DHBW
Duale Hochschule
Baden-Württemberg
CAS
Center for Advanced Studies

Modulhandbuch

Personalmanagement und Wirtschaftspsychologie

gültig ab 01.04.2025

Forschungsmethoden (W3M10001)

Applied Research

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10001	-	1	Prof. Dr. Conny Mayer-Bonde	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben ein Verständnis für die Bedeutung von Wissenschaft entwickelt und kennen die Erkenntnistheorie und den damit verbundenen Methodendiskurs in der wissenschaftlichen Theoriebildung. Darüber hinaus haben sie ein Verständnis für den Nutzen von wissenschaftlichen Untersuchungen und der Theoriebildung entwickelt. Die Studierenden sind Expertin oder Experte für anwendungsorientierte Fragestellungen und die Überprüfung von Theorien. Sie haben Kenntnis der jeweils angemessenen Verfahren der Gewinnung und Analyse von Informationen in Form von Datengenerierung, -aufbereitung, -analyse und -interpretation im Kontext typischer Forschungsfragestellungen, um daraus eine Handlungsempfehlung abzuleiten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, die Relevanz von Forschungsprojekten und Ableitung eventuell praktisch nutzbarer Denkanstöße oder Handlungsempfehlungen zu beurteilen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Im Rahmen der Wertschätzung von wissenschaftlichen Vorgehensweisen, kennen sie die Bedeutung der ethischen und verantwortungsbewussten Datenerhebung und Datenverwendung, unter denen die Analyse und Interpretation von Erkenntniszusammenhängen möglich ist.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erkennen und formulieren wissenschaftlichen Fragestellungen, leiten ein geeignetes Forschungsdesign ab und reflektierten kritisch die Ergebnisse und den Forschungsprozess.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Forschungsmethoden	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Theoretische Grundlagen der Wirtschafts- und Sozialforschung - Wissenschaftstheoretische Grundpositionen und Erkenntnistheorien - Modellentwicklung und resultierende Theoriebildung sowie Theoriebewertung Prozesse der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung - Formulierung von Fragestellungen Hypothesenbildung - Auswahl des Forschungsdesigns - Datenerhebung - Datenanalyse und -interpretation Ausgewählte Verfahren der Wirtschafts- und Sozialforschung - Beobachtung, Befragung und experimentelle Verfahren - Psychometrische und apparative Verfahren - Uni-, bi- und multivariate Verfahren - Qualitative Inhaltsanalyse Anwendungsorientierte Forschungsprojekte - Sammlung potentieller Forschungsthemen - Skizze für das Design eines exemplarischen Forschungsthemas		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens (Bachelorniveau) und Grundlagen der deskriptiven Statistik.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Baur, N.; Fromm, S.: Datenanalyse mit SPSS für Fortgeschrittene - Ein Arbeitsbuch, Wiesbaden
Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W.; Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden - Eine anwendungsorientierte Einführung, Berlin
Barker, G., Kicher, P.: Philosophy of Science: A new introduction, Oxford
Berekoven, L.; Eckert, W.; Ellenrieder, P.: Marktforschung - Methodische Grundlage und praktische Anwendung, Wiesbaden
Fantapie-Altobelli, C. – Marktforschung, Stuttgart
Hey, B.: Präsentieren in Wissenschaft und Forschung, Heidelberg
Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Heidelberg
Kuhn: Die Struktur wissenschaftlicher Revolutionen, Berlin
Kuckartz U. et al.: Statistik - Eine verständliche Einführung, Wiesbaden
Kuckartz, U.: Qualitative Inhaltsanalyse, Weinheim
O'Brian, D.: An introduction to the Theory of Knowledge, Cambridge
Saunders, M.: Research Methods for Business Students, Harlow
Schnell, R.; Hill, P. B.; Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München
Stickel-Wolf, C.; Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden
Stier, W.: Empirische Forschungsmethoden, Berlin
Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München

Lehrforschungsprojekt: Aktuelle Managementthemen (W3M10002)

Student Research Project: Contemporary Management Topics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10002	-	1	Prof. Dr. Conny Mayer-Bonde	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit (mit Präsentation)	15	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erarbeiten sich selbständig aktuelle Themen zum Management von Unternehmen oder mit Branchen-/Funktionsbezug. Hierbei vertiefen sie sich in Aspekte, die aufgrund ihrer Aktualität teils über das Curriculum hinausgehen. Darüber hinaus werden ihnen durch die Beiträge der Kommilitonen*innen zahlreiche weitere Impulse eröffnet, die durch die Veranstaltung als (interdisziplinäre) Austauschplattform vertieft werden können.

METHODENKOMPETENZ

Bei der Bearbeitung der Themen wenden die Studierenden Methoden und Techniken im jeweiligen fachlichen Kontext und beruflichen Anwendungsfeld an, reflektieren diese und entwickeln sie weiter.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden stellen ihr Thema aus ihrer (fachkulturellen) Perspektive stichhaltig und sachangemessen vor. Durch den interdisziplinären Austausch in der Veranstaltung werden sie für die unterschiedlichen Sichtweisen ihrer Kommilitonen*innen aus anderen Unternehmen, Branchen und Funktionen sensibilisiert. Sie lernen dadurch, ihren Standpunkt zu hinterfragen und sich kritisch damit auseinanderzusetzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, übergreifende Auswirkungen aktueller Herausforderungen auf ihr Unternehmen bzw. die Branche zu analysieren und situationsangemessen damit umzugehen. Sie schärfen ihren Weitblick und entwickeln neue Vorgehensweisen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Lehrforschungsprojekt: Aktuelle Managementthemen	42	93

In diesem Modul werden im Rahmen eines Seminars Fragen zu aktuellen Themen aus dem erweiterten Kontext des Managements erarbeitet. Fallabhängig erfolgt ein Themeneinstieg über (Impuls-)Vorträge. Daran anschließend durchlaufen die Studierenden aktiv und in selbstständig organisierter Einzel- oder Gruppenarbeit ein eigenes Forschungsprojekt, indem sie unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden Daten erheben, auswerten und im Rahmen der gewählten Prüfungsform präsentieren. Dabei werden sie durch den*die Dozierende gezielt unterstützt. Die [Studierende erwerben damit Kompetenzen in der strukturierten und fundierten Herangehensweise an die Beantwortung einer Fragestellung, der Eigenorganisation, des Problemlöse- und Durchhaltevermögens sowie Selbstvertrauen in die eigenen Fähigkeiten, die auch außerhalb der Hochschule von hoher Bedeutung sind.]

BESONDERHEITEN

Die Seminararbeit wird mit 70% gewichtet, der Vortrag mit 30%.
In der Veranstaltung wird i.d.R. ein übergeordnetes Thema behandelt, das auch studiengangsübergreifend organisiert werden kann.
Im Studiengang MBA ist die Prüfung in der Regel als Gruppenarbeit (§ 5 Abs. 1 MaStuPrO) zu erbringen.
Dieses Modul kann nicht im Zertifikatsprogramm belegt werden.

VORAUSSETZUNGEN

Erfolgreicher Abschluss des Moduls Forschungsmethoden bzw. entsprechende Vorkenntnisse.

LITERATUR

- Abele, Thomas (Hrsg.): Fallstudien zum Technologie- & Innovationsmanagement. Praxisfälle zur Wissensvertiefung, Wiesbaden, 2019
- Anderson, Chris.: TED Talks. The Official TED Guide to Public Speaking, Boston/New York, 2018.
- Gallo, Carmine: The Presentation Secrets of Steve Jobs. How to be Insanely Great in Front of Any Audience, New York, 2010
- Gerhold, Lars et al. (Hrsg.): Standards und Gütekriterien der Zukunftsforschung. Ein Handbuch für Wissenschaft und Praxis, Wiesbaden, 2015
- Gochermann, Josef.: Technologiemanagement. Technologien erkennen, bewerten und erfolgreich einsetzen, Wiesbaden, 2020
- Hey, Barbara: Präsentieren in Wissenschaft und Forschung, 2., überarbeitete Auflage, Berlin/Heidelberg, 2019
- Lauff, Werner: Perfekt schreiben, reden, moderieren, präsentieren, 2., aktualisierte und ergänzte Auflage, Stuttgart, 2019
- Lingnau, Volker/Müller-Seitz, Gordoon/Roth, Stefan (Hrsg.): Management der Digitalen Transformation. Interdisziplinäre theoretische Perspektiven und praktische Ansätze, München, 2018
- Lochmahr, Andrea/Müller, Patrick/Planing, Patrick/Popovic, Tobias (Hrsg.): Digitalen Wandel gestalten. Transdisziplinäre Ansätze aus Wissenschaft und Wirtschaft, Wiesbaden, 2019
- Minto, Barbara: Das Prinzip der Pyramide. Ideen klar, verständlich und erfolgreich kommunizieren, Hallbergmoos, 2005
- Müller-Friemauth, Friederike/Kühn, Rainer: Ökonomische Zukunftsforschung. Grundlagen – Konzepte – Perspektiven, Wiesbaden, 2017
- Müller-Friemauth, Friederike/Kühn, Rainer.: Silicon Valley als unternehmerische Inspiration. Zukunft erforschen – Wagnisse eingehen – Organisationen entwickeln, Wiesbaden, 2016
- Schellinger, Jochen/Tokarski, Kim Oliver /Kissling-Näf, Ingrid (Hrsg.): Digitale Transformation und Unternehmensführung. Trends und Perspektiven für die Praxis, Wiesbaden, 2020
- Watzlawick, Pauk/Beavin, Janet. H./Jackson, Don. D.: Menschliche Kommunikation: Formen, Störungen, Paradoxien, 12., unveränd. Aufl., Bern u.a., 2011
zzgl. themenspezifische Literatur

Forschungsprojektarbeit I (W3M10011)

Research Project I

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10011	-	1	Prof. Dr. Conny Mayer-Bonde	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Seminar	Projekt

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	Siehe Pruefungsordnung	ja
Projektarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	8	127	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden eignen sich selbständig detailliertes und spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand in dem von ihnen gewählten Themenbereich an. Sie entwickeln die Fähigkeit, mit Hilfe wissenschaftstheoretischer Vorgehensweisen existierende betriebliche Lösungen zu modifizieren oder neuartige Lösungsszenarien zu entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden nutzen relevante Arbeitsmethoden zur Informationssammlung. Sie bauen Erfahrungswissen im Umgang mit einer Forschungsmethode auf. Die Studierenden entwerfen Forschungsfragen und gehen systematisch sowie wissenschaftsgestützt bei der Beantwortung vor. Ihre Lösungsvorschläge für das Unternehmen bzw. die öffentliche Institution können sie kritisch reflektieren sowie deren Praktikabilität und Grenzen einschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Für die forschungsorientierte Aufgabe können die Studierenden Ziele ableiten und selbständig Vorgehensweisen entwickeln. In der Forschungsprojektarbeit zeigen die Studierenden Lösungen auf, die Neuerungen und Innovationen im betrieblichen Umfeld anstoßen bzw. unterstützen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können die Zielsetzungen, Methoden und Techniken der bis dato kennengelernten Fachgebiete lösungsorientiert verknüpfen, um daraus ein anwendungsorientiertes Forschungsprojekt zu konzipieren. Sie reflektieren berufliche Gegebenheiten vor einem theoretischen Hintergrund und entwickeln daraus abgeleitet adäquate berufspraktische Lösungen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Forschungsprojektarbeit I	8	127

Die Forschungsprojektarbeit greift Problemstellungen aus der betrieblichen Praxis auf, deren Lösung im Rahmen der erfolgreichen Führung von Unternehmen bzw. öffentlichen Institutionen notwendig ist. Die systematische und fundierte Lösung dieser Problemstellungen erfolgt auf Basis wissenschaftlicher Modelle und Theorien. Die Forschungsprojektarbeit I soll einen inhaltlichen Schwerpunkt haben, der in einem der Themengebiete der ersten beiden Semester liegt (Studiengangsmodule oder Wahlmodule des Studiengangs).
Ein Begleitseminar unterstützt die Studierenden bei der Themenabgrenzung und Entwicklung des Forschungsdesigns und fördert darüber hinaus das gemeinschaftliche Lernen.

BESONDERHEITEN

Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen, die wie folgt gewichtet sind: Schriftliche Ausarbeitung 70% und Mündliche Prüfung 30%.
Die schriftliche Ausarbeitung hat einen Umfang von 15 – 20 Seiten (ohne Inhaltsverzeichnis und Anhang). Sie wird in einer Bearbeitungszeit von zwei Monaten erstellt. Die mündliche Prüfung umfasst eine Dauer von in der Regel 30 Minuten.
Dieses Modul kann nicht im Zertifikatsprogramm belegt werden.

VORAUSSETZUNGEN

Die Forschungsprojektarbeit I kann angemeldet werden, wenn das Modul „Forschungsmethoden" erfolgreich absolviert wurde.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
- Akca, N./Bruns, A. S./Fromen, B./Zelewski, S. (Hrsg.): Case-Study-Guide. Grundlagen - Anschauungsbeispiele - Hinweise für Seminararbeiten, Berlin.
- Ang, Siah Hwee: Research Design for Business & Management, Los Angeles u.a.
- Flick, U./ von Kardorff, E./Steinke, I. (Hrsg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch, Hamburg
- Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht für Bachelor, Master und Dissertation, Bern
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung, Stuttgart
- Kuckartz, U.: Mixed Methods. Methodologie, Forschungsdesigns und Analyseverfahren, Wiesbaden
- Mayring, P.: Einführung in die qualitative Sozialforschung, Weinheim
- Saunders, M./Lewis, P./Thornhill, A.: Research Methods for Business Students, London
- Schnell, R./Hill, P.B./Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München
- Schwaiger, M./Meyer, A. (Hrsg.): Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. Handbuch für Wissenschaftler und Studierende, München
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, München
- Weber, D.: Wissenschaftlich arbeiten für Wirtschaftswissenschaftler. Untersuchungen planen, durchführen und auswerten, Weinheim
- Wilson, J.: Essentials of Business Research, London

zzgl. themenspezifische Literatur

Forschungsprojektarbeit II (W3M10012)

Research Project II

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10012	-	1	Prof. Dr. Conny Mayer-Bonde	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Seminar	Projekt

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	Siehe Pruefungsordnung	ja
Projektarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	8	127	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden entwickeln eine Routine bei der selbständigen Aneignung von detailliertem und spezialisiertem Wissen in dem von ihnen gewählten Themenbereich. Sie erweitern ihr Wissen und Verständnis von anwendungsorientierter Forschung.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden entwickeln relevante Arbeitsmethoden zur Informationssammlung weiter. Sie bauen ihr Erfahrungswissen im Umgang mit Forschungsmethoden aus. Ihre systematische und wissenschaftsgestützte Vorgehensweise bei der Beantwortung selbständig entworfener Forschungsfragen entwickeln die Studierenden weiter.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden weisen einen hohen Grad an konzeptionellem Denken, Zeit- und Selbstmanagement sowie Reflexivität auf. Durch die in der Forschungsprojektarbeit erarbeiteten Lösungsvorschläge sind sie Impulsgeber für Weiterentwicklungen und Innovationen im Unternehmen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verknüpfen ihr erweitertes fachliches Wissen mit ihrem vertieften Verständnis von organisatorischen und inhaltlichen Zusammenhängen ihres betrieblichen Umfelds, so dass die in der Forschungsprojektarbeit entwickelten praktischen und fachlichen Lösungsstrategien von hoher Angemessenheit und Relevanz sind.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Forschungsprojektarbeit II	8	127

Die Forschungsprojektarbeit greift Problemstellungen aus der betrieblichen Praxis auf, deren Lösung im Rahmen der erfolgreichen Führung von Unternehmen bzw. öffentlichen Institutionen notwendig ist. Die systematische und fundierte Lösung dieser Problemstellungen erfolgt auf Basis wissenschaftlicher Modelle und Theorien. Die Forschungsprojektarbeit II soll einen inhaltlichen Schwerpunkt zum Studiengang haben (Studiengangsmodule oder Wahlmodule des Studiengangs).
Ein Begleitseminar unterstützt die Studierenden bei der Themenabgrenzung und Entwicklung des Forschungsdesigns und fördert darüber hinaus das gemeinschaftliche Lernen.

BESONDERHEITEN

Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen, die wie folgt gewichtet sind: Schriftliche Ausarbeitung 70% und Mündliche Prüfung 30%.
Die schriftliche Ausarbeitung hat einen Umfang von 15 – 20 Seiten (ohne Inhaltsverzeichnis und Anhang). Sie wird in einer Bearbeitungszeit von zwei Monaten erstellt. Die mündliche Prüfung umfasst eine Dauer von in der Regel 30 Minuten.
Dieses Modul kann nicht im Zertifikatsprogramm belegt werden.

