lesen für jeden Kurstag einen wissenschaftlichen Artikel zum Tagesthema der im Campusnet bereitgestellt wird.

Modul 242062-6 R & D Metrics & Creativity				
MSc CME/ MA GEMA	2.-4. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform				Seminar

	eigene Forschung
Veranstaltungstyp	Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen	Fallstudie Präsentation (Einzel und Gruppe)
Prüfungsumfang bzw. -dauer	Gruppenhausarbeit ca. 20 Seiten Einzel und Gruppen-Präsentation ca. 30 Minuten
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ellen Enkel Dr. Manfred Bischoff Institute of Innovation Management of Airbus Group E-Mail: ellen.enkel@zu.de
Leistungsniveau	Grundlagen <input type="checkbox"/> Vertiefung <input checked="" type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>
Teilnahmevoraussetzungen	-
Verwendbarkeit des Moduls	Major Phase MSc CME, MA GEMA, MA PAIR und MA AMC; als Wahlpflichtmodul in MSc CME und MA GEMA, sonst als multidisziplinäres. Wahlpflichtmodul.
<p>Das Modul R&D Metrics bietet eine ideale Ergänzung zum Kurs Knowledge Management. Beide Module gemeinsam bereiten für eine Tätigkeit im unternehmensinternen Innovationsmanagement oder eine andere kreative Aufgabe vor.</p> <p>Inhalte</p> <p>Dieses Modul beschäftigt sich mit der Förderung von Kreativität und dem Messen von Innovationsleistungen. Durch viele Praxisbeispiele sowie eigenes Erproben werden die Themen praxisorientiert vermittelt und helfen den Studierenden die diskutierte Theorie auf die Praxis anzuwenden. Das interdisziplinäre Thema wird von zahlreichen wissenschaftlichen Perspektiven betrachtet. In den letzten Jahren konnten durch die Zusammenarbeit mit Unternehmen wie Telekom, Beiersdorf und Bosch aktuelle Herausforderungen der Praxis durch Studierende gelöst werden und so ein wesentlicher Beitrag für die Praxis geschaffen werden. Themen sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> Portfolio- and technology management; R&D metrics and key performance indicators; 	

<ul style="list-style-type: none"> Enhancing creativity through creativity methods; Measurement of company performance and its influence factors; <p>Qualifikationsziele</p> <p>Die Studierenden wissen und diskutieren vielfältige theoretische Ansätze im Innovations- und Technologiemanagement und können diese durch zahlreiche Beispiele aus der Praxis in der Unternehmenswirklich wiedererkennen und anwenden.</p> <p>Die Studierenden führen eigene Forschung in den Gebieten Innovation, Technologie und Wissensmanagement durch und tragen so zur Erweiterung existierender oder Entwicklung neuer Theorie bei.</p> <p>Die Studierenden lösen aktuelle Praxisprobleme in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen und tragen so wesentlich zu neuen Erkenntnissen für die Praxis bei.</p> <p>Literatur</p> <p>Die Studierenden lesen für jeden Kurstag einen wissenschaftlichen Artikel zum Tagesthema der im Campusnet bereitgestellt wird.</p>

Track: Finance & Entrepreneurship

Modul 242021-6 Advanced Corporate Finance				
MSc CME/ MA GEMA	X. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform				Seminar
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Klausur
Prüfungsumfang bzw. -dauer				90 Minuten
Modulverantwortlich				Prof. Dr. Mark Mietzner Lehrstuhl für Bank- und Finanzwirtschaft E-mail: mark.mietzner@zu.de
Leistungsniveau				Grundlagen <input type="checkbox"/> Vertiefung <input checked="" type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>

Teilnahmevoraussetzungen	Kenntnisse nach Maßgabe der Kurse 522024 Accounting & Controlling, 522042 Statistik, 522012 Corporate Finance
Verwendbarkeit des Moduls	Major Phase MSc CME, MA GEMA, MA PAIR und MA AMC; als Wahlpflichtmodul in MSc CME und MA GEMA, sonst als multidisziplinäres. Wahlpflichtmodul.
<p>Inhalte & Qualifikationsziele</p> <p>This lecture gives a broad overview of central topics in modern corporate finance (such as mergers and acquisitions, capital structure and financial distress, managerial incentives, payout policy, corporate governance and empirical methods). The course will introduce students to theoretical concepts and empirical research on central topics of corporate finance. Students will be expected to work with related data sets (provided by the instructor) on selected topics. By the end of the course, students will have a general understanding of the main issues in theoretical and empirical corporate finance and will gain a broad overview of current literature and applied methods in the research area.</p> <p>Literatur</p> <p>The lectures will be held in English and students will have to read at least one paper or book chapter for each lecture. The level of the course is addressed to students with a good knowledge of fundamental concepts in financial economics. The final written test will be in English and German.</p> <p>Tirole, J., (2006): "The Theory of Corporate Finance", Princeton University Press. Kim, K. A. and J. R. Nofsinger, (2003): "Corporate Governance", 2nd Ed., Pearson Prentice Hall. Berk/DeMarzo (2011) "Corporate Finance", Pearson Prentice Hall. Brealey, R. A., S. C. Myers and F. Allen, (2011): "Principles of Corporate Finance", Mc Graw Hill. Greenbaum, S. and A. Thakor (2007): Contemporary Financial Intermediation, Academic Press, 2nd ed., 2007, esp. Ch.2 and Ch. 15</p>	

Modul 242132-6 Entrepreneurial Finance				
MSc CME/ MA GEMA	2.-4. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform				Seminar
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Klausur