VORAUSSETZUNGEN

Die Forschungsprojektarbeit II kann in der Regel erst angemeldet werden, wenn das Modul „Forschungsprojektarbeit I" erfolgreich absolviert wurde. Eine Ausnahme ist nur auf begründeten Antrag und nach Genehmigung durch die*den Modulverantwortliche*n möglich.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Akca, N./Bruns, A. S./Fromen, B./Zelewski, S. (Hrsg.): Case-Study-Guide. Grundlagen - Anschauungsbeispiele - Hinweise für Seminararbeiten, Berlin.
- Ang, Siah Hwee: Research Design for Business & Management, Los Angeles u.a.
- Flick, U./von Kardorff, E./Steinke, I. (Hrsg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch, Hamburg
- Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht für Bachelor, Master und Dissertation, Bern
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung, Stuttgart
- Kuckartz, U.: Mixed Methods. Methodologie, Forschungsdesigns und Analyseverfahren, Wiesbaden
- Mayring, P.: Einführung in die qualitative Sozialforschung, Weinheim
- Saunders, M./Lewis, P./Thornhill, A.: Research Methods for Business Students, London
- Schnell, R./Hill, P.B./Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München
- Schwaiger, M./Meyer, A. (Hrsg.): Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. Handbuch für Wissenschaftler und Studierende, München
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, München
- Weber, D.: Wissenschaftlich arbeiten für Wirtschaftswissenschaftler. Untersuchungen planen, durchführen und auswerten, Weinheim
- Wilson, J.: Essentials of Business Research, London

zzgl. themenspezifische Literatur

Masterarbeit (W3M10013)

Master Thesis

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10013	-	1	Prof. Dr. Boris Alexander Kühnle	

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Individualbetreuung	Projekt

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Masterarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja
Mündliche Prüfung (Kolloquium)	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
540	8	532	20

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden setzen ihre routinierte, selbständige Aneignung von detailliertem und spezialisiertem Wissen sowie ihr vertieftes Wissen zu und Verständnis von anwendungsorientierter Forschung ein, um einen Beitrag zur normativen, strategischen und/oder operativen Weiterentwicklung von Unternehmen bzw. öffentlichen Institutionen – insbesondere in ökonomischer Hinsicht - zu leisten. Sie sind fähig, sich dauerhaft berufliches Wissen systematisch anzueignen und dies weiterzugeben.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden nutzen die erlernten Forschungsmethoden zur Beantwortung einer ausgewählten Problemstellung aus ihrem betrieblichen Umfeld. Sie können eigenverantwortlich die für die Forschungsfrage geeignete Methode selektieren, kritisch reflektieren und anwenden. Ihre Forschungsergebnisse ordnen sie anhand wissenschaftlicher Publikationen in den aktuellen Erkenntnisstand ein.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, ein komplexes Forschungsprojekt zu strukturieren und durch ein entsprechendes Zeit- und Selbstmanagement fristgerecht umzusetzen. Sie finden eine angemessene Balance zwischen inhaltlichen Anforderungen und zeitlichen Restriktionen. Sie können im Unternehmen und darüber hinaus durch ihr Tun wesentliche Erkenntnisbeiträge leisten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können das über das gesamte Studium hinweg erworbene tiefe Verständnis zu übergreifenden Zusammenhängen und Prozessen auf eine Problemstellung aus der unternehmerischen Praxis anwenden und systematisch anhand wissenschaftlicher Methoden konkrete, reflektierte Lösungsvorschläge ausarbeiten. Sie tragen damit auf anspruchsvolle Weise zu einem Erkenntnisfortschritt und wertschöpfender Innovation innerhalb und außerhalb von Organisationen bei.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Mastermodul	8	532

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Die Masterarbeit stellt eine selbständige und nach wissenschaftlichen Prinzipien gestaltete schriftliche Ausarbeitung zu einer geeigneten Fragestellung dar. Sie greift prinzipiell anwendungsorientierte Problemstellungen auf und löst diese unter Nutzung von methodisch-analytischen Kompetenzen und Techniken innerhalb einer vorgegeben Zeit. Die mündliche Prüfung beinhaltet die Präsentation und Diskussion der Masterarbeit. Der*die Studierende zeigt dabei, dass er*sie Fragestellungen fächerübergreifend problem- und methodenorientiert sowie selbständig bearbeiten und in einen weiteren betriebswirtschaftlichen Kontext einordnen kann. Ein Begleitseminar unterstützt die Studierenden bei der Themenabgrenzung und Entwicklung des Forschungsdesigns und fördert darüber hinaus das gemeinschaftliche Lernen.		
Kolloquium	0	0

-

BESONDERHEITEN

Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen, die wie folgt gewichtet sind: Masterarbeit 70% und Mündliche Prüfung 30%. Das Modul kann in Absprache mit den Prüfer*innen auch in englischer Sprache absolviert werden.

Die Masterarbeit hat einen Umfang von 60 – 80 Seiten (ohne Inhaltsverzeichnis und Anhang). Sie wird in einer Bearbeitungszeit von vier Monaten erstellt. Die mündliche Prüfung umfasst eine Dauer von in der Regel 30 Minuten.

Dieses Modul kann nicht im Zertifikatsprogramm belegt werden.

VORAUSSETZUNGEN

Eine Anmeldung auf das Modul kann frühestens erfolgen, wenn die Voraussetzungen der jeweils gültigen Studien- und Prüfungsordnung für die Masterstudiengänge der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) (Master Studien- und Prüfungsordnung DHBW – MaStuPrO DHBW) erfüllt sind. Zur Anmeldung gehört daneben ein Exposé, das Teil des Anmeldeformulars ist.

LITERATUR

-

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Akca, N./Bruns, A. S./Fromen, B./Zelewski, S. (Hrsg.): Case-Study-Guide. Grundlagen - Anschauungsbeispiele - Hinweise für Seminararbeiten, Berlin.
- Ang, Siah Hwee: Research Design for Business & Management, Los Angeles u.a.
- Bui, Y. N.: How to Write a Master’s Thesis, Thousand Oaks u.a.
- Ebster, C./Stalzer, L.: Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, München
- Eco, U.: Wie man eine wissenschaftliche Abschlußarbeit schreibt, Heidelberg
- Esselborn-Krumbiegel, H.: Von der Idee zum Text, Eine Anleitung zum wissenschaftlichen Schreiben, Stuttgart
- Fielding, N. G./Lee, R. M./Black, G. (Hrsg.): The Sage Handbook of Online Research Methods, London u.a.
- Flick, U./von Kardorff, E./Steinke, I. (Hrsg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch, Hamburg
- Huemer, B./Rheindorf, M./Gruber, H.: Abstract, Exposé und Förderantrag. Eine Schreibanleitung für Studierende und junge Forschende, Wien u.a.
- Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht für Bachelor, Master und Dissertation, Bern
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung, Stuttgart
- Kuckartz, U.: Mixed Methods. Methodologie, Forschungsdesigns und Analyseverfahren, Wiesbaden
- Mayring, P.: Einführung in die qualitative Sozialforschung, Weinheim
- Raffée, H.: Grundprobleme der Betriebswirtschaftslehre, Göttingen
- Saunders, M./Lewis, P./Thornhill, A.: Research Methods for Business Students, London
- Schnell, R./Hill, P.B./Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München
- Schwaiger, M./Harhoff, D. (Hrsg.): Empirie und Betriebswirtschaft. Entwicklungen und Perspektiven, Stuttgart
- Schwaiger, M./Meyer, A. (Hrsg.): Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. Handbuch für Wissenschaftler und Studierende, München
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, München
- Weber, D.: Wissenschaftlich arbeiten für Wirtschaftswissenschaftler. Untersuchungen planen, durchführen und auswerten, Weinheim
- Wilson, J.: Essentials of Business Research, London

Ergänzend: DHBW (Hrsg.): Richtlinien zur Sicherung guter wissenschaftlicher Praxis und zum Umgang mit wissenschaftlichem Fehlverhalten an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg

zzgl. themenspezifische Literatur

Wertorientiertes Management und Controlling (W3M10102)

Value based Management and Controlling

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10102	-	1	Prof. Dr. Petra Kroflin	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über detaillierte Kenntnis der Shareholder Value Konzepte und sind imstande, deren Relevanz für verschiedene Anwendungen im Kontext der wertorientieren Unternehmensführung einzuschätzen. Ebenso beherrschen die Studierenden gängige Methoden zur Bestimmung von Unternehmenswerten und können diese in der Praxis einsetzen. Die Studierenden verfügen über umfangreiches Wissen zu den Wirkungszusammenhängen zwischen operativen Einflussfaktoren und dem Unternehmenswert. Auf Basis dieses Wissens können sie Maßnahmen und Methoden zur Steigerung des Unternehmenswertes entwickeln. Ebenso sind sie aufgrund ihrer umfangreichen Fachkenntnisse in der Lage, ein für ein Unternehmen angepasstes Controlling-System zu entwickeln und dabei die Vor-und Nachteile unterschiedlicher Systeme (z.B. Kennzahlensysteme) bewertend einfließen zu lassen. Aufgrund der hohen Aktualität des Wertbegriffs und des umfangreichen Diskurses zum Shareholder Value Konzept sind die Studierenden über die neuesten wissenschaftlichen Positionen im Bereich Wertorientierung im Bilde und können diese im wissenschaftlichen Kontext anschlussfähig diskutieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die genannten Konzepte sowohl wissenschaftlich als auch hinsichtlich ihrer praktischen Anwendbarkeit kritisch reflektieren. So können sie auch die Berechtigung und Grenzen der Shareholder versus Stakeholderansätze benennen und abwägen und vermeiden so ungewollte Polarisierung. Sie sind imstande, den wissenschaftlichen Diskurs zum Thema Wertorientierung durch prägnante wissenschaftliche Fragenstellungen voranzutreiben. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer kennen außer den ideologischen Hintergründen auch die Möglichkeiten und Grenzen der praktischen Anwendbarkeit der Modelle. Durch Erfahrung im Umgang mit diesen Modellen im praktischen Umfeld tragen sie auch zu deren ständiger Weiterentwicklung bei.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind sich ihrer Verantwortung als Controller*innen bewusst, indem sie die Modelle der Wertorientierten Unternehmensführung verantwortungsbewusst, zum Wohle aller Anspruchsgruppen einsetzen und so an der Zukunftsbeständigkeit von Unternehmen beitragen. Gleichzeitig sind sie sich der ethischen Spannungsfelder zwischen den Ansprüchen verschiedener Gruppen bewusst und finden verantwortungsvolle Antworten hierauf.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Aufgrund ihrer methodisch fachlichen Kenntnis und ihres Erfahrungswissens können die Studierenden sowohl innerhalb des Unternehmens als auch außerhalb angemessene Entscheidungen treffen und deren Auswirkungen fundiert abschätzen. Sie können die Rolle des Unternehmens in seinem wirtschaftlich gesellschaftlichen Umfeld reflektieren und eigenverantwortliche Entscheidungen treffen und rechtfertigen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Wertorientiertes Management und Controlling	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Theoretische Grundlagen & Kennzahlen der Wertorientierung - Wertorientierung als Managementkonzept - Theoretische Grundlagen der Wertorientierung: Theorem der neoklassischen Finanzierungstheorie, Fisher-Separation, Neo-Institutionalismus und Behavioral Finance - Begründung des Shareholder Value als Oberziel der Unternehmensleitung - Bewertung von Investitionsalternativen unter Unsicherheit - Portfolio Selection Theory als Ansatz für Entscheidungen unter Unsicherheit über Investitionsprogramme - Capital Asset Pricing Model (CAPM) und Arbitrage Pricing Theory (APT) - Renditeforderung der Kapitalgeber und die Kapitalkostenkonzeption des WACC - Wichtige Kennzahlen der Wertorientierung: Economic Value Added (EVA), Market Value Added (MVA), Cash Flow Return on Investment (CFROI), Cash Value Added (CVA), Earnings Before Interst, Taxes, Depreciation and Amortization (EBITDA), Cash-Burn Rate - Portfolio Management in der Praxis Wertorientiertes Controlling - Zusammenhang zwischen Wertorientierung und Controlling: Beeinflussung des Unternehmenswertes durch Controlling, Grenzen traditioneller Kennzahlen - Ausgestaltung eines wertorientierten Controllings: Zielsystem, daraus abgeleitete Aufgaben, geeignete Instrumente und Methoden, erforderliche Informationen - Umsetzung eines wertorientierten Controllings: z. Bsp.: Shareholder Value-Netzwerk, Werttreiber-Modelle, CFROI-Schema, Balanced Scorecard, Performance Measurement-Ansätze - Zahlungsstromorientiertes Controlling - Verknüpfung von kurz- und langfristigen wertorientierten Verfahren		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Coenenberg, A.G., Salfeld R.: Wertorientierte Unternehmensführung: Vom Strategieentwurf zur Implementierung, Stuttgart
- Rappaport, A.: Shareholder Value. Ein Handbuch für Manager und Investoren, Stuttgart.
- Wagenhofer/Hrebicek (Hrsg.): Wertorientiertes Management -Konzepte und Umsetzung zur Unternehmenswertsteigerung, Stuttgart
- Weber, J. u.a.: Wertorientierte Unternehmenssteuerung: Konzepte - Implementierung - Praxisstatements, Wiesbaden
- Young, S. D. /O'Byrne, F.: EVA and Value-Based Management, New York et al.
- Baum, H-G./ Coenenberg, A. G., Günther, T.: Strategisches Controlling, Stuttgart
- Böhl, S.: Wertorientiertes Controlling: Eine ganzheitliche führungsprozessorientierte Konzeption zur Unterstützung der Implementierung einer wertorientierten Unternehmensführung Hamburg
- Camphausen, B.: Strategisches Management: Planung, Entscheidung, Controlling, München
- Mensch, G.: Finanz-Controlling: Finanzplanung und -kontrolle. Controlling zur finanziellen Unternehmensführung, München
- Pape, U.: Wertorientierte Unternehmensführung und Controlling, Sternenfels
- Schierenbeck, H./ Lister, M.: Value Controlling: Grundlagen Wertorientierter Unternehmensführung, München
- Schröder, R. W./ Wall, F.: Controlling zwischen Shareholder Value und Stakeholder Value: Neue Anforderungen, Konzepte und Instrumente, München
- Coenenberg, A.G./ Salfeld R.: Wertorientierte Unternehmensführung: Vom Strategieentwurf zur Implementierung, Stuttgart
- Rappaport, A.: Shareholder Value. Ein Handbuch für Manager und Investoren, Stuttgart.
- Wagenhofer/Hrebicek (Hrsg.): Wertorientiertes Management - Konzepte und Umsetzung zur Unternehmenswertsteigerung, von, Stuttgart,
- Weber, J. u.a.: Wertorientierte Unternehmenssteuerung: Konzepte - Implementierung - Praxisstatements, Wiesbaden
- Young, S. D. /O'Byrne, F.: EVA and Value-Based Management, New York et al.
- Baum, H-G./ Coenenberg, A. G., Günther, T.: Strategisches Controlling, Stuttgart
- Böhl, S.: Wertorientiertes Controlling: Eine ganzheitliche führungsprozessorientierte Konzeption zur Unterstützung der Implementierung einer wertorientierten Unternehmensführung Hamburg
- Camphausen, B.: Strategisches Management: Planung, Entscheidung, Controlling, München
- Mensch, G.: Finanz-Controlling: Finanzplanung und -kontrolle. Controlling zur finanziellen Unternehmensführung, München
- Pape, U.: Wertorientierte Unternehmensführung und Controlling, Sternenfels
- Schierenbeck, H., Lister, M.: Value Controlling: Grundlagen Wertorientierter Unternehmensführung, München
- Schröder, R. W./ Wall, F.: Controlling zwischen Shareholder Value und Stakeholder Value: Neue Anforderungen, Konzepte und Instrumente, München

Risikomanagement (W3M10201)

Risk Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10201	-	1	Prof. Dr. Andreas Kaapke	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen erwerben über Grundlagen hinausgehende Kenntnisse denkbarer Diskontinuitäten und Risiken. Dadurch wird das Management von Strukturbrüchen erlernt und vertieft und anhand von Beispielen aus dem Unternehmensalltag z.B. unterschiedlicher Branchen und Unternehmensgrößen kritisch reflektiert. Dazu können volkswirtschaftliche Phänomene wie Wirtschafts-, Finanz-, Immobilienkrisen, gesundheitliche Beeinträchtigungen in der Unternehmerfamilie, Nachfrageschwankungen, exogene Schocks, veränderte Konkurrenzsituationen und dergleichen mehr zählen. Dabei werden interne und externe Risiken unterschieden. Bei den externen Risiken werden solche des sog. Makro-Umfelds von Risiken des Mikro-Umfelds getrennt. Daneben erwerben sie ein differenziertes Verständnis für Risikomanagement. Neuere, branchenübergreifende Forschungserkenntnisse zeigen hier bei vielen Unternehmen einen erheblichen Risikoumfang durch zahlreiche Gefährdungspotenziale auf, der in eklatantem Gegensatz zur beschränkten Risikotragfähigkeit steht. Daher stehen hier sowohl eine fokussierte Risikoidentifikation als auch die Etablierung spezifischer Risikobewältigungsmaßnahmen zur Reduzierung eines bestandsgefährdenden Risikoumfangs im Mittelpunkt der inhaltlichen Auseinandersetzung.

METHODENKOMPETENZ

Die typischen Methoden der Phasen eines Risikomanagementkreislaufs werden erlernt und können von den Absolventinnen und Absolventen situationsbezogen und routiniert zum Einsatz gebracht werden. Wissenschaftliche Methoden zur Erstellung eines Risikoinventars und Methoden zur Risikobewertung werden ebenfalls wie Steuerungsmaßnahmen für einzelne Risiken beherrscht.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen erkennen, dass die frühe Erkennung von Diskontinuitäten und Risiken den Fortbestand des Unternehmens sichert, so man die Diskontinuität erfasst und das Risiko hinsichtlich seiner Eintrittswahrscheinlichkeit fassen und hinsichtlich der max. Schadenshöhe abschätzen kann.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen haben nach Abschluss des Moduls ein eingehendes Verständnis über die Zusammenhänge des Risikomanagements, insbesondere haben sie spezifische Analysetools und Maßnahmenpakete kennen und anwenden gelernt.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Risikomanagement	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Diskontinuitätenmanagement Methode der schwachen Signale Verfahren zum Erkennen von Diskontinuitäten (Environmental Scanning, Monitoring) Beispiele für Diskontinuitäten und Darstellung, wie sich diese auf das Unternehmen auswirken können Risiken im Unternehmen Externe Risiken (Makro-Umfeld): volkswirtschaftlicher Art; sozio-kultureller Art; politisch-rechtlicher Art; ökologischer Art; technologischer Art Externe Risiken (Mikro-Umfeld): auf Wettbewerbs-, Kunden-, Lieferantenebene Interne Risiken auf persönlicher Ebene, organisatorischer Ebene (z. B. Personalrisiko), substanzieller Ebene (z. B. Technologierisiko, Bilanzrisiko, Prozessrisiko, Ausfallrisiko) Risikomanagement im Unternehmen Risikomanagement im Kontext des Controllings Risikomanagementkreislauf Prozess des Risikomanagements (Risikoarten; Risikoidentifikation; Risikoanalyse und -bewertung; Risikoaggregation; Risikosteuerung; Risikobewältigung; Risikokontrolle; Risikobericht; Risikokommunikation; prä- und postprozessualer Bereich Strategisches und operatives Risikomanagement Besonderheiten des Risikomanagements im Mittelstand (Mittelstandsadäquate Gestaltung des Risikomanagement-Prozesses; empirisch gestützte Analyse der speziellen Risiko-Situationen je nach Unternehmens- und Situationstyp („strategische Misserfolgsfaktoren"); Optimierung der Risiko-Tragfähigkeit angesichts beschränkter Ressourcen-Ausstattung) Externe Institutionen zur Unterstützung des Risikomanagement-Prozesses		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Um das Modul bewältigen zu können, bedarf es expliziter Kenntnisse aus den Fächern Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, vornehmlich Bilanzierung, Finanzierung sowie Grundlagen der statistischen Methoden zum Verstehen typischer Risikomodelle. Da viele Risiken sich aus exogenen volkswirtschaftlichen Zusammenhängen ergeben, sind Grundlagenkenntnisse der VWL unabdingbar.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Crouhy, M., Galai, D., Mark, R.: The essentials of Risk Management, McGraw-Hill
Henschel, T.: Risk management practices of SMEs: Evaluating and implementing effective risk management systems, Berlin, Schmidt
Gleißner, W.: Grundlagen des Risikomanagements im Unternehmen, Vahlen
Lam, J.: Enterprise Risk Management, John Wiley & Sons
Schröer, C.: Risikomanagement in KMU: Grundlagen, Instrumente, Nutzen, Saarbrücken, VDM

Exkursion (W3M10205)

Study trip

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10205	-	1	Prof. Dr. Andreas Kaapke	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Seminar	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls verstehen die Studierenden die Komplexität von Branchenthemen, Unternehmensaufgaben und Wettbewerbssituationen und sind in der Lage, komplexe Marktstrukturen zu analysieren, mögliche Handlungsszenarien auf Vor- und Nachteile zu evaluieren und zu bewerten sowie konkrete Maßnahmen zur Lösung der Aufgaben zu generieren. Die Studierenden reflektieren dabei die Ausgangssituationen, können diese auch hinsichtlich deren Tragweite und Bedeutung bewerten und vermögen im Anschluss auch Wirkungen von Maßnahmen einzuordnen. Durch den Besuch mehrerer Institutionen, Unternehmen usw. in einer Region sind die Studierenden in der Lage die Gesamtsituation makro- und mikroökonomisch zu beurteilen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, aktuelle Chancen und Risiken auf Märkten und in Branchen sowie Regionen zu erkennen, diese auf ihre unterschiedlichen Anforderungen hin zu diskutieren und Lösungsvorschläge mit Unternehmensvertreter*innen kritisch zu hinterfragen. Im Studium und anderen Modulen erlernte Methoden und Techniken können im Rahmen der Prüfungsleistung angewendet werden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Kommunikation mit zahlreichen Vertreter*innenn aus Wirtschaft, Verbandswesen und Politik schärft das Argumentieren und die Sensibilität der Studierenden im Hinblick auf die Bedeutung von Themen. Durch die Prüfungsleistung ist ein besonders empathischer Umgang mit den Fragestellungen von Regionen oder Branchen angezeigt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Exkursion	42	93

Besuche und Diskussionen mit Unternehmen, Verbänden, Kammern, Unternehmerpersönlichkeiten, NGO usw. Danach reflektierende Diskussionen in der Gruppe. Rechtzeitig vor der Modulwahl wird die konkrete Region, die aktuelle Aufgabe usw. bekannt gegeben.

BESONDERHEITEN

Das Modul kann nicht im Rahmen des Zertifikatsprogramms belegt werden.

Es entstehen Zusatzkosten, die Teilnahme an Besuchen ist obligatorisch.

Die Prüfungsleistung Portfolio besteht aus denTeilprüfungsleistungen Vorbereitungsreferat und Abschlussreferat von je 30 min.

VORAUSSETZUNGEN

Das Modul sollte in hinteren Semesterlagen belegt werden

LITERATUR

In Abhängigkeit des Reiseziels und des konkreten thematischen Rahmens

Intercultural Management (W3M10208)

Intercultural Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10208	-	1	Prof. Dr. Jan Specht	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Mündlicher Prüfung 50% und Projektskizze 50%	15	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Students have comprehensive knowledge of the models and theories in intercultural management. They understand the different cultural-theoretical approaches and communication styles and can assess their appropriate applicability in professional practice.

METHODENKOMPETENZ

Students are able to evaluate methods and research approaches with regard to their applicability for dealing with intercultural issues in both theoretical and professional contexts, to apply them independently and to analyse their effects.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Students are able to reflect on and put into perspective their own cultural background and that of the interactants. They can communicate appropriately in interdisciplinary and intercultural teams and situations, provide constructive feedback and develop appropriate solutions.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Students have the ability and willingness to critically reflect on their personal intercultural skills and their applicability in professional contexts. Furthermore, they have developed approaches for the further development of their own intercultural skills in order to be and remain capable of acting in a globalized working world.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Intercultural Management	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Fundamentals of Intercultural Management - Introduction to Interculturality - Cultural Concepts and Approaches - Intercultural Competence Communication across Cultures - From Multicultural to Intercultural - Interpersonal Communication in an Intercultural Context - Technology as a Facilitator for Cross-Cultural Communication Negotiating for Mutual Benefit - Cross-Cultural Negotiation Challenges - The Concept of Principled Negotiation - Conflict Resolution and Crisis Management Culture and Customers in a Global Market - The Changing Global Economy - National versus Social Cultures - Dealing with Customers from Different Cultural Backgrounds Leading Culturally Diverse Organisations - Interculturality in the Corporate Context - Culture and Leadership - Managing Cultural Change in a Global Environment		

BESONDERHEITEN

Die Kombinierte Prüfung besteht aus Mündlicher Prüfung 50% und Projektskizze 50%. Der Prüfungsumfang gilt nur für den Prüfungsteil Mündliche Prüfung.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Abramson, Neil R. & Moran, Robert T. (2018). Managing Cultural Differences: Global Leadership for the 21st Century (10th ed.). London and New York: Routledge.
Akkari, Abdeljalil & Radhouane, Myriam (2022). Intercultural Approaches to Education, From Theory to Practice. Cham: Springer.
Bolten, Jürgen (2018). Einführung in die Interkulturelle Wirtschaftskommunikation (3rd ed.). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
Borowska, Marta (2021): Diversity and Inclusion Practices among Different Cultures. In: Swiatek-Barylska, Ilona & Mohan Devadas, Udaya (eds.): Facets of Managing in Cross-Cultural Diversity. Warschau: Wydawnictwo University.
Broszinsky-Schwabe, Edith (2017). Interkulturelle Kommunikation: Missverständnisse und Verständigung (2nd ed.). Wiesbaden: Springer VS.
Browys, Marie-Joelle & Price, Roger (2019). Understanding Cross-Cultural Management (4th ed.). Harlow: Pearson.
Chaney, Lillian H. & Martin, Jeanette S. (2013). Intercultural Business Communication (6th ed.). New York: Pearson.
Engelen, Andreas & Tholen, Eva (2014). Interkulturelles Management. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
Fischer, Roger; Ury, William & Patton, Bruce (2011). Getting to Yes: Negotiating Agreement Without Giving In. London: Penguin.
Gutting, Doris (2020). Interkulturelles Marketing im digitalen Zeitalter, Strategien für den globalen Markterfolg. Wiesbaden: Springer Gabler.
Hall, Edward T. & Hall, Mildred Reed (1990): Understanding Cultural Differences. Yarmouth: Intercultural Press.
Haller, Peter M.; Naegele, Ulrich & Berger, Susan (2019). Bridging Cultural Barriers: How to Overcome Preconceptions in Cross-Cultural Relationships. Cham: Springer.
Heringer, Hans Jürgen (2017). Interkulturelle Kommunikation (5th ed.). Stuttgart: UTB.
Hofstede, Geert (1980). Motivation, Leadership, and Organization: Do American Theories Apply Abroad? Organizational Dynamics, Vol. 9, 42-58.
Hofstede, Geert (1980). Culture's Consequences – International Differences in Work-Related Values. Beverly Hills: Sage.
Hofstede, Geert (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. In Psychology and Culture, 2(1), 1–26.
Horx, Tristan; Kelber, Cornelia; Muntschick, Verena & Papasabbas, Lena (2017). Generation Global. Frankfurt: Zukunftsinstitut.
Khan, Mohammad Ayub. & Ebner, Noam (2019). The Palgrave Handbook of Cross-Cultural Business Negotiation. Cham: Palgrave Macmillan.
Koch, Eckart (2017). Praxistraining Interkulturelles Management (2nd ed.). Konstanz: UVK.
Kumbruck, Christel & Derboven, Wibke (2016): Interkulturelles Training: Trainingsmanual zur Förderung interkultureller Kompetenzen in der Arbeit. (3rd ed.) Wiesbaden: Springer
Masuda, Takahiko; Ellsworth, Phoebe C.; Mesquita, Batja; Leu, Janxin; Tanida, Shigehito & Van de Veerdonk, Ellen (2008). Placing the Face in Context: Cultural Differences in the Perception of Facial Emotion. Journal of Personality and Social Psychology, 94(3), 365–381.
Maude, Barry (2011). Managing Cross-Cultural Communication: Principles & Practices. Chippenham: Palgrave Macmillan.
Moran, Robert T.; Abramson, Neil Remington; Chan, Anthony & Sabongui, Marie-Marguerite (2024). Managing Cultural Differences: Global Leadership Skills and Knowledge for the 21st Century (11th ed.). London and New York: Routledge
Rothlauf, Jürgen (2014). A Global View on Intercultural Managment: Challanges in a Globalized World. Berlin: De Gruyter Oldenbourg.
Schneider, Simon & Heinecke, Liv (2019). The Need to Transform Science Communication from Being Multi-cultural via Cross-cultural to Intercultural. Advances in Geosciences 46. 11-19.
Steers, Richard M.; Sanchez-Runde, Carlos J. & Nardon, Luciara (2010). Management Across Cultures: Challenges and Strategies. New York: Cambridge University Press.

Online-Marketing (W3M10704)

Online-Marketing

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10704	-	1	Prof. Dr. Sabine Korte	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die besonderen Herausforderungen, die sich durch technologische Entwicklungen im Kontext der Digitalisierung für das Marketing ergeben. Sie haben ein breites und differenziertes Verständnis für den Einsatz der Marketinginstrumente im Umfeld dieser technologischen Entwicklung (z.B. digitale Produkte und Dienstleistungen, Aufbau situationsspezifischer Kommunikationskonzepte unter besonderer Berücksichtigung sozialer Medien, neue Konzepte der Preis- und Konditionenpolitik sowie des eCommerce) und können die Anforderungen, die sich für die Unternehmen daraus ergeben, abschätzen. Außerdem verfügen sie über das in diesem Zusammenhang relevante technische und rechtliche Wissen. Die Studierenden können eigenständig Konzepte für ein ganzheitliches Marketing auf der Grundlage dieses Wissens entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die Instrumente des Marketing im Kontext der Digitalisierung und der zunehmenden Bedeutung sozialer Medien anzuwenden und problemgerechte Lösungen für komplexe Problemstellungen zu entwickeln. Sie kennen Instrumente zur Analyse des Marketing-Erfolgs in Online-Medien. Weiterhin können sie Instrumente zur Beeinflussung des Google-Rankings sowie der zielgruppengerechten Schaltung von Werbung in Online-Medien anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind sich der Probleme, die im Rahmen der Beeinflussung von Menschen durch Marketing und Vertrieb im Kontext der Digitalisierung entstehen können, bewusst und setzen sich mit den damit einhergehenden ökonomischen, sozialen und ethischen Spannungsfeldern kritisch auseinander.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, ihr Marketingwissen sowie ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten in diesem Feld auf neue Situationen zu übertragen und geeignete Problemlösungen zu entwickeln. Sie können das erworbene Wissen sowie Fähigkeiten und Fertigkeiten in realen Problemstellungen anwenden. Sie planen selbstständig Marketingprojekte mit digitalem Bezug, realisieren diese und reflektieren kritisch den Projekterfolg sowie ihre Vorgehensweise.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Online-Marketing	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Strategisches und operatives Online Marketing: Einordnung des Online Marketing in das Marketing – Rahmenbedingungen der Online Marketing (insbes. Informationstechnik, Online-Nutzerverhalten, Datenschutz) – Technologische Konzepte im Kontext der Digitalisierung (insbes. Data Analytics, Künstliche Intelligenz, Internet of Things, Industrie 4.0, Marketing Automation, Cloud Computing, Virtual und Augmented Reality) Auswirkungen der Digitalisierungskonzepte auf die Gestaltung der Marketing-Instrumente: Produktpolitik: z.B. Servitization, digitale Produkte, Kundenintegration in den Wertschöpfungsprozess, Personalisierungskonzepte – Preispolitik: z.B. Dynamic Pricing, neuere Bezahlverfahren – Kommunikationspolitik: z.B. Targeting, Affiliate Marketing, Location Based Marketing, Content Marketing, Social Media Marketing (insbes. Influencer Marketing, Virales Marketing) – Distributionspolitik: z.B. Multi-/Omnichannel Marketing, eCommerce. Suchmaschinenmarketing Funktion von Google – Search Engine Advertising (SEA) – Search Engine Optimization (SEO) Online-Recht: Domainfragen – Marken- und Namensrecht im Internet – Grundlagen des Urheberrechts und Besonderheiten im Internet – IT-spezifische Werbeformen und die Geltung des Wettbewerbsrechts – Rechtliche Rahmenbedingungen des Social Media Marketing – Rechtliche Aspekte des eCommerce		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlegende Marketing-Kenntnisse auf Bachelor-Niveau

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Beilharz, F. u.a.: Der Online Marketing Manager. Handbuch für die Praxis. Heidelberg
Biesel, H.; Hame, H.: Vertrieb und Marketing in der digitalen Welt: So schaffen Unternehmen die Business Transformation in der Praxis. Wiesbaden
Heinemann, G.: Der neue Online-Handel: Geschäftsmodelle, Geschäftssysteme und Benchmarks im E-Commerce. Wiesbaden.
Kollmann, T.: E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Net Economy. Wiesbaden.
Kotler, P.; Kartajaya, H.; Setiawan, I.: Marketing 4.0: Der Leitfaden für das Marketing der Zukunft. Frankfurt am Main.
Kreutzer, R. T.: Praxisorientiertes Online-Marketing. Konzepte – Instrumente – Checklisten. Wiesbaden.
Kreutzer, R. T; Land, K.-H.: Digitaler Darwinismus. Der stille Angriff auf Ihr Geschäftsmodell und Ihre Marke, Wiesbaden.
Lammenett, E.: Online Marketing-Konzeption. Roetgen.

Arbeitsrecht für Fach- und Führungskräfte (W3M10901)

Labour law for specialists and managers

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10901	-	1	Dr. Christopher Paul	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Struktur des individuellen und kollektiven Arbeitsrechts, um die Möglichkeiten und Grenzen von personalwirtschaftlichen Entscheidungen zu erkennen und zu bewerten.