Prüfungsumfang bzw. -dauer	90 Minuten
Leistungsniveau	Grundlagen <input type="checkbox"/> Vertiefung <input checked="" type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Mark Mietzner Lehrstuhl für Bank- und Finanzwirtschaft E-Mail: mark.mietzner@zu.de
Teilnahmevoraussetzungen	Kenntnisse nach Maßgabe der Kurse 522024 Accounting & Controlling, 522042 Statistik, 522012 Corporate Finance
Verwendbarkeit des Moduls	Major Phase MSc CME, MA GEMA, MA PAIR und MA AMC; als Wahlpflichtmodul in MSc CME und MA GEMA, sonst als multidisziplinäres. Wahlpflichtmodul.
<p>Inhalt</p> <p>Im Seminar Entrepreneurial Finance wird ein besonderer Fokus auf die Finanzierungsmöglichkeiten gelegt, die gleichermaßen jungen sowie wachstumsorientierten Unternehmen zur Verfügung stehen. Zentraler Bestandteil sind dabei die Finanzierungsgrundsätze, -methoden und -modelle von Finanzinvestoren, die sich auf die Finanzierung zumeist junger (Wachstums-)Unternehmen spezialisiert haben.</p> <p>Qualifikationsziele</p> <p>Die Studierenden sollen</p> <ul style="list-style-type: none"> ein umfangreiches Wissen der grundlegenden Strukturen und Elemente der wichtigsten Finanzsysteme erwerben; in der Lage sein, Finanzsystem zu beschreiben und zu vergleichen; verstehen, warum Finanzsysteme krisenanfällig sind; die wichtigsten regulativen Herausforderungen an Finanzsysteme diskutieren können. sollen verstehen, warum das Ziel der Wertmaximierung eine zentrale Rolle bei der Finanzierung neuer und junger Unternehmungen einnimmt, Einblicke in die Charakteristika, Chancen und Risiken von bestimmten Finanzierungsformen bekommen und mittels zentraler Methoden und Modelle auch die Grundlagen der Bewertung von Geschäftsmodellen aus Sicht von Finanzinvestoren erlernen. <p>Literatur</p> <p>Allen/Carletti/Krahen/Tyrell (2011): An Introduction to Liquidity and Crises Allen/Gale (2000): Comparative Financial Systems: A Discussion</p>	

Schmidt/Tyrell (2004): What Constitutes a Financial System in General and the German Financial System in Particular?
 Smith R L, Kiholm Smith J, Entrepreneurial Finance, 2nd Edition, ISBN: 978-0-471-23072-4
 Metrick. A.: Venture Capital and the Finance of Innovation. 2007, Wiley

Modul 242131-6 Financial Systems				
MSc CME/ MA GEMA	2-4. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform				Seminar
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				variabel
Prüfungsumfang bzw. -dauer				variabel
Modulverantwortlich				Prof. Dr. Jarko Fidrmuc Lehrstuhl für Internationale Wirtschaftstheorie und -politik E-Mail: jarko.fidrmuc@zu.de
Leistungsniveau				Grundlagen <input type="checkbox"/> Vertiefung <input checked="" type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>
Teilnahmevoraussetzungen				Kenntnisse nach Maßgabe der Kurse 522024 Accounting & Controlling, 522042 Statistik, 522012 Corporate Finance
Verwendbarkeit des Moduls				Major Phase MSc CME, MA GEMA, MA PAIR und MA AMC; als Wahlpflichtmodul in MSc CME und MA GEMA, sonst als multidisziplinäres. Wahlpflichtmodul.

Inhalte

Das Modul wird in der Lehrveranstaltung Financial Systems grundlegende Kenntnisse der Struktur und Entwicklung von Finanzsystemen in unterschiedlichen Ländern, ihrer wesentlichen Elemente und Finanzinstitutionen sowie der regulativen Bedingungen vermitteln. Dies betrifft einerseits Industrieländer mit ihrer Klassifikation in Kapitalmarkt-orientierte bzw. bankdominierten Finanzsysteme und andererseits aber auch Finanzsysteme und Finanzierungsprobleme in Entwicklungsländern. Ebenfalls wird die Krisenanfälligkeit von Finanz- und Bankensystemen und regulative Antworten auf Finanzkrisen thematisiert.

Qualifikationsziele

Die Studierenden sollen

- | ein umfangreiches Wissen der grundlegenden Strukturen und Elemente der wichtigsten Finanzsysteme erwerben;
- | in der Lage sein, Finanzsysteme zu beschreiben und zu vergleichen;
- | verstehen, warum Finanzsysteme krisenanfällig sind;
- | die wichtigsten regulativen Herausforderungen an Finanzsysteme diskutieren können.
- | sollen verstehen, warum das Ziel der Wertmaximierung eine zentrale Rolle bei der Finanzierung neuer und junger Unternehmungen einnimmt,
- | Einblicke in die Charakteristika, Chancen und Risiken von bestimmten Finanzierungsformen bekommen und
- | mittels zentraler Methoden und Modelle auch die Grundlagen der Bewertung von Geschäftsmodellen aus Sicht von Finanzinvestoren erlernen.

Literatur

Allen F./Carletti E./Krahen J.P./Tyrell, Marcel (2011): An Introduction to Liquidity and Crises, Oxford University Press
 Allen F./Carletti E./Gu X. (2014): The Role of Banks in Financial Systems, in Oxford Handbook of Banking, 2nd ed., Oxford University Press
 Schmidt R.H./Seibel, D./Thomes P. (2016): From Microfinance to Inclusive Banking, Wiley
 Schmidt R.H./Tyrell M. (2004): What Constitutes a Financial System in General and the German Financial System in Particular?, in The German Financial System, Oxford University Press
 Smith R./Walter I. (2012): Global Banking, 3rd Ed. Oxford University Press

Modul 242121-6 Innovation & Entrepreneurship				
MSc CME/ MA GEMA	2.-4. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform				Seminar Gruppenarbeit
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester

Angebotsturnus	jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen	Präsentation Hausarbeit
Prüfungsumfang bzw. -dauer	Präsentation ca. 15 Folien Hausarbeit ca. 30 Seiten
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Reinhard Prügl Lehrstuhl für Innovation, Technologie & Entrepreneurship am Friedrichshafener Institut für Familienunternehmen FIF E-Mail: reinhard.pruegl@zu.de
Leistungsniveau	Grundlagen <input type="checkbox"/> Vertiefung <input checked="" type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>
Teilnahmevoraussetzungen	Grundkenntnisse in BWL
Verwendbarkeit des Moduls	Major Phase MSc CME, MA GEMA, MA PAIR und MA AMC; als Wahlpflichtmodul in MSc CME und MA GEMA, sonst als multidisziplinäres. Wahlpflichtmodul.