METHODENKOMPETENZ

-

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, arbeitsrechtliche Problemstellungen zu erkennen, zu bewerten und offen und vertrauensvoll mit dem betrieblichen Sozialpartner zu erörtern. Sie sind befähigt, die persönlichen Auswirkungen von Personalentscheidungen für die betroffenen Mitarbeiter*innen reflektieren zu können.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Arbeitsrecht für Fach- und Führungskräfte	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Grundstruktur des Arbeitsrechts Ebenen des Arbeitsrechts Prinzipien des Arbeitsrechts Fragestellungen des individuellen Arbeitsrechts Überblick über rechtliche Grundlagen Arbeitsvertragsrecht: Formen und Inhalte, inkl. Direktionsrecht Umgang mit Leistungsstörung (Kündigung, Minderleistung, Krankheit, Abmahnungen, Straftaten, …) Alternativen zur Kündigung (Aufhebungsvertrag, Befristungen, Transfergesellschaft) Fragestellungen des kollektiven Arbeitsrechts Tarifvertragliche Optionen und Eskalationen Betriebsverfassungsrecht: Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat Arbeitsgerichtsbarkeit Zuständigkeiten Ablauf von arbeitsgerichtlichen Verfahren Aktuelle Entwicklungen im Themenfeld		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Als einführende Kenntnis wird ein Überblick zu den grundlegenden Aspekten des Arbeitsrechts anhand beispielweise folgender Lehrbücher in der jeweils aktuellsten Auflage empfohlen: Sakowski, Klaus; Arbeitsrecht. Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler. BA KOMPAKT, Heidelberg/Berlin
Wien, Andreas, Arbeitsrecht: Eine praxisorientierte Einführung, Wiesbaden
Brox et al.; Arbeitsrecht, Stuttgart

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
Junker, Abbo; Grundkurs Arbeitsrecht, München
Hromdka, Wolfgang; Maschmann, Frank; Arbeitsrecht Band 1: Individualarbeitsrecht, Berlin
Hromdka, Wolfgang; Maschmann, Frank; Arbeitsrecht Band 2: Kollektivarbeitsrecht und Arbeitsstreitigkeiten, Berlin
Muschiol, Thomas: Praxiswissen Arbeitsrecht, Berlin
Preis, Ulrich; Temming, Felipe: Arbeitsrecht, München
Marschollek, Güner: Basiswissen Arbeitsrecht, München

Demografieorientiertes Personalmanagement und betriebliches Gesundheitsmanagement (W3M10902)

Demographic-based HRM and corporate health management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10902	-	1	Prof. Dr. Denis Jdanoff	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Masterstudierenden haben nach Abschluss des Moduls die fachliche Kompetenz erworben, neben den historischen und gesellschaftlichen Ursachen auch die quantitativen Größenordnungen des demografischen Wandels in Deutschland richtig einzuschätzen. Sie können die ökonomischen und sozialpolitischen Auswirkungen des demografischen Wandels ebenso einschätzen wie die konkreten Herausforderungen für Unternehmen und geeignete Maßnahmen für das betriebliche Personal-, Diversity- und Gesundheitsmanagement ableiten.

METHODENKOMPETENZ

Neben quantitativ-analytischen Methoden zum Verständnis der Hintergründe werden insb. Lösungskompetenzen gefördert, um bestehende Optimierungspotenziale in diesen Themenfeldern zu erkennen und mit praktischer Umsetzungskompetenz den demografischen Wandel positiv zu gestalten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, die Besonderheiten der unterschiedlichen Alters- und Lebensphasen von Arbeitnehmer*innen mit der notwendigen Sensibilität zu erfassen und daraus demografieadäquate Personalstrategien zu entwickeln. Sie sind sich ihrer Verantwortung als HR-Manager*innen für die demografische Stabilität und Konkurenzfähigkeit ihres Unternehmens und die langsfristige Beschäftigungsfähigkeit der Arbeitnehmer*innen bewusst und verstehen Diversität als Bereicherung.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können auf Basis einer Analyse von Ursachen und Auswirkungen des demografischen Wandels und ebenso der spezifischen Situation im eigenen Unternehmen passende Personalmaßnahmen entwickeln und die Umsetzung komptetent begleiten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Demografieorientiertes Personalmanagement und betriebliches Gesundheitsmanagement	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Gesundheitsmanagement- Mögliche Gesundheitsbelastungen am Arbeitsplatz- Gesundheitssystem und Instrumente des betrieblichen Gesundheitsmanagements- Bedeutung des präventiven Gesundheitsmanagement- Betriebliches Eingliederungsmanagement- Kennzahlen des betrieblichen Gesundheitsmanagements - Diversity- und Demografieorientiertes Personalmanagement - Diversity Management als unternehmensstrategischer Ansatz- Chancen, Potenziale und Grenzen eines Diversity-Ansatzes- Gesetzliche Rahmenbedingungen des Diversity Managements- Demografischer Wandel als Ausgangssituation- Herausforderungen und Chancen, die sich für Unternehmen aus dem demografischen Wandel ergeben- Interpretation einer unternehmensinternen Altersstrukturanalyse/-prognose- Ableitung personalwirtschaftlicher Handlungsfelder- Erstellung eines Gesamtkonzepts für demografieorientiertes Personalmanagements und strategische Verankerung - Lebensphasenorientiertes Personalmanagement - Spezifische Interessen von Mitarbeitern in den einzelnen Phasen des Erwerbslebens- Lebensphasenorientierte Personalmanagement und mögliche Instrumente- Altersgemischte Teams und lebensphasenorientierte Personalentwicklung- Grundlagen, Möglichkeiten und Probleme des Wissenstransfers im demografischen Kontext		

BESONDERHEITEN

Das Modul gehört zudem zum „Wahlbereich Personalmanagement" in der Modulgruppe „Wahlmodule des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie", aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

Als einführende Kenntnis wird ein Überblick zu grundlegenden Aspekten des Diversity- und Demografiemanagements anhand beispielsweise folgender Lehrbücher in der jeweils aktuellsten Auflage empfohlen: - Voelpel et al.: Herausforderung 50 plus. Konzepte zum Management der Aging Workforce: Die Antwort auf das demographische Dilemma, Erlangen - Deller, J./ Kern, S./ Hausmann; S./ Diederichs, Y.: Personalmanagement im demografischen Wandel. Ein Handbuch für den Veränderungsprozess mit Toolbox Demografiemanagement und Altersstrukturanalyse, Berlin

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Becker, M./ Seidel, A. (Hg.): Diversity Management: Unternehmens- und Personalpolitik der Vielfalt, Stuttgart
- Bruch, H./ Kunze, F./ Böhm, S.: Generationen erfolgreich führen: Konzepte und Praxiserfahrungen zum Management des demographischen Wandels, Wiesbaden
- Brandenburg, U./ Domschke, J.-P.: Die Zukunft sieht alt aus? Herausforderungen des demografischen Wandels für das Personalmanagement, Wiesbaden
- Meifert, M./ Kesting, M. (Hg.): Gesundheitsmanagement im Unternehmen: Konzepte - Praxis - Perspektiven, Berlin/ Heidelberg
- Parment, A.: Die Generation Y ? Mitarbeiter der Zukunft: Herausforderung und Erfolgsfaktor für das Personalmanagement, Wiesbaden
- Preißing, D. (Hg.): Erfolgreiches Personalmanagement im demografischen Wandel, München
- Rump, R./ Eilers, S. (Hg.): Lebensphasenorientierte Personalpolitik: Strategien, Konzepte und Praxisbeispiele zur Fachkräftesicherung, Berlin/ Heidelberg
- Schirmer, U. (Hrsg.): Demografie Exzellenz. Handlungsmaßnahmen und Best Practices zum demografieorientierten Personalmanagement, Wiesbaden
- Schneider, C.: Gesundheitsförderung am Arbeitsplatz. Nebenwirkung Gesundheit, Bern
- Timmer, B.: Demografischer Wandel und Personalpolitik, Bremen/ Hamburg
- Ulich, Eberhard/ Wülser, Marc, Gesundheitsmanagement in Unternehmen, Wiesbaden
- Wagner, D./ Voigt, B.-F. (Hg.): Diversity-Management als Leitbild von Personalpolitik, Wiesbaden

Organisationspsychologie und-soziologie (W3M10903)

Organizational psychology and organizational sociology

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10903	-	1	Dr. Christopher Paul	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen das Erleben und Verhalten von Menschen im Kontext von Personal, Arbeit und Organisation. Sie kennen die zentralen Ideen und Ansätze der Organisationspsychologie und -soziologie. Sie können das Verhalten von Individuen, Gruppen und Organisationseinheiten aus psychologischer und soziologischer Perspektive einordnen und die Wirkung von personalwirtschaftlichen Maßnahmen im Vorfeld und im Nachgang beurteilen. Sie erkennen die Bedeutung und Interdependenzen von Individual- und Organisationsphänomenen wie bspw. Verhaltensverzerrungen, Entscheidungsfehler, Konformität, Gehorsamkeit oder gesellschaftliche Phänomene wie Macht, Sozialisation oder Hierarchie. Dadurch können sie die Ursachen der Phänomene darlegen und angemessene (Gegen)Maßnahmen erarbeiten. Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, psychologische und soziologische Erkenntnisse aus der Forschung und Praxis vergleichen, beurteilen und anwenden zu können.

METHODENKOMPETENZ

Mithilfe der soziologischen und organisationspsychologischen Konzepte und Instrumente werden die Studierenden befähigt, eine selbständige Auswahl, Anwendung und Bewertung von Handlungsoptionen zur Lösung arbeits- und organisationspsychologischer Problemstellungen zu treffen. Darüber hinaus lernen die Studierenden eine Haltung der professionellen Neutralität einzunehmen, um individuelle und kollektive Prozesse beurteilen und analysieren zu können.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können betrieblich-personalwirtschaftliche Probleme durch die Perspektive der Organisationssoziologie und -psychologie bewerten. So können sie ihr Wissen auch in konfliktbeladenen Situationen anwenden, auf neue Ausgangssituationen anpassen und Lösungsvorschläge entwickeln.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Organisationspsychologie und-soziologie	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Geschichte der Organisationspsychologie Theorien der Organisationspsychologie Arbeit: Bedeutung, Analyse, Wirkung und Gestaltung Individuum und Gruppe: Verhalten- und Leistungsbedingungen, Kommunikation, Dynamik Umwelt: Sozialisation, Ethik, Vielfalt, Emotion, Kultur Geschichte der Organisationssoziologie Theorien der Organisations- und Wirtschaftssoziologie Wirtschaft und Gesellschaft: Soziale Einbettung wirtschaftlichen Handelns Koordination ökonomischer Akteure: Märkte, Unternehmen, Netzwerke, Macht, Moral Interessenorganisation: Verbände, Gewerkschaften, Betriebsräte, ökonomische Analyse der Mitbestimmung Analyseprozess im Überblick: Theorie und Praxis Konzeption: Fallbeispiele, Reflektion, Würdigung, Erhebung und Auswertung Rahmenbedingung: Ethik, Recht		

BESONDERHEITEN

Dieses Modul muss von allen Wirtschaftspsychologie-Studierenden absolviert werden. Das Modul gehört zudem zum "Wahlbereich Wirtschaftspsychologie" in der Modulgruppe "Wahlmodule des curricularen Fokus Personalmanagement", aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Personalmanagement des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Aronson, Elliot; Wilson, Timothy; Akert, Robin: Sozialpsychologie, 8. Auflage, München, 2014

Endreß, Martin: Soziologische Theorien kompakt, 4. Auflage, Berlin, 2017

Gerrig, Richard, J.; Zimbardo, Phil: Psychologie, 21. Auflage, München, 2018

Kraemer, Klaus; Brugger, Florian (Hrsg.): Schlüsselwerke der Wirtschaftssoziologie, 2. Auflage, Heidelberg, 2021

Nerdinger, Friedmann; Blickle, Gerhard; Schaper, Niclas: Arbeits- und Organisationspsychologie, 4. Auflage, Heidelberg, 2018

Strategisches Personalmanagement (W3M10904)

Strategic Human Resource Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10904	-	1	Prof. Dr. Stefan Huf-Wellhäuser	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über umfassendes und detailliertes Wissen hinsichtlich der Kontextabhängigkeit des betrieblichen Personalmanagements.
Auch haben sie die Kompetenz erworben, sich mit dem zentralen Postulat des Strategischen Personalmanagements (SHRM) hinsichtlich des eigenständigen Beitrags des Personalmanagements zum Unternehmenserfolg in analytischer sowie empirischer Hinsicht kritisch auseinanderzusetzen und dieses beurteilen zu können.
Die Studierenden haben zudem umfassende und spezialisierte Kenntnisse zu unterschiedlichen SHRM-Ansätzen erworben und sind in der Lage, diese zu vergleichen sowie eine Synthese der Ansätze vornehmen zu können.
Ferner verfügen sie über umfassende Kenntnisse hinsichtlich der aufbauorganisatorischen Ausgestaltungsalternativen des Personalbereichs und haben sich umfassend und kritisch mit den Gestaltungsalternativen auseinandergesetzt.

METHODENKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls vermögen die Studierenden eigenständig Forschungsfragen auf dem Gebiet des Strategischen Personalmanagements zu formulieren und wissenschaftlich zu bearbeiten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Strategisches Personalmanagement	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Stellung der HRM-Strategie im Rahmen des Strategischen Managements		
Unternehmensexterne und -interne Kontextfaktoren des HRM		
Theoretische Grundlagen des Strategischen Personalmanagements		
Strategische Personalmanagementansätze: „Best-Practice-“ vs. „Best-Fit-Ansätze“		
Möglichkeiten der Messung des Beitrags des Personalmanagements zum Unternehmenserfolg		
Unternehmensleitung, Führungskräfte, Personalabteilung, Betriebsrat sowie externe Dienstleister als Träger des betrieblichen Personalmanagements		
Kompetenzverteilung zwischen Personal- und Fachabteilungen		
Selbstverständnis und Rollenwahrnehmung des Personalbereichs		
Aufbauorganisatorische Gestaltungsalternativen des Personalbereichs		

BESONDERHEITEN

Das Modul gehört zudem zum „Wahlbereich Personalmanagement“ in der Modulgruppe „Wahlmodule des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie“, aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

Basiskenntnisse hinsichtlich der Ausgestaltung des operativen Personalmanagements in den grundlegenden personalwirtschaftlichen Handlungsfeldern (Personalplanung, Personalbeschaffung, Personalentwicklung, Mitarbeiterführung und Entgeltgestaltung) sollten vorhanden sein.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Boxall, P.; Purcell, J.: Strategy and Human Resource Management, Basingstoke

Bamberger, P.; Biron, M.; Meshoulam, I.: Human Resource Strategy, New York

Storey, J.; Wright, P.M.; Ulrich, D.: The Routledge Companion to Strategic Human Resource Management, Milton Park

Boselie, P.: Strategic Human Resource Management, London

Paauwe, J.; Farndale, E.: Strategy, HRM and Performance. A contextual appraoch, 2. Aufl., Oxford, 2017

Schuler, R.; Jackson, S.: Strategic Human Resource Management, Oxford

Personalauswahl und Potenzialanalyse (W3M10905)

Personnel Assessment and Potential Analyses

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10905	-	1	Prof. Dr. Angela Diehl-Becker	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über fundierte Kenntnisse im Hinblick auf eignungsdiagnostische digitale und klassisch-analoge Verfahren zur Personalauswahl und Potenzialanalyse. Darüber hinaus sind sie befähigt, diese Verfahren unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Gütekriterien fachlich kompetent zu hinterfragen und zu bewerten. Dazu verfügen die Studierenden über umfassende Kenntnisse im Bereich der Grundlagen der Personaldiagnostik und einschlägiger Methoden und Verfahrensweisen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, personaldiagnostische Anforderungen in Personalauswahl und Potenzialanalyse sachgerecht kritisch zu analysieren, um darauf aufbauend Auswahlmethoden eigenständig zu bewerten, passende bereits bestehende digitale oder analoge Verfahren weiterzuentwickeln oder neue Verfahren den Anforderungen entsprechend selbst zu konzipieren und durchzuführen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden wissen andere beteiligte und verantwortliche Personen von den Ergebnissen der vorgenommenen diagnostischen Prozesse zu überzeugen. Eigene Wahrnehmungstendenzen erkennen sie und wissen darauf basierende Beurteilungstendenzen zu relativieren. Die Bedeutsamkeit der verantwortungsvollen Kommunikation von eignungsdiagnostischen Ergebnissen ist reflektiert und in das berufliche Selbstverständnis integriert. Die Studierenden haben eine hohe Beurteilungskompetenz erworben, nehmen auch zu anscheinend vielversprechenden Neuerungen eine kritische Distanz ein, die sie zu argumentativ-sachlichem, wissenschaftlich-fundiertem Urteil im Abwägungsprozess zwischen unterschiedlichen Verfahren befähigt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Neue Situationen reflektieren die Studierenden zielführend und entwickeln zukunftsorientierte Problemlösungen

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Personalauswahl und Potenzialanalyse	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Digitale und analoge Verfahren der Personaldiagnostik und Potenzialanalyse Grundlagen der Personaldiagnostik Prozess der Personaldiagnostik im Überblick Arbeitsrechtliche Aspekte in Personalauswahl und Potenzialanalyse Psychologischer Prozess von der Wahrnehmung zum Urteil Gütekriterien in Personalauswahl und Potenzialanalyse Qualitätskriterien in Personalauswahl und Potenzialanalyse DIN 33430 Anforderungsprofile und Ausgestaltung spezifischer Auswahlverfahren in Personalauswahl und Potenzialanalyse; Wissenschaftliche und pseudowissenschaftliche Verfahren Matching- und Online-Diagnostik		

BESONDERHEITEN

Umfang der Seminararbeit 10-15 Seiten (Dauer der unbenoteten Präsentation 10-15 Minuten).