Inhalt

Unternehmerisches Handeln, insbesondere auf Basis von innovativen Ansätzen, wird aufgrund der sich immer schneller ändernden Rahmenbedingungen, zunehmend zu einer wichtigen Kompetenz für Studierende in unterschiedlichen Studienfächern. Wissen darüber, wie unternehmerisches Handeln ausgestaltet werden kann, wird daher zunehmend zu einer Kernkompetenz von Studienabgängern. Beleuchtet werden sowohl die Theoriearbeit als auch empirische Analysen. Darauf aufbauend werden im Rahmen einer Gruppenarbeit Anwendungs- bzw. eigene Forschungserfahrungen gesammelt. Damit wird der immer wieder geforderten Handlungsorientierung im Rahmen der Ausprägung unternehmerischer Fähigkeiten Rechnung getragen.

Qualifikationsziele

Die Studierenden lernen, eigenständig aktuelle wissenschaftliche Forschung in den Gebieten (Family) Entrepreneurship und Innovation zu durchdringen, zu hinterfragen und anschließend entsprechend anzuwenden.

Literatur

Aktuelle Papers, Bücher und Fallstudien zu den Themen (Family) Entrepreneurship und Innovation.

Track: Governance & Leadership

Modul 242101-6 Corporate Responsibility				
MSc CME/ MA GEMA	2.-4. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform				Seminar
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Klausur
Prüfungsumfang bzw. -dauer				90 min
Modulverantwortlich				Prof. Dr. habil. Josef Wieland Lehrstuhl für Institutional Economics Director Leadership Excellence Institute Zeppelin E-Mail: josef.wieland@zu.de
Leistungsniveau				Grundlagen <input type="checkbox"/> Vertiefung <input checked="" type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>
Teilnahmevoraussetzungen				-
Verwendbarkeit des Moduls				Major Phase MSc CME, MA GEMA, MA PAIR und MA AMC; als Wahlpflichtmodul in MSc CME und MA GEMA, sonst als multidisziplinäres. Wahlpflichtmodul.
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> Nature of the firm Strategisch-Normatives Management Integrity & Compliance Management Corporate Responsibility & Human Rights Sustainable Development Goals & Sustainability Stakeholder Management & Shared Value Case studies 				

Qualifikationsziele

- | Kennenlernen öffentlicher und privater Regulierung hinsichtlich Integrity und Compliance
- | Kennen von Implementierungsstrategien effektiver Compliance Management Systeme
- | Corporate Social Responsibility und Human Rights, Sustainability: Standards, Management Systems, öffentliche Diskurse
- | Strategisches Management & Gesellschaftliche Motivation

Literatur

Wieland, J. (2014). Governance Ethics: Global value creation, economic organization and normativity. Cham: Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-07923-3>

Wieland, J. (2016). Shared Value Creation – Theoretical Concepts, Practical Challenges. In J. Wieland (Ed.), Shared Value. Konferenzband im Anschluss an das Jahresmeeting Deutsche Gesellschaft für Philosophie. Berlin: Springer Verlag.

Wieland, J., Grüninger, S., Steinmeier, R. (2010) (Hrsg.): Handbuch Compliance-Management. Konzeptionelle Grundlagen, praktische Erfolgsfaktoren, globale Herausforderungen. Berlin: Erich

Modul 242111-6 Dishonesty				
MSc CME/ MA GEMA	2-4. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform			Seminar Fallstudie	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Midterm Exam	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			60 Minuten Klausur	
Modulverantwortlich			Prof. Dr. Carmen Tanner Lehrstuhl für Wirtschaftspsychologie und Führungsethik am LEIZ E-Mail: carmen.tanner@zu.de	
Leistungsniveau			Grundlagen <input type="checkbox"/> Vertiefung <input checked="" type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>	

Teilnahmevoraussetzungen	Grundkenntnisse in Statistik und experimenteller Methodik sind Voraussetzung.
Verwendbarkeit des Moduls	Major Phase MSc CME, MA GEMA, MA PAIR und MA AMC; als Wahlpflichtmodul in MSc CME und MA GEMA, sonst als multidisziplinäres. Wahlpflichtmodul.
<p>Inhalt</p> <p>Seit der letzten Finanz- und Wirtschaftskrise und den zahlreichen Skandalen um Unternehmen (z.B. Enron, Worldcom, Volkswagen), Banken (z.B. Libor-Skandal) oder Personen (z.B. Madoff, Adoboli) erfahren Fragen zum Thema (Un)Ehrlichkeit wieder viel Aufmerksamkeit. Unter Unehrlichkeit werden Verhaltensweisen subsumiert wie Lügen, Betrügen, Täuschen, Daten manipulieren, etc. Doch warum verhalten sich Menschen ehrlich oder unehrlich? Welches sind die Bedingungen, die Unehrlichkeit begünstigen? Wie kann man Ehrlichkeit fördern? Dazu gibt es verschiedenste Antwortversuche, aus der Ökonomie, Philosophie und Psychologie. Im Kurs werden diese verschiedenen Perspektiven, welche Menschenbilder zugrunde liegen und v.a. auch welche Implikationen diese verschiedenen Ansätze für das Verständnis von Ehrlichkeit (und warum sich Menschen ehrlicher oder unehrlich verhalten) haben, anhand aktueller empirischer Forschungsstudien, die wöchentlich gelesen werden, vertieft. Die Prüfungsleistung besteht in Form einer Präsentation während des Semesters und einer schriftlichen Klausur über die Kursinhalte am Ende des Semesters. Erwartet wird zudem regelmäßiges Erscheinen und gründliches Lesen der Artikel.</p> <p>Qualifikationsziele</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> erwerben Kenntnisse über wichtige Perspektiven und Determinanten von Unehrlichkeit. werden sensibilisiert für psychologische und situative Faktoren, die Unehrlichkeit beeinflussen. erweitern methodische Kenntnisse im Bereich der empirischen Forschung. lernen, Forschungsbefunde auf eigene Alltags- und praxisbezogene Beispiele anzuwenden. <p>Literatur</p> <p>Originalliteratur aus internationalen Fachzeitschriften. Wird zu Beginn des Seminars bekannt gegeben.</p> <p>De Cremer, D., Tenbrunsel, A.E. (2012). Behavioral Business Ethics: Shaping an Emerging Field. New York: Taylor & Francis Group.</p> <p>Bazerman, M.H., Tenbrunsel, A.E. (2011). Blind Spots. Why We Fail to Do What's Right and What to Do about It. New Jersey: Princeton University Press.</p> <p>Bazerman, M.H. (2014): The power of noticing: What the best leaders see. New York: Simon & Schuster Paperbacks.</p> <p>Kaptein, Muel (2013). Workplace morality. Behavioral ethics in organizations. Amsterdam: Emerald Group Publishing Limited.</p>	