Das Modul gehört zudem zum „Wahlbereich Personalmanagement" in der Modulgruppe „Wahlmodule des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie", aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

Als einführende Kenntnis wird ein Überblick über die grundlegenden Aspekte der Personaldiagnostik anhand beispielsweise folgender Lehrbücher vorausgesetzt: Kanning, U., Standards der Personaldiagnostik, Göttingen; Kersting, M., Qualität in der Diagnostik und Personalauswahl – der DIN-Ansatz, Göttingen; Obermann, C., Assessment-Center. Entwicklung, Durchführung, Trends. Mit originalen AC-Übungen, Wiesbaden; Sarges, W. (Hrsg.), Management-Diagnostik, Göttingen; Höft, S., Diagnose beruflicher Eignung und Leistung, in: Schuler, H. (Hrsg.), Lehrbuch Organisationspsychologie, Bern

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Argyle, M., Körpersprache & Kommunikation: Nonverbaler Ausdruck und soziale Interaktion, Paderborn;
Diagnostik- u. Testkuratorium (Hrsg.), Personalauswahl kompetent gestalten, Grundlagen und Praxis der Eignungsdiagnostik nach DIN 33430, Wiesbaden;
Erpenbeck, J. & Rosenstiel, L. v. (Hrsg.), Handbuch Kompetenzmessung. Erkennen, Verstehen und Bewerten von Kompetenz in der betrieblichen, pädagogischen und psychologischen Praxis, Stuttgart;
Sarges, W. & Scheffer, D. (Hrsg.), Innovative Ansätze für die Eignungsdiagnostik, Göttingen;
Schuler, H., Psychologische Personalauswahl, Göttingen

Talentmanagement und Mitarbeitendenbindung (W3M10906)

Talent management and employee retention

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10906	-	1	Prof. Dr. Denis Jdanoff	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls ein fundiertes Wissen in den Bereichen Personalentwicklung/Talentmanagement sowie Mitarbeiterbindung erworben. Sie besitzen einen Überblick zu zentralen Methoden und Instrumenten in diesen Kernprozessen des Personalmanagements. Sie kennen verschiedene Sichtweisen in diesen Personalthemen sowie auch Sachverhalte, die in der einschlägigen Theorie strittig behandelt werden

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, passende Instrumente in den Themenfeldern auszuwählen, anzuwenden und Sie können die resultierenden Ergebnisse auch kritisch reflektieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, Sachverhalte zu den behandelten Themenfeldern sowohl mit Expert*innen als auch mit Laien angepasst und verständlich zu diskutieren und zu erörtern sowie auf unzureichend umgesetzte Prozesse in den Themenfeldern in der Personalpraxis hinzuweisen. Die Studierenden sind zudem für ethische und rechtliche Fragen bspw. im Kontext der Personalentwicklung/Talentmanagement sensibilisiert. Die Studierenden sind sich insbesondere darüber bewusst, dass Mitarbeiter*innen durch zwanghafte Bindungsmaßnahmen nicht motiviert werden können.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, Personalentwicklung und Mitarbeiterbindung integriert in die Unternehmensstrategie in der Praxis zu implementieren. Dabei sind die Studierenden befähigt, dies auf der Grundlage einer umfassenden Kenntnis relevanter Stellgrößen und möglicher Problemaspekte durchzuführen. Sie können weitgehend selbstgesteuert
anwendungsorientierte Projekte zur Personalentwicklung, zum Talentmanagement und zur Mitarbeitendenbindung durchführen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Talentmanagement und Mitarbeitendenbindung	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Personalentwicklung und Karriereplanung • Rahmenkonzept Personalentwicklung und Interventionsfelder • Rechtliche Grundlagen der Personalentwicklung • Strategischer Personalentwicklungsbedarf • Kompetenzmodelle und Kompetenzmanagement • Weiterbildung: Ziele, operative Bildungsbedarfsermittlung, Lernzielbereiche, Lehr- und Lernmethoden, Digitalisierung und Lernen 4.0 (on demand und Selbstorganisation; Micro-learning, AR/VR, Serious Gaming usw.) • Lernökosystem und konnektivistisch-konstruktivistisches Lernparadigma • Metaverse und KI-Anwendungen in der Personalentwicklung • Talentmanagement und Personalförderung: Regelkreis, Fördergespräch, Potenzialanalyse, Förderprogramme, Karrieresysteme, Rückzahlungsvereinbarungen • Personalentwicklungscontrolling (Bildungscontrolling) • Rollenanforderungen an Personalentwickler		
Mitarbeiterbindung • Problemstruktur Mitarbeiterbindung: Arbeitsmarkt, Konjunktur und Demografie • Bedeutung der Mitarbeiterbindung • Commitment als zentrale Retentionvariable • Verschiedene Bezugsebenen der Mitarbeiterbindung • Zielgruppenanalyse und ganzheitliches Retentionkonzept • Individualisiertes Retentionmanagement • Retention-Controlling		

BESONDERHEITEN

Das Modul gehört zudem zum „Wahlbereich Personalmanagement“ in der Modulgruppe „Wahlmodule des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie“, aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Alnajjar, Fady et al.; Robots in Education: An Introduction to High-tech Social Agents, Intelligent Tutors, and Curricular Tools, New York u.a. 2022
Armutat, Sascha et al.; Retentionmanagement; Die richtigen Mitarbeiter binden, in: DGFP e.V. (Hg.), Schriftenreihe Praxis Edition, Bielefeld, 2004
Bratton, John.; Gold, Jeff.; Human Resource Management: Theory and Practice, Basingstoke, 2017
Felfe, Jörg; Mitarbeiterbindung, 2. überarbeitete und erweiterte Auflage, Göttingen, 2020
Foelsing, Jan; Schmitz, Anja; New Work braucht New Learning. Eine Perspektivreise durch die Transformation unserer Organisations- und Lernwelten, Wiesbaden, 2021
Graf, Nele.; Gramß, Denise; Edelkraut, Frank; Agiles Lernen, 3. Auflage, Freiburg, 2022
Lindner-Lohmann, Doris; Lohmann, Florian; Schirmer, Uwe; Personalmanagement, 4. Auflage, Heidelberg, 2023
Mattenklott, Axel; Ryschka, Jurji; Solga, Marc; Praxishandbuch Personalentwicklung, Wiesbaden, 2011
Meyer, John P.; Herscovitch, Lynne; Commitment in the workplace toward a general model, in: Human Resource Management Review, Volume 11, Issue 3, Autumn 2001, Pages 299-326 Human Resource Management Review
Müller-Vorbrüggen, Michael; Radel, Jürgen; Handbuch Personalentwicklung: Die Praxis der Personalbildung, Personalförderung und Arbeitsstrukturierung, 5. überarbeitete und erweiterte Aufl., Stuttgart, 2022
North, Klaus; Reinhardt, Kai; Sieber-Suter, Barbara; Kompetenzmanagement in der Praxis. Mitarbeiterkompetenzen systematisch identifizieren, nutzen und entwickeln, 3. Aufl., Wiesbaden, 2018
Przybilla, Anne; Personalrisikomanagement – Mitarbeiterbindung und die Relevanz für Unternehmen, Düsseldorf, 2009
Wolf, Gunther; Mitarbeiterbindung - mit Arbeitshilfen Online: Strategie und Umsetzung im Unternehmen, 4. Aufl., Freiburg, 2020

Internationales Personalmanagement (W3M10907)

International Human Resource Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10907	-	1		Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Masterstudierenden verfügen über Fachwissen in Bezug auf die strukturelle Verankerung internationaler Personalarbeit auf Basis der Internationalisierungsbasisstrategien von Perlmutter und des HR Business Partner Modells von Ulrich. Sie kennen durch die GLOBE Studie die Ausprägungen einzelner Kulturen und deren Auswirkungen auf die internationale Personalarbeit.
Sie kennen die Grundzüge internationaler Assignments und deren steuerliche und sozialversicherungsrechtlichen Dimensionen. Die Teilnehmer*innen kennen die wesentlichen Instrumente internationaler Personalarbeit und die Grenzen der Adaptierbarkeit zwischen einzelnen Kulturen.

METHODENKOMPETENZ

Auf Basis des GLOBE Modells reflektieren die Studierenden ihre eigene kulturelle Prägung und relativieren diese in Abgrenzung zu anderen Kulturen. Sie erwerben die Fähigkeit, effektiv mit Menschen mit anderen kulturellen Hintergründen zusammenzuarbeiten, sodass beide Seiten diese Zusammenarbeit als effektiv erleben. Sie reflektieren die eigene emotionale Kompetenz und ihre interkulturelle Sensibilität, um so Stereotype und Vorurteile zu revidieren und positiv auf Andersartiges zuzugehen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Masterstudierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, bei der Realisierung von Aufgabenstellungen im internationalen Personalmanagement kulturelle Aspekte, die durch die unterschiedlichen kulturellen Hintergründe der beteiligten Personen induziert sind, zu lösen. Sie können zudem kultursensibel agieren und mit Vertreter*innen verschiedener Kulturkreise angemessen und empathisch umgehen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Internationales Personalmanagement	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Strategischer und kultureller Kontext des Internationalen HRM Internationale Personalorganisation Internationale Gestaltung wesentlicher Aufgabenfelder: Personalbedarfsplanung, Personalgewinnung, Personalentwicklung, Vergütungs-, Anreiz- und Beurteilungssysteme, Entsendungspolitik Interkulturelle Führung und Zusammenarbeit Grundlagen zum Merger and Acquisition (Formen, Motivation usw.) sowie kartellrechtliche Rahmenbedingungen Phasen im internationalen M&A-Prozess Due Dilligence-Prüfung für den Bereich HRM Personelle Erfolgsfaktoren im M&A-Prozess: frühzeitiges Einschalten des HR-Bereiches, Partizipation der Arbeitnehmer Zentrale HRM-Themenfelder im M&A-Prozess: Personalbedarfsplanung, Entgeltsystem und Personalentwicklung inkl. Karrieresysteme und -management Personalbedarfsanpassungen planen und umsetzen Unternehmenskultur und Changeprozess im M&A-Prozess		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Als einführende Kenntnis wird ein Überblick zu den grundlegenden Aspekten des internationalen Personalmanagements anhand beispielweise folgender Lehrbücher in der jeweils aktuellsten Auflage vorausgesetzt:Festing, Marion.; Dowling, Peter. J.; Weber, Wolfgang; Engle, Allan D.; Internationales Personalmanagement, WiesbadenDGFP (Hrsg.): Internationales Personalmanagement gestalten: Perspektiven, Strukturen, Erfolgsfaktoren, Praxisbeispiele; DGFP PraxisEdition Band 103, Bielefeld

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt

Bänzer, Bernd et. al.; Handbuch Mergers & Acquisitions: Planung - Durchführung - Integration, Wiesbaden

Dowling, Peter J.; Welch, Denice E.; Engle, Allen D.: International Human Resource Management, London

Gerdts, Johannes; Schewe, Gerhard; Post Merger Integration: Unternehmenserfolg durch Integration Excellence, Berlin

Mendenhall, Mark E. et al.; Global Leadership; New York
Wirtz,
Bernd; Mergers & Acquisitions Management, Wiesbaden

Kabst, Rüdiger; Giardini, Angela; Wehner, Marius; International komparatives Personalmanagement: Evidenz, Methodik & Klassiker des 'Cranfield Projects on International Human Resource Management', Mering

Briscoe, Dennis R.; Schuler, Randall S.; Claus, Lisbeth; International Human Resource Management: Policies and Practices for Multinational Enterprises, Oxon

Entgeltgestaltung und HR Analytics (W3M10908)

Compensation and HR Analytics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10908	-	1	Prof. Dr. Klaus-Jürgen Jeske	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die strategische Bedeutung und Einbindung von Verfahren zur Arbeitsbewertung, Entgeltfindung und Leistungsbeurteilung im personalwirtschaftlichen Instrumentarium. Sie identifizieren die Arbeitsbewertung als Schlüsselfunktion zur Herstellung einer Anforderungsgerechtigkeit in der Entgeltfindung und für die Abbildung eines kongruenten organisationalen Gesamtgefüges aller Stellen, Positionen und Aufgaben. Ihnen wird bewusst, wie Leistungsmessung und -beurteilung auf verschiedenen organisationalen Aggregationsstufen und die Honorierung von verschiedenen Erfolgsgrößen, welche u.a. das Personalcontrolling bereitstellt, zusammenhängen. Im Rahmen des Personalcontrollings identifizieren die Studierenden u.a. Benchmarks als branchenspezifische oder auch branchenübergreifende Möglichkeit der Bildung von Referenzpunkten im Rahmen einer Beurteilung von personalwirtschaftlichen Sachverhalten und lernen die Bedeutung eines Personalrisikomanagements kennen. Die Studierenden verstehen HR Analytics als u.a. technologische Weiterentwicklung des klassischen Personalcontrollings.

METHODENKOMPETENZ

Ausgehend von einer Arbeitsbewertung können die Studierenden eine benachteiligungsfreie Entgeltgestaltung in einem Total Compensation-Modell vornehmen. Sie setzen dabei verschiedene Entgeltbestandteile gemäß ihrer unterschiedlichen Anreizwirkung ein. Sie identifizieren sowohl die Gestaltung von Systemen der Entgeltfindung und Leistungsmessung als auch deren Anwendung als politisches Spannungsfeld zwischen Arbeitnehmervertreter*innen, dem Personalbereich und dem jeweiligen Fachbereich.
Bei Instrumenten und Kennzahlen des Personalcontrollings können sie deren verschiedene Anwendungsbereiche fachlich differenzieren und kritisch reflektieren. Sie stellen Instrumente und Kennzahlen bedarfsgerecht zusammen und sorgen für eine Integration in das Steuerungssystem des Unternehmens unter Anwendung von HR Analytics als Teil von Business Intelligence Lösungen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Entgeltgestaltung und HR Analytics	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Entgeltgestaltung und Leistungsmanagement - Entgeltgestaltung und Leistungsmanagement als Handlungsfeld des betrieblichen Personalmanagements - Regelungsebenen für die Entgeltfindung und Leistungsbeurteilung verschiedener Mitarbeitergruppen (z.B. Tarifbeschäftigte, außertariflich Beschäftigte, Leitende Angestellte, Praktikanten, Auszubildende, Werkstudenten) - Summarische und analytische Methoden der Arbeitsbewertung (z.B. nach ERA-Tarifvertrag), internationale Job Evaluation Systeme für den Managementbereich (z.B. Mercer, Hay) - Bestandteile von Vergütungssystemen im Gesamtvergütungsmodell: fixe Grundvergütung, variable Vergütungsbestandteile mit kurz-, mittel- und langfristigem Bezug, Neben- und Zusatzleistungen (u.a. gesetzliche, tarifliche und betriebliche Sozialleistungen) - Entgeltbestandteile unter anreiztheoretischen Überlegungen - Prinzipien der Entgeltfindung und -differenzierung (Anforderungs-, Leistungs-, Qualifikations-, Erfolgs- und Marktbezug) - Entgeltgerechtigkeit - Verfahren der Leistungsbeurteilung bzw. -messung - Integration der Entgeltentwicklung und Leistungsbeurteilung in den Führungsprozess HR Analytics und Personalcontrolling - Inhaltliche und organisatorische Einbindung von HR Analytics und Personalcontrolling in die Planung, Steuerung und Kontrolle des Gesamtunternehmens sowie rechtliche Aspekte - Ziele, Aufgaben und konzeptionelle Grundlagen von HR Analytics und Personalcontrolling - Grundlagen von Kennzahlen und Kennzahlensystemen - Instrumente des Personalcontrollings: Benchmarking auf Unternehmensebene - Frühwarnindikatoren für externe Umwelteinflüsse: Personalrisikomanagement - Anwendungsorientiertes Personalcontrolling auf dezentraler Ebene: Kennzahlen und Indikatoren für Personalplanung und -auswahl, Personaleinsatz und Beurteilung in Leistungsprozessen sowie Entgelt und Personalentwicklung - Personalcontrolling unter Anwendung von HR Analytics: Analysen mit HR Analytics sowie Prozesse und Systeme für HR Analytics		

BESONDERHEITEN

Das Modul gehört zudem zum „Wahlbereich Personalmanagement“ in der Modulgruppe „Wahlmodule des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie“, aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Aguinis, Herman: Performance Management, Harlow.
- Deutsche Gesellschaft für Personalführung e.V. (Hrsg.): Personalcontrolling für die Praxis – Konzept - Kennzahlen Unternehmensbeispiele, Bertelsmann Verlag: Bielefeld.
- Gomez-Mejia, Luis R./Berrone, Pascual/Franco-Santos, Monica: Compensation and Organizational Performance – Theory, Research and Practice, Routledge: London, New York.
- Kobi, Jean Marcel: Personalrisikomanagement - Strategien zur Steigerung des People Value, Gabler Verlag: Wiesbaden.
- Martocchio, Joseph J.: Strategic Compensation. A Human Resource Management Approach, Upper Saddle River.
- Milkovich, George T.; Newman, Jerry M.; Gerhart, Barry: Compensation, Boston.
- Schulte, Christof: Personal-Controlling mit Kennzahlen, Verlag Vahlen: München.
- Strohmeier, Stefan/Piazza, Franca: Human Resource Intelligence und Analytics, Springer-Gabler: Wiesbaden.

Digitale Transformation, Big Data und Künstliche Intelligenz (W3M10909)

Digital Transformation, Big Data and Artificial Intelligence

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10909	-	1	Prof. Dr. Michael Lindemann	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Masterstudierenden haben nach Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, sich mit der Auswirkung der Digitalen Transformation auf Organisationen in analytischer und empirischer Sicht kritisch auseinanderzusetzen. Sie verstehen die konzeptionellen Grundlagen der Digitalen Transformation, die besondere Bedeutung von Big Data und Artificial Intelligence, sowie die Auswirkungen dieser Entwicklungen auf Fragen des Leadership. Sie kennen beispielhafte Anwendungen dieser Technologien im HRM und anderen Unternehmensfunktionen.

METHODENKOMPETENZ

Durch die Beschäftigung mit Konzepten, die sich noch in intensiver Diskussion und Entwicklung befinden, haben die Studierenden ihre Ambiguitätstoleranz weiterentwickelt. Sie haben ferner einen vertieften Zugang zur daten- und evidenzgestützten Entscheidungsfindung gewonnen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Masterstudierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage sich kritisch in den gesellschaftlichen und unternehmerischen Diskurs zur Digitalen Transformation einzubringen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Digitale Transformation, Big Data und Künstliche Intelligenz	42	93

Geschäftsmodelle und Geschäftsmodellinnovationen
Überblick über Technologien als Treiber der digitalen Transformation und Gesetzmäßigkeiten der digitalen Ökonomie
Entstehung und Wandel von Geschäftsmodellen durch die Digitale Transformation
Wirkungsfelder der digitalen Transformation
Wechselwirkungen von Digitaler Transformation und Unternehmenskultur
Big Data
Analytics
Künstliche Intelligenz: Grundlagen und Anwendungsbeispiele
Machine Learning
Praktische Übungen zum Machine Learning
Umgang mit sensitiven Daten
Datenschutz und Datensicherheit in Big Data Projekten Zukunftsaufgaben

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Als einführende Kenntnis wird ein Überblick zum Informationsmanagement und zum strategischen Management anhand beispielweise folgender Lehrbücher:

- Krcmar, Helmut: Informationsmanagement; 6. Auflage; Berlin; 2015
- Müller-Stewens, Günter; Lechner, Christoph: Strategisches Management; 5. Auflage; Stuttgart; 2016
- Vahs, Dietmar: Organisation; 10. Auflage; Stuttgart; 2019

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Appelfeller, Wieland; Feldmann, Carsten: Die digitale Transformation des Unternehmens; Wiesbaden; 2018
Brandes, Ulf; Gemmer, Pascal; Koschek, Holger; Schültken, Lydia: Management Y; Frankfurt a.M.; 2014
Bruce, Peter; Bruce, Andrew; Gedeck, Peter; Fraaß, Marcus: Praktische Statistik für Data Scientists, 2. Auflage, Heidelberg, 2021
Brynjolfsson, Erik; McAffee, Andrew: The Second Machine Age, New York; 2014
Davenport, Thomas: big data@work; Boston; 2014
Denning, Stephen: The Leader's Guide to Radical Management; San Francisco; 2010
Dorschel, Joachim: Praxishandbuch Big Data; Wiesbaden; 2015
Fasel, Daniel; Meier, Andreas (Hrsg.): Big Data - Grundlagen, Systeme und Nutzungspotenziale; Wiesbaden; 2016
Gassmann, Oliver; Sutter, Philipp: Digitale Transformation im Unternehmen gestalten; München; 2016
Geron; Aurélien: Hands-on Machine Learning with Scikit-Learn, Keras and TensorFlow, 2. Auflage; Sebastopol; 2019
Hanschke, Inge (2018): Digitalisierung und Industrie 4.0; München; 2018
Jodlbauer, Herbert: Digitale Transformation der Wertschöpfung; Stuttgart; 2018
Jung, Hans; Kraft, Patricia: Digital vernetzt. Transformation der Wertschöpfung; München; 2016
Kugler, Sascha; Anrich, Felix: Digitale Transformation im Mittelstand mit System; Wiesbaden; 2018
Matzler, Kurt; Bailom, Franz; Friedrich von den Eichen, Stephan; Anschober, Markus: Digital Disruption; München; 2016
Mayer-Schönberger, Viktor; Cukier, Kenneth: Big Data; 3. Auflage; München; 2017
Rogers, David L.: Digital Transformation Playbook; New York; 2016
Schallmo, Daniel R.A.; Rusnjak, Andreas; Anzengruber, Johanne; Werani, Thomas; Lang, Klaus: Digitale Transformation von Geschäftsmodellen; 2. Auflage; Wiesbaden, 2021
Strohmeier, Stefan; Piazza, Franca: Human Resource Intelligence und Analytics; Wiesbaden; 2015
Pentland, Alex: Social Physics; New York; 2015
Provost, Foster; Fawkett, Tom: Data Science for Business; Sebastopol; 2013
Westerman, George; Bonnet, Didier; McAfee, Andrew: Leading Digital; Boston; 2014

Politik und Emotionen in Organisationen (W3M10910)

Organizational Politics and Emotions

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10910	-	1	Prof. Dr. Stefan Huf-Wellhäuser	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über umfassendes, detailiertes und spezialisiertes Wissen in den Themenfeldern Macht, Politik und Konflikte sowie Emotionen in Organisationen.
Sie sind ferner in der Lage, Unternehmen nicht nur als zweckrationale Gebilde
zu analysieren, sondern haben ein fundiertes Verständnis von politischen Prozessen in Organisationen und der Rolle von Emotionen im Organisationsalltag

METHODENKOMPETENZ

Die Masterstudierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, eigenständig Forschungsfragen in den Themenfeldern Macht, Politik und Konflikte sowie Emotionen in Organisationen zu formulieren und wissenschaftlich zu bearbeiten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Masterstudierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihre eigenen im Organisationsalltag auftretenden Emotionen sowie ihre eigene Rolle als mikropolitische Akteure zu reflektieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Politik und Emotionen in Organisationen	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Macht in Organisationen (Formen von Macht, Machtgrundlagen, Machttheorien, Arbeitsbeziehungen als Machtbeziehungen)		
Koalitionen und Netzwerke in Organisationen		
Konflikte in Organisationen (Arten von Konflikten, Konfliktverläufe, Konfliktmanagement)		
Mikropolitik in Organisationen (mikropolitische Strategien und Taktiken, Ethik mikropolitischen Verhaltens)		
Emotionen als Gegenstand sozialwissenschaftlicher Forschung		
Entstehung und Funktionen von Emotionen in Organisationen		
Emotionen im Organisationsalltag (insb. Emotionsarbeit und emotionale Intelligenz, Einfluss von Emotionen in Entscheidungsprozessen, Emotionen im Rahmen des organisatorischen Wandels)		
Emotionale Beschädigungen in Organisationen (z.B. Mobbing, sexuelle Belästigung, Diskriminierung, Stress, Personalabbau)		

BESONDERHEITEN

Das Modul gehört zudem zum "Wahlbereich Wirtschaftspsychologie" in der Modulgruppe "Wahlmodule des curricularen Fokus Personalmanagement", aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Personalmanagement des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

Als einführende Kenntnis wird ein Überblick zu den grundlegenden Aspekten menschlichen Verhaltens in Organisationen („Organizational Behavior") anhand beispielweise folgender Lehrbücher in der jeweils aktuellsten Auflage empfohlen: Nerdinger, F.W. u.a.: Arbeits- und Organisationspsychologie, Berlin Schuler, H.; Moser, K.: Lehrbuch Organisationspsychologie, Bern

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Bratton, J. u.a.: Introduction to Work and Organizational Behaviour, London

Clegg, S. u.a.: Managing and Organizations, London

Greenberg, J.: Behavior in Organizations, Harlow

Linstead, S. u.a.: Management & Organization, New York

Robbins, S.P.; Judge, T.A.: Essentials of Organizational Behavior, Boston

Schermerhorn, J.R. u.a.: Organizational Behavior, Hoboken

New Work: agiles Arbeiten und digitale Führung (W3M10911)

New Work: agile Work and digital Leadership

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10911	-	1	Prof. Dr. Katja Stamer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Seminararbeit (50%) und Klausur (50)	60	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Masterstudierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über ein fundiertes Wissen zu dem Thema New Work, agiles Management und digital Leadership. Sie sind in der Lage, die Implikationen der makropolitischen Veränderungen im Markt, der Gesellschaft usw. für die Arbeitswelt der Zukunft (New Work) zu hinterfragen und notwendige Gestaltungskonsequenzen aufzuzeigen.

METHODENKOMPETENZ

Die Masterstudierenden sind nach Abschluss des Moduls methodisch befähigt, anwendungsbezogen Konzepte zu Arbeitsweisen und Führung kritisch zu reflektieren und unter Beachtung betrieblicher Gegebenheiten bedarfsbezogen zu modifizieren beziehungsweise neu zu entwickeln.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Masterstudierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über die Fähigkeit zur Selbstreflexion zum Thema und das erlernte Wissen in Gruppenarbeiten zu erproben.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
New Work: agiles Arbeiten und digitale Führung	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Einflussfaktoren auf die Arbeit der Zukunft (Makro- und Mesoebene) Implikation für die normative, strategische und operative Unternehmensführung, im Besonderen auf die Organisationsstruktur und die Führungs- bzw. Management-Ebenen Definitionen und Tools im Rahmen von New Work Einfluss einer agilen Organisationsstruktur auf das Arbeitsumfeld, die Arbeitszeitmodelle sowie die Arbeit selbst, unter Berücksichtigung des entsprechenden Arbeitsrechts Auswirkungen von Digitalisierung auf das Arbeiten und auf die Führung (Führungsstil, Rolle der Führungskraft) Handlungsansätze und Gestaltungsoptionen der digitalen Führung und des Personalmanagements sowie Nachhaltigkeitsmanagement im Rahmen von New Work Modellierung von Prozessen im Wandel zu New Work und Digitales Arbeiten (Reifegradmodelle) Arbeits- und organisationspsychologische Betrachtung von New Work und digitalem Arbeiten sowie kritische Reflektion Self Assessment sowie Selbstreflektion in der Führungsrolle (im Rahmen von New Work, Digitalem Arbeiten sowie in der Begleitung von Wandel)		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Bergmann, F.; Schuhmacher, S.: Neue Arbeit, neue Kultur, Freiburg
Hackl, B. et al; New Work: Auf dem Weg zur neuen Arbeitswelt, Wiesbaden
Hübler, M.: New Work – Menschlich. Demokratisch. Agil - Wie Sie Teams und Organisationen erfolgreich in eine digitale Zukunft führen, Regensburg
Kreutzer, R.; Neugebauer, T.: Digital Business Leadership: Digitale Transformation - Geschäftsmodell-Innovation - agile Organisation - Change-Management, Wiesbaden
Petry, Th.: Digital Leadership: Erfolgreiches Führen in Zeiten der Digital Economy, Freiburg
Rusinek, H.; Work-Survive-Balance: Warum die Arbeit der Zukunft die Zukunft unserer Erde ist, Freiburg u.a.
Schermuly, C.; New Work - Gute Arbeit gestalten, Freiburg
Seeger, Ch.: Harvard Business Manager Edition 4/2017: Agiles Management, Hamburg

Neurowissenschaftliche Grundlagen der Wirtschaftspsychologie (W3M10912)

Foundations of Neuroscience in Business Psychology

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10912	-	1	Prof. Dr. Stefan Krause	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierende kennen die neurowissenschaftlichen Grundlagen des menschlichen Erlebens und Verhaltens. Sie können menschliche Verhaltensweisen auf Basis des biologischen Substrats analysieren und verstehen. Sie besitzen einen Überblick über die zentralen Theorien und Forschungsbefunde aus dem Bereich der Wahrnehmung sowie der auch kognitiven Prozessen zugrundeliegenden Gehirnanatomie und –physiologie.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, gesellschaftliche Implikationen von wirtschaftlichem Handeln vor dem Hintergrund eines differenzierteren Menschenbildes und unter Anwendung empirischer Methoden wahrzunehmen und zu analysieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierende vermögen eigene Motive und Reaktionsweisen vertieft zu verstehen und eigenes Erleben und Verhalten kritisch zu reflektieren. Das Wissen um die Arbeitsweise des Gehirns, der Vielzahl unbewusster Prozesse sowie Kenntnisse der Implikationen aus der Debatte um Willensfreiheit lässt sie eigenes Handeln und das anderer differenzierter und toleranter erleben.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Neurowissenschaftliche Grundlagen der Wirtschaftspsychologie	42	93

Gehirnanatomie: Struktur, Funktionszuordnung
Gehirnphysiologie: Aufbau einer Nervenzelle, die Erregungsleitung in einer Nervenzelle und zwischen Nervenzellen, Wirkung wichtiger Neurotransmitter
Wahrnehmung: Psychophysik; visuelles und auditives System, Haptik, Somatosensorik, gustatorische und olfaktorische Wahrnehmung
Neuronale Grundlagen der Aufmerksamkeit
Neuronalen Prinzipien des Lernens
Neurowissenschaftliche Theorien zur grundlegenden Struktur von Persönlichkeit (nicht Persönlichkeitspsychologie)
Neurowissenschaftliche Positionen zur Willensfreiheit von Menschen

BESONDERHEITEN

Dieses Modul muss von allen Wirtschaftspsychologie-Studierenden absolviert werden.

VORAUSSETZUNGEN

Es wird empfohlen, zuerst das Modul „Neurowissenschaftliche Grundlagen der Wirtschaftspsychologie (W3M10912)“ zu belegen, bevor das Modul „Kognitionswissenschaftliche Grundlagen der Wirtschaftspsychologie (W3M10913)“ besucht wird.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Myers, David: Psychologie, 3. Auflage, Heidelberg, 2014
Pinel, John. P. J.; Barnes, Steven J. & Pauli, Paul: Biopsychologie, 10. Auflage, München, 2018
Roth, Gerhard: Persönlichkeit, Entscheidung und Verhalten. Warum es so schwierig ist, sich und andere zu ändern, 13. Auflage, Stuttgart, 2019
Schandry, Rainer: Biologische Psychologie, Weinheim, 2016

Kognitionswissenschaftliche Grundlagen der Wirtschaftspsychologie (W3M10913)

Foundations of Cognitive Science in Business Psychology

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10913	-	1	Prof. Dr. Stefan Krause	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die kognitionswissenschaftlichen Grundlagen des menschlichen Erlebens und Verhaltens. Sie besitzen einen Überblick über die zentralen psychologischen Theorien und Forschungsbefunde aus
dem Bereich Lernen, Aufmerksamkeit und Gedächtnis, des Denkens sowie der Motivation und Emotion.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierende sind vor dem Hintergrund vertieften Wissens über kognitionswissenschaftliche Zusammenhänge und einschlägige methodische Analyseverfahren in der Lage, verbessert Verantwortung in wirtschaftlichen Zusammenhängen zu übernehmen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierende haben vertieft Einsicht in eigene Funktionsweisen und Motive, so dass sie sich in ihrer Wirkung auf wirtschaftliche Prozesse reflektierter wahrnehmen und differenzierter erleben können. Sie sind in der Lage, sich selbst kritischer zu sehen und eigene Wahrnehmungen nicht für absolut zu halten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Kognitionswissenschaftliche Grundlagen der Wirtschaftspsychologie	42	93

Lernen: klassische Konditionierung, operante Konditionierung, Modelllernen
Gedächtnis: Mehrspeichermodelle; Arbeitsgedächtnis; sensorischer Speicher, Langzeitgedächtnis, implizites Gedächtnis, Enkodier- und Abrufprozesse
Sprache: Verarbeitungsebenen; semantisches Gedächtnis; Buchstaben und Worterkennung; mentales Lexikon; Satz- und Textverarbeitung; Inferenzen
Denken und Problemlösen: Deduktives und induktives Schließen; Kreativität; Denken und Sprache; Denken und Handeln;
Theorien des problemlösenden Denkens; einfaches Problemlösen; komplexes Problemlösen
Emotion und Motivation: Emotionsbegriff; Erfassung von Emotionen; physiologische und evolutionspsychologische und
kognitive Emotionstheorien; Motiv und Motivation; Erfassung von Motiven; Trieb- und Aktivationstheorien; Erwartungs-Wert-
Theorien; intrinsische/extrinsische Motivation; Psychologie des Willens

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

Dieses Modul muss von allen Wirtschaftspsychologie-Studierenden absolviert werden.