Modul 242102-6 Leadership				
MSc CME/ MA GEMA	2.-4. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform				Seminar
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Klausur
Prüfungsumfang bzw. -dauer				90 min
Modulverantwortlich				Prof. Dr. habil. Josef Wieland Lehrstuhl für Institutional Economics Director Leadership Excellence Institute Zeppelin E-Mail: josef.wieland@zu.de
Leistungsniveau				Grundlagen <input type="checkbox"/> Vertiefung <input checked="" type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>
Teilnahmevoraussetzungen				-
Verwendbarkeit des Moduls				Major Phase MSc CME, MA GEMA, MA PAIR und MA AMC; als Wahlpflichtmodul in MSc CME und MA GEMA, sonst als multidisziplinäres. Wahlpflichtmodul.
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> Arten von Führung Leadershipstile, Unternehmenskultur, Governance Charakter Formation, Ethische Führung, Fallstudien Normative Strategic Management as Leadership Excellence Transkulturelles Management <p>Qualifikationsziele</p> <ul style="list-style-type: none"> Kenntnis der wichtigsten Leadershiptheorien Lerne über ethische Charakterformierung und Unternehmensperformance Kenntnis von transkulturellem Management 				

| Kenne die Zusammenhänge von verantwortungsvollem Unternehmertum, Entscheidungsfindung und Leadership

Literatur

Wieland, J. (2014). *Governance Ethics: Global Value Creation, Economic Organization and Normativity*. Cham: Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-07923-3>

Bass, B. M. (1990). From transactional to transformational leadership: Learning to share the vision. *Organizational dynamics*, 18(3), 19-31.

Graen, G. B., & Uhl-Bien, M. (1995). Relationship-based approach to leadership: Development of leader-member exchange (LMX) theory of leadership over 25 years: Applying a multi-level multi-domain perspective. *The leadership Quarterly*, 6(2), 219-247.

Uhl-Bien, M. (2006). Relational leadership theory: Exploring the social processes of leadership and organizing. *The Leadership quarterly*, 17(6), 654-676.

Wieland, J. (2017). Relationale Führung und Intersektorale Governance. In M. Lehmann & M. Tyrell (Eds.), *Komplexe Freiheit: Wie ist Demokratie möglich?* (pp. 237–258). Wiesbaden: Springer.

Modul 242112-6 Managing Diversity & Diversity in Globalization				
MSc CME/ MA GEMA	2.-4. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform				Seminar
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Paper in a group of 5 students (graded) & Presentation (obligatory, non graded)
Prüfungsumfang bzw. -dauer				Paper in a group of 5 students (graded) & Presentation (obligatory, non graded)
Modulverantwortlich				Prof. Dr. Carmen Tanner Chair of Business Psychology and Behavioral Ethics at LEIZ E-Mail: carmen.tanner@zu.de
Leistungsniveau				Grundlagen <input type="checkbox"/> Vertiefung <input checked="" type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>

Teilnahmevoraussetzungen	-
Verwendbarkeit des Moduls	Major Phase MSc CME, MA GEMA, MA PAIR und MA AMC; als Wahlpflichtmodul in MSc CME und MA GEMA, sonst als multidisziplinäres. Wahlpflichtmodul.
<p>Diversity & Globalization – how to handle differences How did it happen; how is it today, who is concerned (system & person), what to do (biography, changing perspectives, difference management)</p> <p>Content</p> <p>This interactive, selfreflective seminar in Diversity & Globalization is designed to familiarize students with many key factors affecting themselves in Multinational Corporations in today's global world. In this course Diversity will not be restricted to Culture. We consider all Diversity differences such as Gender, Age, Disciplines etc (based on "Four layers of diversity, Gardenswartz & Rowe 1995). Therefore this course is about how organisations and individuals construct differences: how do organisations handle them, how do I handle them?</p> <p>Methodologies and tools</p> <p>This module introduces into diversity management and globalization/global leadership with an interdisciplinary theoretical and individual approach. Historical development of the topics plus various theories based on system theory and individual concepts will be worked with. Another focus is the student her/himself and her/his biography with diversity in socialisation within various contexts (family, organisations, institutions etc.). We will apply various interactive learning methods in ranging from group discussions, to scientific work to practical offers as diversity diagnosis, changing perspectives, excercises etc.</p> <p>Learning outcome</p> <p>Observing of historical context, theoretical concepts and the own way of handling differences in a global environment; self-awareness of your way of dealing with diversity in different contexts; your value system; managing and working in a cross-cultural setting; and developing sensitivity to local needs and conditions. understanding and dealing with diversity. Group semester work (100%), colloquium presentations (obligatory for each student)</p> <p>Bibliography</p> <p>Bartlett, C., Ghoshal, S., & Beamish, P. W. (2008). Transnational Management: Text, Cases & Readings in Cross-Border Management, 5th ed. New York: McGraw-Hill/Irwin.</p> <p>Bourdieu, P. (1982): Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Suhrkamp, Frankfurt a. Main</p> <p>Doz, Y.L./Santos, J./Williamson, P. (2001): From global to metanational: how companies win in the knowledge economy. In: Harvard Business School Press, Boston</p> <p>Gardenswartz, L./Rowe, A. (1995): Diverse Teams At Work: Capitalizing on the Power of Diversity. Irwin Professional Publishing, Burr Ridge</p> <p>Ghemawat, P. (2007): Managing Differences. The Central Challenge of Global Strategy. In: Harvard</p>	