VORAUSSETZUNGEN

Es wird empfohlen, zuerst das Modul „Neurowissenschaftliche Grundlagen der Psychologie (W3M10912)“ zu belegen, bevor das Modul „Kognitionswissenschaftliche Grundlagen der Psychologie (W3M10912)“ besucht wird.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Spering, Miriam, Schmidt, Thomas: Allgemeine Psychologie 1, Weinheim, 2017
Goldstein, Bruce. E.: Wahrnehmungspsychologie: Der Grundkurs, 9. Auflage, Heidelberg, 2015
Horstmann, Gernot, Dreisbach, Gesine: Allgemeine Psychologie 2, Weinheim, 2017
Müsseler, Jochen: Allgemeine Psychologie, Heidelberg, 2017
Myers, David: Psychologie, 3. Auflage, Heidelberg,, 2014
Wentura, Dirk, Frings, Christian: Kognitive Psychologie, Wiesbaden, 2012

Business Coaching und Mentoring (W3M10914)

Business Coaching and Mentoring

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10914	-	1	Prof. Dr. Angela Diehl-Becker	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit, Transferbericht	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Masterstudierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über ein fundiertes Wissen hinsichtlich der Formen, Methoden und Anwendungsfelder des Business Coachings und Mentorings in der betrieblichen Praxis.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können nach dem Modul einschlägige Vorgehensweisen und Methoden aus dem Bereich „Coaching und Mentoring" situationsadäquat auswählen und anwenden. Sie sind damit auch in der Lage, einen Coachingprozess zu konzipieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, ein Coachinggespräch von überschaubarer Komplexität zu gestalten und durchzuführen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Business Coaching und Mentoring	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
- Kennzeichen des Business Coachings - Psychologische Grundlagen des Business Coachings (z.B. Behavioristischer Ansatz, Humanistischer Ansatz, Gestaltansatz, Systemischer Ansatz, Psychodynamischer Ansatz) - Erfolgskriterien im Coaching und Evaluation des Coachingerfolgs - Haltung und Ethik im Coaching - Phasen des Coachingprozesses (inkl. Auftragsklärung) und Coaching-Beziehung (Rollen und Verantwortlichkeiten) - Coachingmethoden (inkl. Übungen und exemplarisches Lernen an Praxisfällen) - Anwendungsfelder des Coachings (Coachinganlässe) (z.B. Standortbestimmung, Karriere, Gesundheit, Motivation, Krise, Veränderung, Konflikte, Work-Life-Balance) - Formen des Coachings (Selbst-, Einzel-, Gruppencoaching) - Coaching-Supervision - Auswahl von Coaches - Kennzeichen des Mentorings - Formen des Mentorings - Rollen und Verantwortlichkeiten im Mentoring - Einsatzgebiete des Mentorings - Mentor:innenauswahl und -schulung - Evaluation des Mentorings		

BESONDERHEITEN

Das Modul gehört zudem zum "Wahlbereich Wirtschaftspsychologie" in der Modulgruppe "Wahlmodule des curricularen Fokus Personalmanagement", aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Personalmanagement des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Als einführende Lektüre zu den grundlegenden Aspekten des Coachings und Mentorings werden beispielweise folgender Lehrbücher empfohlen:

Garvey, Robert u.a.: Coaching and Mentoring, London, 2014
Parsloe, Eric; Leedham, Melville : Coaching and Mentoring, London, 2022

Vertiefende Literatur:

Bachkirova, Tatiana et al. (edts..):The Complete Handbook of Coaching, 3rd edition, London, 2016
Backhausen, Wilhelm; Thommen, Jean-Paul: Coaching, 4. Auflage Wiesbaden, 2009
Graf, Nele; Edelkraut, Fank: Mentoring, 2. Auflage, Wiesbaden, 2016
Grolimund, Fabian: Psychologische Beratung und Coaching, 2. Auflage, Göttingen, 2014
Kauffeld, Simone; Gessnitzer, Sina: Coaching. Wissenschaftliche Grundlagen und praktische Anwendungen, Stuttgart, 2018
Keel, Michael Mentoring. Program Development, relationships, and outcomes, New York, 2009
Loebbert, Michael: Coaching Theorie, 2. Auflage, Heidelberg, 2016
Migge, Björn: Handbuch Business Coaching, Weinheim, 2018
Passmore, Jonathan et al. (edts.): The Wiley-Blackwell Handbook of the Psychology of Coaching and Mentoring, Hoboken N.J., 2016
Rauen, Christian: Handbuch Coaching, 4. Auflage, Göttingen, 2021

Psychologie der individuellen Persönlichkeit (W3M10915)

Personality Psychology

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10915	-	1	Prof. Dr. Angela Diehl-Becker	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen zentrale Theorien der Persönlichkeitsforschung und wissen Forschungsergebnisse und Ansätze in diesem Forschungsgebiet kritisch zu hinterfragen. Ursachen interindividueller Unterschiede können sie aufzeigen. Die Bedeutung der Persönlichkeitstheorien und Forschungsmethoden für den Kontext der Arbeits- und Organisationspsychologie ist erkannt.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen wesentliche Methoden der Persönlichkeitsforschung und haben es gelernt, laienpsychologische Annahmen aus dem Berufsalltag strukturiert und methodisch reflektiert zu hinterfragen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Sie haben die Kompetenz zur wissenschaftlich-fundierten Argumentation erworben und wissen die wesentlichen Ergebnisse in ihrer Bedeutung für den beruflichen Alltag aufzuzeigen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Psychologie der individuellen Persönlichkeit	42	93

Methoden der Differentiellen und Persönlichkeitspsychologie
Biologische und kulturelle Grundlagen
Anlage-Umwelt-Debatte
Zugänge zur Persönlichkeit und Theorien der Persönlichkeit
Entwicklung der Persönlichkeit, Verhaltensstabilität und -variabilität im Verlauf des Lebens
Anwendungsperspektiven: Intelligenz, soziale Intelligenz, Kreativität, Handlungs-, Motiv- und Bewertungsdispositionen, Resilienz, interkulturelle Unterschiede

BESONDERHEITEN

Umfang der Seminararbeit 10-15 Seiten, Dauer der Präsentation 10-15 Minuten.

Dieses Modul muss von allen Wirtschaftspsychologie-Studierenden absolviert werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird die jeweils aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Allport, Gordon W.: Personality. A Psychological Interpretation, New York, 1937
Amelang, Manfred (Hrsg.): Determinanten interindividueller Unterschiede, Göttingen, Bern, 2000
Asendorpf, Jens B.: Psychologie der Persönlichkeit, Heidelberg, 2007
Burger, Jerry M.: Personality, Belmont CA, 2014
Engler, Barbara: Personality Theories: An Introduction, 8th edition, Boston, New York, 2009
Hjelle, L. A.; Ziegler, D. J.: Personality Theories: Basic Assumptions, Research and Application, 3rd edition, New York, 1992
Kelly, George A.: Personality. The Psychology of Personal Constructs, New York, 1954
Laux, L.: Persönlichkeitspsychologie, 2. Auflage, Stuttgart, 2008
Maltby, John; Day, Liz; Macaskill, Ann: Differentielle Psychologie, Persönlichkeit und Intelligenz, München, 2011
Mischel, Walter: An Introduction to Personality, New York, 1993
Neyer, Franz J.; Asendorpf, Jens B.: Psychologie der Persönlichkeit, Berlin, 2017

Psychologie der Personalführung (W3M10917)

Psychology of Leadership

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10917	-	1	Prof. Dr. Stefan Huf-Wellhäuser	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen auf dem sozialpsychologischen Fachgebiet der Mitarbeiterführung. Sie sind ferner in der Lage, sich kritisch mit den unterschiedlichen theoretischen Perspektiven der Führungsforschung auseinanderzusetzen und Lösungsstrategien für betriebliche Führungsprobleme zu entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, Methoden zur zielorientierten Beeinflussung des Mitarbeiterverhaltens anzuwenden, zu reflektieren sowie weiterzuentwickeln.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden ein Bewusstsein für die eigene Verantwortung als Führungs(nachwuchs)kraft entwickelt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Psychologie der Personalführung	42	93

Mitarbeiterführung als zielbezogene Einflussnahme
Führungserfolg und Führungssituation
Macht und Führung
Führungsinstrumente (z.B. Symbole, Kommunikation, Anreizsystem, Personalentwicklung)
Funktionale Äquivalente direkter Führung (z.B. Führungssubstitute, Selbstführung, geteilte Führung, digital Leadership)
Destruktive Führung
Persönlichkeit und Führung
Führungstheorien (z.B. situative Führung, LMX-Theorie, dienende Führung, transformationale Führung, authentische Führung, salutogenetische Führung, positive Führung, Neuroleadership)
Führung von Arbeitsgruppen
Führung in Veränderungsprozessen
Frauen in Führungspositionen
Führung im interkulturellen Kontext
Auswahl von Führungskräften und Führungskräfteentwicklung

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

Dieses Modul muss von allen Wirtschaftspsychologie-Studierenden absolviert werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Bratton, John: Organizational Leadership, London, 2020
Felfe, Jörg; Dick, Rolf van (Hrsg.): Handbuch Mitarbeiterführung, Berlin/Heidelberg, 2016
Northouse, Peter G.: Leadership. Theory and practice, 9. Aufl., Thousand Oaks, 2022
Rosenstiel, Lutz von u.a. (Hrsg.): Führung von Mitarbeitern, 8. Aufl., Stuttgart, 2020
Rybnikova, Irma; Lang, Rainhart (Hrsg.): Aktuelle Führungstheorien und -konzepte, 2. Aufl., Wiesbaden, 2021
Schirmer, Uwe.; Woydt, Sabine: Mitarbeiterführung, 3. Aufl., Berlin, 2016
Weibler, Jürgen: Personalführung, 3. Aufl., München, 2016
Yukl, Gary; Gardner III, William L.: Leadership in Organizations, 9. Aufl., Boston u.a., 2020

Organisational Behaviour (W3M10918)

Organisational Behaviour

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10918	-	1	Prof. Dr. Michael Hudetzka	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, menschliches Verhalten im organisationalen Kontext auf der Basis einschlägiger verhaltenswissenschaftlicher Grundlagen zu verstehen und zu erklären. Auch neuartige betriebliche Problemstellungen können auf Grundlage dieses verhaltenswissenschaftlichen Fundamentes analysiert und bewertet werden.

METHODENKOMPETENZ

-

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können sich mit den eigenen betrieblichen Verhaltensweisen unter Berücksichtigung der eigenen Stärken und Entwicklungspotenziale kritisch auseinandersetzen. Die Studierenden verstehen die komplexen Wechselwirkungen des Verhaltens von Menschen in Gruppen und Organisationen. Aufgrund dieser Selbstreflektion sind sie in der Lage, sich lösungsorientiert bei verhaltenswissenschaftlichen betrieblichen Problemstellungen einzubringen

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, verhaltensorientierte Aspekte für den Unternehmenserfolg zu analysieren und zu erörtern. Sie sind in der Lage, überzeugende verhaltenswissenschaftliche Erfolgsmuster bei zukunftsorientierten, betrieblichen Herausforderungen auch für komplexe Problemstellungen aufzuzeigen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Organisational Behaviour	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Einführung: Begriffsdefinitionen, Grundmodelle, verhaltenswissenschaftliche Betrachtungen der Organisation auf Individual-, Gruppen- und Organisationsebene, Wechselwirkungen, aktuelle Herausforderungen, Grenzen und Fallstricke rationaler Entscheidungsfindung, Neue Erwartungstheorie, Verhaltensökonomik, übergreifende aktuelle Themenfelder (z.B. Digitalisierung, Komplexität, Agilität, VUCA, etc. …) Individualebene: Biographische Merkmale, Werte, Commitment, Extra-Rollen-Verhalten, Organisational Citizenship Behaviour, Psychologischer Arbeitsvertrag, Arbeitsengagement, Wirkung des Geldes, Arbeitszufriedenheit, Stress/Burnout, Deep Work Gruppenebene: Betriebliche Kommunikationsmodelle, gelungenes Feedback und Leistungsbewertung, Konfliktmanagement, Teamrollen, Gruppendynamik Organisationsebene: Einfluss von Organisationsstrukturen und Organisationskulturen, Job-Crafting, Digitalisierung und Industrie 4.0, die Rolle des Menschen, die Rolle der Technik, Sinnfindung/Purpose, New Work, organisationale Gerechtigkeit, Digitale Transformation, Agile Organisationen		

BESONDERHEITEN

Das Modul gehört zudem zum "Wahlbereich Wirtschaftspsychologie" in der Modulgruppe "Wahlmodule des curricularen Fokus Personalmanagement", aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Personalmanagement des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Häusling, André (Hrsg.): Agile Organisationen: Transformationen erfolgreich gestalten: Beispiele agiler Pioniere, 2. Auflage, Freiburg u.a., 2020
Kahneman, Daniel: Schnelles Denken, langsames Denken., München, 2016
Robbins, Stephen; Judge, Timothy: Organizational Behavior, 17. Edition, Essex, 2017
Rosenstiel, Lutz; Nerdinger, Friedemann : Grundlagen der Organisationspsychologie, 7. Auflage, Stuttgart, 2011
Schuler, Hans; Moser, Klaus (Hrsg.).: Lehrbuch Organisationspsychologie, 6. Auflage, Hogrefe, Bern, 2019
Sichart, Silke; Preußig, Jörg: Agil führen: Neue Methoden für moderne Führungskräfte, 2. Auflage, Freiburg u.a., 2022
Ulich, Eberhard: Arbeitspsychologie, 7. Auflage, Stuttgart, 2011

Nachhaltigkeitsmanagement: Unternehmensethik und Corporate Social Responsibility (W3M10920)

Sustainability Management: Business Ethics and Corporate Social Responsibility

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10920	-	1	Dr. Christopher Paul	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die wissenschaftlichen und praxisbezogenen Konzepte im Bereich Unternehmensethik und Corporate Social Responsibility als Basis für ein unternehmerisches Nachhaltigkeits-management. Sie erwerben ein vertieftes Verständnis unterschiedlicher Ansätze zur Entwicklung von praktischen und fachlichen Lösungen für einschlägige Fragestellungen im Bereich ethisch und CSR-fundierter Nachhaltigkeitsaktivitäten.

METHODENKOMPETENZ

-

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Durch die Befassung mit den Fragen und Diskursen im Kontext von Ethik und CSR erwerben die Studierenden einen hohen Grad an Reflexivität, der es ermöglicht, bestehende und zukünftige unternehmerische Handlungsbedarfe im Bereich nachhaltigen Agierens impulsgebend zu gestalten. Die Studierenden können ihre Sichtweisen und
Handlungsempfehlungen nachvollziehbar darstellen und diskutorisch vertreten. Sie sind in der Lage, interne und externe Stakeholder von der Notwendigkeit einer nachhaltigen Unternehmensführung zu überzeugen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage einschlägige Maßnahmen in den Nachhaltigkeitsdimensionen Ökologie, Soziales und Ökonomie zu konzeptionieren, implementieren und umzusetzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Nachhaltigkeitsmanagement: Unternehmensethik und Corporate Social Responsibility	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
• Hinführung und Überblick		
• Unternehmensethische Grundlagen: Ethik als Ausgangspunkt für Corporate Social Responsibility und Nachhaltigkeitsmanagement • Grundkonflikt: Ökonomik vs. Nachhaltigkeit/Ethik • Ebenen und Begriff der Ethik • Ethikformen • Metaethisches Begründungsproblem der Wirtschaftsethik • Die Ethik des ehrbaren Kaufmanns • Konsente Diskursethik als prozeduraler Lösungsvorschlag zur Findung nachhaltiger Strategien • Pflichten- vs. Folgenethik		
• Theoretische Grundlagen einer verantwortungsvollen, ethisch-nachhaltigen Unternehmensführung: Corporate Governance • Reifegradmodell CSR und Nachhaltigkeit • Verantwortung als Konstrukt • Business Case für CSR • CSR-Diskurse, Fälle und Perspektiven • Vom Stakeholder zum Shared Value • Social Entrepreneurship • Corporate Sustainability: ganzheitliches Nachhaltigkeitsmanagement • Ausgewählte Anwendungsfelder des Nachhaltigkeitsmanagements: Diversitätsmanagement und Gendergerechtigkeit, Umweltschutz, erneuerbare Energien, Sustainable Supply Chain Management usw. • UN Sustainable Development Goals • Nachhaltigkeitsrat Deutschland		
• CSR Managementansätze • CSR als strategischer Managementansatz • ISO 26000 • Entwicklung einer unternehmerischen Nachhaltigkeitskultur		
• Rahmenbedingungen von CSR • Die Rolle des Aufsichtsrats • Regionale Partnerschaften • Die Zusammenarbeit mit NGOs		

BESONDERHEITEN

Das Modul gehört zudem zum "Wahlbereich Wirtschaftspsychologie" in der Modulgruppe "Wahlmodule des curricularen Fokus Personalmanagement", aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Personalmanagement des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Aßländer, Michael S. (Hrsg.); Handbuch Wirtschaftsethik, 2. Aufl., Berlin 2022
Brühl, Rolf; Corporate Social Responsibility, München 2018
Gogoll, Frank; Wenke, Martin: Unternehmensethik, Nachhaltigkeit und CSR, Stuttgart 2017
ifaa – Institut für angewandte Arbeitswissenschaft e. V. (Hrsg.); Nachhaltigkeitsmanagement – Handbuch für die Unternehmenspraxis, Berlin 2021
Schneider, Andreas; Schmidpeter, Rene (Hrsg.): Corporate Social Responsibility, 2., ergänzte und erweiterte Auflage, Berlin 2015
Schüz, Mathias: Angewandte Unternehmensethik: Grundlagen für Studium und Praxis, 2. aktualisierte Auflage, München 2021
Suchanek, Andreas; Unternehmensethik, Tübingen 2015

Innovations- und Changemanagement (W3M10921)

Innovation and change management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10921	-	1	Prof. Dr. Frank O. Bayer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben ein vertieftes Verständnis von organisatorischen und inhaltlichen Zusammenhängen, um Situationen und Projekte im Bereich Innovations- und Change-Management einschätzen zu können.