Business Review. March, S. 2-13, Harvard Business Publishing,
 Harrison, D.A./Klein, K.J. (2007): What's the Difference? Diversity Constructs as Separation, Variety, or Disparity in Organizations? In: Academy of Management Review, Vol. 32, Nr. 4, S. 1199-1228, Briarcliff Manor
 Koall, I./Bruchhagen, V., Höher, F. (2002): Vielfalt statt Lei(d)tkultur: Managing Gender & Diversity. LIT Verlag, Münster
 Müller, C./Sander, G. (2011): Innovativ führen mit Diversity-Kompetenz: Vielfalt als Chance. Haupt Verlag, Bern
 Nummela, N./Saarenketo, S./Puumalainen, K. (2004): A Global Mindset – A Prerequisite for Successful Internationalization? In: Canadian Journal of Administrative Sciences, Vol. 21, No. 1, John Wiley & Sons, Hoboken
 Özkazanç-Pan, B. (2008): International Management Research meets „the Rest of the World“. In: Academy of Management Review. No. 4, S. 964 - 974, Briarcliff
 Ragins, B.R./Gonzalez, J.A. (2003): Understanding diversity in organizations: Getting a grip on a slippery construct. In: Greenberg, J. (Ed.): Organizational behavior: The state of the science, S. 125 – 163. Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah
 Thomas, D. A./Ely, R. J. (1996): Making Differences Matter. In: Harvard Business Review Vol. 74, Nr. 5, S. 79-91
 Trompenaars F. & Hampden-Turner, C. P. (1998). Riding the Waves of Culture. Understanding Diversity in Global Business, 2nd ed. McGrawHill.
 Woolley, A. et al. (2010): Evidence for a Collective Intelligence Factor in the Performance of Human Groups. Science 29, Vol. 330, No. 6004, pp. 686 – 688

Track: Mobility & Sustainable Transport

Modul 242141-6 Matching Strategies for Sustainable Mobility				
MSc CME/ MA GEMA	2.-4. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform				Seminar
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Hausarbeit & Präsentation
Prüfungsumfang bzw. -dauer				
Modulverantwortlich				Prof. Dr. Alexander Eisenkopf ZEPPELIN Lehrstuhl für Wirtschafts- und Verkehrspolitik

	E-Mail: alexander.eisenkopf@zu.de
Leistungsniveau	Grundlagen <input type="checkbox"/> Vertiefung <input checked="" type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>
Teilnahmevoraussetzungen	Kenntnisse in Mikroökonomie auf Bachelorniveau
Verwendbarkeit des Moduls	Major Phase MSc CME, MA GEMA, MA PAIR und MA AMC; als Wahlpflichtmodul in MSc CME und MA GEMA, sonst als multidisziplinäres. Wahlpflichtmodul.
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> Transportökonomie: Moderne Konzepte und Anwendungen Infrastruktur und ihre Bedeutung für die Entwicklung der Mobilität Finanzierung und institutionelle Rahmenbedingungen der Bereitstellung von Infrastruktur Externalitäten des Verkehrs: Theoretische Konzepte und Internalisierungsstrategien Gesellschaftliche, technologische und ökologische Trends und deren Bedeutung für die Mobilität Verkehrs- und umweltpolitische Strategien, Regulierung des Transportsektors Das Dilemma des nachhaltigen Verkehrs <p>Qualifikationsziele</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> beherrschen die Konzepte der modernen Transportökonomie und können dieses auf konkrete Problemstellungen anwenden. kennen die Relevanz der Infrastruktur für die Entwicklung der Mobilität kennen die Konzepte der Externalitäten des Verkehrs und sind in der Lage Internalisierungsstrategien zu bewerten reflektieren kritisch zukünftige auf die Mobilität wirkende Trends reflektieren kritisch die Nachhaltigkeitsdiskussion im Verkehrssektor. <p>Literatur</p> <p>Button, Kenneth J.: Transport Economics, 2nd ed., Cheltenham, reprinted 2003 Cole, St.: Applied Transport Economics. Policy, Management & Decision Making, 3rd ed., London 2005 Endres, A.: Environmental Economics. Theory and Policy, Cambridge 2011 European Commission: Report in Accordance with Article 11 (4) of Directive 1999/62/EC. Summary of Measures that Internalise or Reduce Transport Externalities, Commission Staff Working Document, Brussels, 3.7.2013 SWD(2013) 269 final</p>	

Flyvbjerg, B.: What You Should Know About Megaprojects and Why: An Overview, in: Project Management Journal, Vol. 45 (2014), No. 2, 6–19
 Mallard, G. / Glaister, St.: Transport Economics. Theory, Application and Policy, Houndmills/Basingstoke 2008
 Romp, W. / de Haan, J. (2007). Public capital and economic growth. A critical survey, in: Perspektiven der Wirtschaftspolitik, 8. Jg. (2007), S. 6-52

Modul 242142-6 Mobility Innovations & Digitalization				
MSc CME/ MA GEMA	3. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform			seminaristische Vorlesung mit Gruppenarbeit	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Gruppen-Forschungsprojekt Forschungsbericht Poster Präsentation	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			-	
Modulverantwortlich			Prof. Dr. Wolfgang H. Schulz Lehrstuhl für Mobilität, Handel & Logistik Direktor des Amadeus Center for Mobility Studies E-Mail: Wolfgang.schulz@zu.de	
Leistungsniveau			Grundlagen <input type="checkbox"/> Vertiefung <input type="checkbox"/> Spezialisierung <input checked="" type="checkbox"/>	

Teilnahmevoraussetzungen	-
Verwendbarkeit des Moduls	Major Phase MSc CME, MA GEMA, MA PAIR und MA AMC; als Wahlpflichtmodul in MSc CME und MA GEMA, sonst als multidisziplinäres. Wahlpflichtmodul.
<p>Inhalte</p> <p>PART I: Grundlagen, Trends und Bewertung</p> <ul style="list-style-type: none"> Digitalisierung: „Challenging the Future.“ Trends, Chancen und Herausforderungen im Bereich der Digitalisierung: Datenschutz und -sicherheit, Connectivity und Kooperationen. Mobilitätsursachen: Güterverkehr – Personenverkehr: Bedürfnisse, Anforderungen, Verkehrsträger, Nutzer, global-lokal. Zentrale Mobilitätstrends und -innovationen und neue Technologieentwicklungen. Untersuchung von Megatrends und deren Einflüsse auf “die Zukunft der Mobilität”. <p>PART II: Wirkungen, Institutionen und öffentliche Hand</p> <ul style="list-style-type: none"> Auswirkungen von Mobilität und/oder Digitalisierung auf Wirtschaftswachstum, Beschäftigung, Produktivität, technologischen Fortschritt und externe Effekte. Einfluss der Digitalisierung auf Mobilität und vice versa. Institutionen: Stakeholder, Newcomer, Over-the-Top Anbieter, Regulatoren, Dritte, First-Mover, Closer. Politische Zielsetzungen und Regulierungen (nationale, europäische und internationale Verkehrspolitik). <p>PART III: Prozess, Organisation und IT</p> <ul style="list-style-type: none"> Technische Rahmenarchitekturprozesse zur Umsetzung der Digitalisierung. Entwicklung einer adäquaten ökonomischen Rahmenarchitektur mit Hilfe der Theorie der Institutionellen Rollenmodelle (IRM). <p>PART IV: Innovation, Partnering und Implementierung</p> <ul style="list-style-type: none"> Innovation Radar Changing Dimensions Smart Business Networks Time to Market: Managemententscheidungen unter Risiko und Unsicherheit bedingt durch Digitalisierung und Mobilitätsinnovationen. <p>Qualifikationsziele</p> <p>Die Studierenden erhalten Einblicke in</p> <ul style="list-style-type: none"> die Einflüsse von politischen Zielsetzungen und Regulierungen unter Berücksichtigung der Kommunikationstechnologie für die strategische Positionierung der Industrie und Nutzer; die zentralen Trends und Treiber der Mobilität sowie die damit verbundenen Herausforderungen für die Wirtschaft; die technologische Entwicklung, die durch die Trends initiiert wird; die Kommunikationstechnologie als „Enabler“ neuer Geschäftsmodelle; die Konsumorientierung der Mobilität; 	

- die Treiber und Barrieren bei der Durchsetzung von Mobilitätsinnovationen

Literatur

Die Literatur wird in den einzelnen Lehrveranstaltungen definiert.

Modul 522011-6 Cases in Strategic Management				
MSc CME/ MA GEMA	2.-4. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform			Vorlesung Fallstudienarbeit	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Klausur	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			90 min	
Modulverantwortlich			Prof. Dr. Insa Sjurts Lehrstuhl für Strategisches Management & Medien E-Mail: insa.sjurts@zu.de	
Leistungsniveau			Grundlagen <input type="checkbox"/> Vertiefung <input checked="" type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>	
Teilnahmevoraussetzungen			a) MA GEMA: erfolgreiche Teilnahme an der Grundlagen-Lehrveranstaltung 522014 „Strategic Management“ b) MSc CME: Grundlagenwissen aus dem Vorstudium nach Maßgabe der Grundlagen-Lehrveranstaltung 522014 „Strategic Management“ des MA GEMA	
Verwendbarkeit des Moduls			Major Phase MSc CME, MA GEMA, MA PAIR und MA AMC; als Wahlpflichtmodul in MSc CME und MA	

	GEMA, sonst als multidisziplinäres. Wahlpflichtmodul.
<p>Inhalte</p> <p>Aufbauend auf Grundkenntnissen zum strategischen Management konzentriert sich die Wahlpflichtveranstaltung auf ausgewählte aktuelle Fragen des strategischen Managements und auf die Bearbeitung von Fallstudien (Cases). In diesen großteils umfangreichen Fallbeschreibungen werden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit typischen strategischen Herausforderungen für das Management vertraut gemacht und lernen – auf der Basis der vermittelten theoretischen Grundlagen und Techniken – selbstständig strategische Lösungsmuster zu entwickeln und zu begründen. Kontrollfragen helfen, den Lernfortschritt zu bestimmen und zu festigen.</p> <p>Qualifikationsziele</p> <ul style="list-style-type: none"> Fähigkeit zur fundierten, theoriegeleiteten Entwicklung strategischer Handlungsoptionen auf der Basis einer strukturierten Umwelt- und Unternehmensanalyse Fähigkeit zur Identifikation, Analyse und Diskussion von unternehmensstrategischen Handlungsmustern der Unternehmenspraxis <p>Literatur</p> <p>Besanko, D. et al.: Economics of Strategy, 7. Aufl., Hoboken/NJ, 2015 Grant, R.: Contemporary Strategy Analysis, 9. Aufl., Hoboken/NJ, 2015 Porter, M.E.: Wettbewerbsstrategie, 12. Aufl., Frankfurt am Main 2013 Welge, M. K./Al-Laham, A.: Strategisches Management, 6. Aufl., Wiesbaden 2012</p>	

Modul 542014-6 Supply Chain Management & International Freight Transport				
MSc CME/ MA GEMA	2.-4. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform				Seminar
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Hausarbeit Präsentation
Prüfungsumfang bzw. -dauer				-
Modulverantwortlich				Prof. Dr. Alexander Eisenkopf

	ZEPPELIN Lehrstuhl für Wirtschafts- und Verkehrspolitik E-Mail: alexander.eisenkopf@zu.de
Leistungsniveau	Grundlagen <input type="checkbox"/> Vertiefung <input checked="" type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>
Teilnahmevoraussetzungen	-
Verwendbarkeit des Moduls	Major Phase MSc CME, MA GEMA, MA PAIR und MA AMC; als Wahlpflichtmodul in MSc CME und MA GEMA, sonst als multidisziplinäres. Wahlpflichtmodul.
<p>Inhalte</p> <p>Zentrale Lerninhalte des Kurses Supply Chain Management & International Freight Transport sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> Ökonomische und politische Rahmenbedingungen für internationalen Güterverkehr und internationale Logistik Globale Beschaffung und globaler Handel Anforderungen an ein globales Supply Chain Management Strukturen internationaler Supply Chains Gestaltung und Optimierung internationaler Transportströme (Seeverkehr, Luftverkehr, Intermodalität); Digitalisierung internationaler Transport- und Logistikketten Nachhaltigkeit internationaler Supply Chains. <p>Qualifikationsziele</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> sind in der Lage die Veränderungen der Rahmenbedingungen für internationale Transport- und Logistikprozesse einzuschätzen kennen die Anforderungen an ein globales Supply Chain Management verstehen die Strukturen internationaler Supply Chains und beherrschen deren Gestaltungselemente erfassen die Bedeutung der Digitalisierung für internationale Supply Chains reflektieren kritisch die Nachhaltigkeitsdiskussion im Global Supply Chain Management <p>Literatur</p> <p>Gourdin, Kent N.: Global Logistics Management, 2nd ed., Blackwell 2006 Long, Douglas: International Logistics. Global Supply Chain Management, Kluwer 2004</p>	

Elective Modules

Modul 542011-6 Advanced Marketing				
MSc CME/ MA GEMA	2.-4. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform				Seminar
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Präsentation Hausarbeit
Prüfungsumfang bzw. -dauer				Gruppenpräsentation & individuelle schriftliche Ausarbeitung
Modulverantwortlich				Prof. Dr. Anja Achtziger Lehrstuhl für Sozial- & Wirtschaftspsychologie E-Mail: anja.achtziger@zu.de
Leistungsniveau				Grundlagen <input type="checkbox"/> Vertiefung <input checked="" type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>
Teilnahmevoraussetzungen				a) MA GEMA: erfolgreiche Teilnahme an der Grundlagen- Lehrveranstaltung 522017 „Marketing & Branding“ b) MSc CME: Grundlagenwissen aus dem Vorstudium nach Maßgabe der Grundlagen- Lehrveranstaltung 522017 „Marketing & Branding“
Verwendbarkeit des Moduls				Major Phase MSc CME, MA GEMA, MA PAIR und MA AMC; als Wahlpflichtmodul in MSc CME und MA GEMA, sonst als multidisziplinäres. Wahlpflichtmodul.

Inhalte

- | Strategische Aspekte des Markenmanagements
- | Konsumentenzentrierter Ansatz der Markenführung
- | Aktuelle Aspekte der Unternehmenskommunikation und der Markenführung
- | Gestaltung von Markenstrategien
- | Kommunikationsstrategien im Rahmen der Markenpolitik
- | Aspekte der internationalen Markenführung
- | Sektorale Besonderheiten der Markenführung

Qualifikationsziele

- | Kennenlernen des konsumentenzentrierten Ansatzes der Markenführung und der Unternehmenskommunikation
- | Erwerb reflektierter Kenntnisse zu den Besonderheiten des Markenmanagements und der Unternehmenskommunikation im Rahmen des konsumentenzentrierten Ansatzes
- | Aufbau von Kenntnissen und Fähigkeiten, die situativ zur systematischen Analyse und Gestaltung von Marken- und Kommunikationsentscheidungen von Unternehmen erforderlich sind
- | Wissen um spezifische Gestaltungsmethoden und -instrumente, die Unternehmen in diesem Zusammenhang einsetzen können

Literatur

Esch, Strategie und Technik der Markenführung, Stuttgart.
 Florack/Scarabis/Primosch, Psychologie der Markenführung, Stuttgart.
 Kapferer, The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term.
 Wissenschaftliche Artikel, auf die an den entsprechenden Stellen im Skript verwiesen wird.

Modul 242022-6 Capital Market Theory				
MSc CME/ MA GEMA	2.-4. Semester	3 SWS	6 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform			Seminar	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Klausur	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			90 Minuten	
Modulverantwortlich			Prof. Dr. Mark Mietzner Lehrstuhl für Bank- und Finanzwirtschaft E-Mail: mark.mietzner@zu.de	

Leistungsniveau	Grundlagen <input type="checkbox"/> Vertiefung <input checked="" type="checkbox"/> Spezialisierung <input type="checkbox"/>
Teilnahmevoraussetzungen	Kenntnisse nach Maßgabe der Kurse 522041 Wirtschaftsmathematik, 522042 Statistik, 522012 Corporate Finance
Verwendbarkeit des Moduls	Major Phase MSc CME, MA GEMA, MA PAIR und MA AMC; als Wahlpflichtmodul in MSc CME und MA GEMA, sonst als multidisziplinäres. Wahlpflichtmodul.

Inhalt

Der Kurs soll die beiden Hauptthemengebiete "Bewertung und Bewertungstheorie" sowie "Vertragstheorie" behandeln (Reihenfolge ist noch offen). Je nach Anzahl der Veranstaltungen, wird in einem Teil der Vorlesungsreihe ein Überblick über das Entscheiden unter Unsicherheit (Nutzentheorie) gegeben, bevor der State-Preference-Ansatz (Zustandsabhängige Zahlungsansprüche und Grundidee präferenzfreier Bewertung auf vollkommenen und vollständigen Märkten) besprochen wird. Im Anschluss daran, werden ausgewählte Bewertungstechniken vorgestellt (bspw. Risikoneutrale Bewertung, Bewertung mit Pricing Kernel oder Bewertung mit Risikoprämien). Optional werden in den letzten Einheiten des ersten Blocks noch die Portfolio-Selektion (Anlageentscheidungen nach dem μ - σ -Prinzip, Eigenschaften des effizienten Randes) sowie das CAPM (Bewertung im Kapitalmarktgleichgewicht und Empirie zum CAPM) besprochen.

Wiederum abhängig von der Zahl der Veranstaltungen, werden dann in dem zweiten Teil der Veranstaltungsreihe schließlich wesentliche Konzepte der Vertragstheorie behandelt. Dabei werden zunächst die Ziele der Vertragsgestaltung (effiziente Allokation, Risikoteilung oder Verhaltenssteuerung) betrachtet und spieltheoretische Grundlagen besprochen. Im Anschluss daran, werden im Wesentlichen Moral Hazard (Stichwort: Grundproblems, Principal-Agent-Modell, Optimale Verträge sowie Anwendungsfälle) und Adverse Selection Probleme (Stichwort: Grundproblems, Signalling und Screening sowie Anwendungsfälle) untersucht.

Qualifikationsziele

Vermittlung des grundlegenden Methodenwissens für eine weitere Spezialisierung im Bereich „Finance“.

Literatur

Banner (2005): Vertragstheorie Eine Einführung mit finanzökonomischen Beispielen und Anwendungen, Physica-Verlag.
Rasmusen, Eric (1994): Games and Information, 2. Auflage, Blackwell Publishers, Oxford.
Dixit/Nalebuff (1991): Thinking Strategically, WW Norton, N.Y.
Hart, Oliver (1995): Firms, Contracts and Financial Structure, Clarendon Press, Oxford.
Bolton/Dewatripont (2005): Contract Theory, MIT Press, Cambridge.

Tirole, Jean (2001): Corporate Governance, *Econometrica* 69, 1-35.
 Salanie (1997): *The Economics of Contracts: A Primer*, MIT Press, Cambridge.
 Fudenberg/Tirole (1991): *Game Theory*, MIT Press, Cambridge.
 Schweizer, Urs (1999): *Vertragstheorie*, Mohr Siebeck, Tübingen

Modul 242491-6 Selected Topics				
MSc CME/ MA GEMA	2.-4. Semester	SWS 3	ECTS 6	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/114
Lehrform				Seminar
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input type="checkbox"/> semesterweise <input checked="" type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				variabel
Prüfungsumfang bzw. -dauer				variabel
Modulverantwortlich				Akademische Programmleitung CME (kommissarisch: Dr. Isabell Häcker-Kruck, Anika Rehder)
Leistungsniveau				Grundlagen <input type="checkbox"/> Vertiefung <input type="checkbox"/> Spezialisierung <input checked="" type="checkbox"/>
Teilnahmevoraussetzungen				Abgeschlossener Pflichtbereich
Verwendbarkeit des Moduls				Major Phase MSc CME, MA GEMA, MA PAIR und MA AMC; als Wahlpflichtmodul in MSc CME und MA GEMA, sonst als multidisziplinäres. Wahlpflichtmodul.

Inhalte

Das Modul greift aktuelle Fragen, Themen und Problemstellungen im Bereich Corporate Management & Economics auf und gibt den Studierenden Gelegenheit, in Diskurs und Debatte eigene Vorstellungen von der Problemkonstitution und möglichen Problemlösungen bzw. Lösungsstrategien zu entwickeln. Dabei können semesterweise betriebs- und volkswirtschaftliche Schwerpunktthemen behandelt werden.

Qualifikationsziele

Im Rahmen des Moduls erweitern die Studierenden die bis dahin erworbenen theoretischen, methodischen und empirischen Kenntnisse um den Aspekt der kompetenten Teilnahme an Diskursen und Debatten zu aktuellen Themen in den Feldern der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre. Die Studierenden lernen, theoretische Ansätze auf praktische Anwendungsfälle zu übertragen und methodische Kenntnisse bei der Erarbeitung eigener Fallstudien und selbständiger Lösungsvorschläge anzuwenden. Sie üben dabei, in aktuellen Debatten normative Positionen zu vertreten.

Literatur

Wird in den einzelnen Lehrveranstaltungen bekannt gegeben.

Abschlussmodul

Modul Abschlussmodul				
MA GEMA	4. Semester		ECTS 20	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 0/500
Lehrform			Masterthesis (schriftliche Lehrform) Disputation (mündliche Lehrform)	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input type="checkbox"/> semesterweise <input checked="" type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Schriftliche Ausarbeitung Mündliche Prüfung	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			Bearbeitungszeit von 16 Wochen für die Masterthesis 45-60 Minuten für die Disputation	
Modulverantwortlich			Der/die Vorsitzende des zentralen Prüfungsausschusses	
Leistungsniveau			Grundlagen <input type="checkbox"/> Vertiefung <input type="checkbox"/> Spezialisierung <input checked="" type="checkbox"/>	
Teilnahmevoraussetzungen			Erfolgreicher Abschluss der Pflichtmodule (Masterthesis) Erfolgreicher Abschluss der Masterthesis (Disputation)	
Verwendbarkeit des Moduls			Pflichtmodul MA GEMA	

Inhalte

Das Modul bildet den Abschluss des Studiengangs und beinhaltet die Anfertigung einer Masterthesis sowie eine Disputation.

Die Masterthesis ist eine Prüfungsarbeit und zugleich Teil der wissenschaftlichen Ausbildung. Die Studierenden formulieren eine Forschungsfrage und führen eine Literaturrecherche mittels wissenschaftlicher Quellen durch. Sie wählen geeignete theoretische Perspektiven und wissenschaftliche Methoden aus, setzen sie ein und/oder entwickelt sie zur Beantwortung ihrer Forschungsfrage weiter. Sie vergleichen und evaluieren die Ergebnisse ihrer Arbeit kritisch mit dem neuesten Stand der Forschung und legen diese klar und in akademisch angemessener Form dar.

In der Disputation verteidigen die Studierenden Ihre Masterthesis. Dabei stellen sie diese im Rahmen einer Präsentation zunächst kurz vor. Im Anschluss daran diskutieren sie die Arbeit unter der Leitung der beiden Prüferinnen/Prüfer (erste/r und zweiter Gutachter/in).

Qualifikationsziele

Die Studierenden

- | zeigen, dass sie in der Lage sind, ein Forschungsthema aus dem Bereich ihrer Studienrichtung selbständig, nach wissenschaftlichen Methoden, forschungsorientiert und in interdisziplinärer Perspektive innerhalb einer vorgegebenen Frist zu bearbeiten;
- | weisen nach, dass sie die Themenstellung ihrer Masterarbeit selbständig erfasst und bearbeitet haben;
- | verstehen es, diese Arbeit in kompakter Form darzustellen und vor einem Fachpublikum zu präsentieren;
- | können die Forschungsfrage, die gewählte theoretische Perspektive und Methodik sowie das Vorgehen bei der Bearbeitung des Themas erläutern;
- | sind befähigt, die Ergebnisse ihrer Arbeit auf wissenschaftlichem Niveau zu diskutieren.

Literatur

Themenbezogene Fachliteratur