METHODENKOMPETENZ

Neben der Anwendung von passenden Methoden und Vorgehensweisen im Bereich Innovations- und Changemanagement sind die Studierenden befähigt, Grenzen und Praktikabilität von Methoden erkennen und einschätzen zu können.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können den Einsatz neu erarbeiteter Vorgehensweisen und Lösungsansätze gegenüber anderen betrieblichen Partnern stichhaltig und zielorientiert argumentieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Innovations- und Changemanagement	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Innovationsmanagement Bedeutung von Innovationen Innovations- und Technologiebegriff - Merkmale von Innovationen - Innovationsarten (4Ps, radikal / inkrementell} Aufgaben des Innovations- und Technologiemanagements Kontinuierliche und diskontinuierliche Innovation Disruptive Innovation Produktinnovation und Produkt-Lebenszyklus Innovations-/ Produktentstehungsprozess: Phasenmodelle, Aktivitäten und Methoden in den verschiedenen Phasen Innovations- und Technologiestrategien - Organisation der Innovationstätigkeit lnnovationsfördernde Unternehmenskultur - Innovationsbarrieren Der Kunde im Innovationsprozess Kooperationen, Internationalisierung und Technologietransfer- Open Innovation Einflussgrößen auf den Innovationserfolg, Diffusion, Reduktion der Flopgefahr Changemanagement Auslöser und Grundtypen von Unternehmenswandel Prozessmodelle und Ablauf von Change Management Interessen von Mitarbeitern und Führungskräften Barrieren und Widerstände sowie der Umgang mit diesen Implementierung Beteiligung und Qualifizierung von Mitarbeitern Besonderheiten der Führung im Change Management Kommunikation im Change Management Organisation von Change-Programmen und -Projekten Rolle des Change Managers		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Innovationsmanagement
Tidd, J. / Bessant, J.: Managing Innovation: lntegrating Technological, Marke! and Organizational Change, Wiley, Chichester.
Vahs, D. / Brem, A.: Innovationsmanagement, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
Hauschildt, J. / Salomo, S.: Innovationsmanagement, Franz Vahlen, München.
Afuah, A.: Innovation Management, Oxford University Press, Oxford.
Vahs, D. / Burmester, R.: Innovationsmanagement, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.
Specht, G. / Beckmann, C. / Amelingmeyer, J.: F&E-Management - Kompetenz im Innovationsmanagement, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.

Changemanagement
Krüger, W. (Hrsg.): Excellence in Change, Gabler Wiesbaden.
Doppler, K./ Lauterburger, K.: Change Management, Stuttgart.
Hayes, J.:The theory and practice of change management.
Kotter, J.: Leading Change, Boston, Mass.
Kotter, J.: Accelerate, München.
Hammer, M./ Champy, J.: Business Reengineering, New York.
Hansel, J./Lomnitz, G.: Projektleiter-Praxis, Berlin, Heidelberg.
Berner, W.: Change! : 15 Fallstudien zu Sanierung, Turnaround, Prozessoptimierung, Reorganisation, Stuttgart.
Albach, H. et al.: Management of Permanent Change, Wiesbaden.
Petersen, D./ Witschi, U.: Wandel durch Vernetzung, Wiesbaden.

Führung, Organisational Behaviour und Ethik (W3M10922)

Leadership, Organisational Behaviour & Ethics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10922	-	1	Prof. Dr. Ernst Deuer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, menschliches Verhalten im organisationalen Kontext auf der Basis einschlägiger individual-, sozial- und organisationspsychologischer sowie ethischer Grundlagen zu verstehen und zu erklären. Sie sind in der Lage, ihr eigenes und das Führungsverhalten Dritter aus Praxissicht sowie aus ethischer Sicht kritisch zu reflektieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die sozial-ethischen Implikationen organisationaler und führungsbezogener Entscheidungen. Insbesondere können sie sich mit den Beeinflussungsmöglichkeiten von Individuen und Gruppen kritisch auseinandersetzen. Die Studierenden kennen die relevanten Ansätze aus der Verhaltensforschung (bspw. zu Führungsstilen, Motivation etc.) und sind in der Lage, deren Praktikabilität und Grenzen einzuschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden erkennen und verstehen die komplexen Wechselwirkungen des Verhaltens von Menschen in Gruppen und Organisationen und können sich mit den eigenen Führungsfähigkeiten kritisch auseinandersetzen. Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, sich mit der Rolle und den Beeinflussungsmöglichkeiten von Individuen und Gruppen kritisch auseinanderzusetzen und sich selbst in dieser Rolle zu hinterfragen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, verhaltensorientierte und kulturelle Aspekte des Unternehmensgeschehens im Rahmen der gegebenen Optionen zu steuern und in strategische Ansätze einzubinden. Hierbei sind sie sich auch ethischer Dimensionen bewusst.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Führung, Organisational Behaviour und Ethik	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Führungsprozess, personale und strukturale Führung, Führungsinstrumente, Legitimation von Führung, Führungsautorität und -kompetenz; Überblick und Würdigung klassischer Führungstheorien sowie aktuellere Führungstheorien und Trends; Führungsethik: Anforderungen an Führungskräfte und relevante Eigenschaften im heutigen Führungsalltag; Führungskräfteentwicklung; externe Einflüsse auf das Führungsverhalten Verhaltenswissenschaftliche Betrachtung der Organisation auf Individuum-, Gruppen- und Organisationsebene sowie deren Wechselwirkungen; Kommunikation, Feedback, Konflikte in Organisationen, Gruppenstrukturen; Betriebsklima, Unternehmenskultur, organisationale Gerechtigkeit Unternehmerische und soziale Verantwortung, Corporate Social Responsibility; Nachhaltigkeit unternehmerischer Entscheidungen		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Rosenstiel, v. u.a. (Hrsg.): Führung von Mitarbeitern, Stuttgart
Weibler, J.: Personalführung, München
Yukl, Gary: Leadership in Organizations, Upper Saddle River;New Jersey

Greenberg, J./ Baron, R.: Behavior in organizations, Prentice Hall
Robbins, S. P.: Organisation der Unternehmung, München
Rosenstiel, L. / Nerdinger, F. W.: Grundlagen der Organisationspsychologie, Stuttgart

Göbel, E.: Unternehmensethik. Grundlagen und praktische Umsetzung, Stuttgart
Küpper, H.-U.: Unternehmensethik. Hintergründe, Konzepte, Anwendungsbereiche, Stuttgart

HR Future Skills – Digitale Tools und Anwendungen für HR-Experts (W3M10923)

HR Future Skills – AI & Analytics in HRM

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10923	-	1	Prof. Dr. Thomas Glökler	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Transferbericht	Siehe Pruefungsordnung	Teilgenommen

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls ein fundiertes Grundlagenwissen im Bereich von Big Data und KI, insb. in Anwendung auf HR-Fragestellungen und im Umgang mit sensitiven HR-Daten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, relevante KI- und Big Data-Methoden für Personalprozesse anzuwenden und einzuordnen. Sie sind zudem in der Lage, diese kritisch zu reflektieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, datenbasierte HR-Sachverhalte sowohl mit dem Fachbereich zu diskutieren, als auch die fachspezifischen Anforderungen auf einem Grundlagenniveau mit der IT-Abteilung zu thematisieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls eine Schnittstellenkompetenz erworben, die die Studierenden befähigt, die Anforderungen des HR-Bereichs den Möglichkeiten von KI gegenüberzustellen. Auf dieser Basis sind die Studierenden in der Lage, Big Data- und KI-Projekte im HR-Bereich zu begleiten und aus HR-Perspektive zu managen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
HR Future Skills – Digitale Tools und Anwendungen für HR-Experts	42	93

Grundlegende Konzepte:
- Funktionsweise maschinellen Lernens (Artificial Intelligence)
- Grundlagen Big Data
- Datenanalyse mit Python
- Umgang mit sensitiven Daten & Datenschutz

Praktische Anwendungen im HR-Bereich und deren Umsetzung
- Fallbeispiel: Erstellung eines einfachen künstlichen neuronalen Netzes
- Fallbeispiel: Erstellung eines einfachen Chatbots für Bewerberfragen
- Fallbeispiel: Prognose der Mitarbeiterfluktuation und Leistungsverhalten
- Fallbeispiel: Vorhersage der Karriereentwicklung

BESONDERHEITEN

Das Modul ist ein Wahlmodul im curricularen Fokus „Personalmanagement“ und gehört zudem zum „Wahlbereich Personalmanagement“ in der Modulgruppe „Wahlmodule des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie“, aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Abdel-Karim, Benjamin M.; Data Science. Best Practices mit Python; Wiesbaden 2022
Gärtner, Christian; Smart HRM. Digitale Tools für die Personalarbeit; Wiesbaden 2020
Meacham, Margie; AI in Talent Development: Capitalize on the AI Revolution to Transform the Way You Work, Learn, and Live; Alexandria 2020.
Petry, Thorsten; Jäger, Wolfgang (Hrsg.); Digital HR: Smarte und agile Systeme, Prozesse und Strukturen im Personalmanagement, 2. Aufl., Freiburg, München, Stuttgart 2021
Plaue, Matthias; Data Science. Grundlagen, Statistik und maschinelles Lernen, Berlin 2021
Steinwendner, Joachim; Schwaiger, Roland; Neuronale Netze programmieren mit Python; 2. Aufl.; Bonn 2020
Trask, Andrew W.; Neuronale Netze und Deep Learning kapieren. Der einfache Praxiseinstieg mit Beispielen in Python; Frechen 2020.

Employer Branding, Recruiting und Social Media Sourcing (W3M10924)

Employer Branding, Recruiting und Social Media Sourcing

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10924	-	1	Prof. Dr. Ernst Deuer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls ein fundiertes Wissen in den Bereichen Recruiting, Employer Branding und Social Media Sourcing erworben. Sie besitzen einen Überblick zu zentralen Methoden und Instrumenten in diesen Kernbereichen des Personalmanagements. Sie kennen verschiedene Sichtweisen in diesen Personalthemen sowie auch Sachverhalte, die in der einschlägigen Theorie strittig behandelt werden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die relevanten Instrumente anzuwenden und können deren Ergebnisse auch kritisch reflektieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, Sachverhalte zu den behandelten Themenfeldern sowohl mit Expert*innen als auch mit Laien angepasst und verständlich zu diskutieren und zu erörtern sowie auf unzureichend umgesetzte Prozesse in den Themenfeldern in der Personalpraxis hinzuweisen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, Employer Branding und Recruiting integriert in die Unternehmensstrategie in der Praxis umzusetzen. Dabei sind die Studierenden befähigt, dies auf
der Grundlage einer umfassenden Kenntnis relevanter Stellgrößen und möglicher Problemaspekte durchzuführen. Sie können weitgehend selbstgesteuert anwendungsorientierte Projekte zum Recruiting und Employer Branding durchführen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Employer Branding, Recruiting und Social Media Sourcing	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
• Personalplanung als Teil der Unternehmensplanung • Personalmarketing: Grundhaltung und zentrale Funktionen • Instrumentelles Arbeitsplatzmarketing: Arbeitsmarktforschung, Imageforschung und -entwicklung, Angebots- und Entgeltpolitik als Attraktivitätstreiber etc. • Employer Branding: zentrale Funktionen, Gesamtprozess, Ziele und Erfolgskontrolle • Gesamtprozess der Personalauswahl • Digitale Recruiting Strategien (Karriere-Websites, Jobportale, Mobile Recruiting) • Die Rolle von sozialen Netzwerken im Recruiting-Prozess • Plattformen für Social Media Sourcing • Technologien und Tools im digitalen Recruiting • Content-Marketing und Storytelling im Recruiting • Gamification und E-Sports im Recruiting-Prozess • Messung und Analyse im digitalen Recruiting		

BESONDERHEITEN

Das Modul gehört zudem zum „Wahlbereich Personalmanagement“ in der Modulgruppe „Wahlmodule des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie“, aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Beck, Christoph; Personalmarketing 2.0: Vom Employer Branding zum Recruiting, 2., neu bearb. und erw. Aufl. Köln, 2012
Bratton, John.; Gold, Jeff.; Human Resource Management: Theory and Practice, Basingstoke, 2017
Lindner-Lohmann, Doris.; Lohmann, Florian; Schirmer, Uwe.; Personalmanagement, 4. Auflage, Heidelberg, 2023
Petkovic, Mladen; Employer Branding, 2. aktualisierte Aufl., München, 2008
Wolf, Gunther; Mitarbeiterbindung - mit Arbeitshilfen Online: Strategie und Umsetzung im Unternehmen, Freiburg, 2020
Gärtner, Christian; Smart HRM. Digitale Tools für die Personalarbeit, 2. Auflage, Wiesbaden, 2024
Petry, Thorsten; Jäger, Wolfgang (Hrsg.); Digital HR: Smarte und agile Systeme, Prozesse und Strukturen im Personalmanagement, 2. aktualisierte und überarbeitete Auflage, Freiburg, München, Stuttgart, 2021

Intercultural Business (T3M30211)

Intercultural Business

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
T3M30211	-	1	Prof. Dr. Georg Fehling	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Seminar	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit/Transferbericht	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	120	15	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Auf Basis gründlicher Kenntnisse der Landeskunde und interkultureller Zusammenhänge sind die Studierenden in der Lage, die Exkursion mit einem umfassenden Lernhorizont eigenverantwortlich zu planen und vor Ort durchzuführen. Durch die Reflexion ihrer Erfahrungen bei der Exkursion sind die befähigt, in internationalen und interkulturellen Kontexten geschäftliche Kontakte in beiderseitigem Interesse nachhaltig und wirkungsbedacht aufzubauen und zu pflegen und so einen wesentlichen Beitrag bei der Internationalisierung des Geschäfts ihres Unternehmens zu leisten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können Methoden zur Gestaltung interkultureller Begegnungen wie zum Beispiel das Wert-und-Entwicklungsquadrat zur Analyse und Moderation interkultureller Konflikte einsetzen und reflektieren. Sie prägen die interkulturell sehr bedeutsame Ambiguitätstoleranz und damit die Handlungsfähigkeit im internationalen Rahmen aus. Sie sind in der Lage, Modelle zur Gestaltung internationaler Geschäftsbeziehungen an konkreten Beispielen zu überprüfen und zu analysieren. Sie haben so ihre Fähigkeit gestärkt, derartige Geschäftsbeziehungen situationsangemessen entscheidend und erfolgreich mit zu prägen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, eine umfangreiche Exkursion in einen anderen Kulturraum selbstständig und in der Gruppe zu planen, durchführen und zu reflektieren. Die praktische Ausrichtung dieses Moduls befähigt die Studierenden, in vorher unbekannten Kontexten wirkungsvoll Verantwortung auch für andere zu übernehmen. Ihre interkulturellen, analytischen und kommunikativen Kompetenzen werden so erprobt, reflektiert und gestärkt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Mit der erfolgreichen Teilnahme an der Exkursion haben die Studierenden die Fähigkeit erworben und trainiert, auch sachgerecht zu handeln, während sie einer - wenigstens teilweise - fremden Kultur und Situation ausgesetzt sind.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Intercultural Business	120	15
Wirtschaftsbezogene Landes- und Regionenkunde Forschungsergebnisse zu Interkulturalität Interkulturelles Management, interkulturelle Konflikte		
Dummy 4	120	15

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Exkursion Indien	120	15
Weitere Informationen gibt es in der Broschüre "International Business"		
Exkursion China	120	15
Weitere Informationen gibt es in der Broschüre "International Business"		
Exkursion Jordanien	120	15
Weitere Informationen gibt es in der Broschüre "International Business"		
Exkursion Vietnam	120	15
Weitere Informationen gibt es in der Broschüre "International Business"		
Exkursion Rumänien	120	15
Weitere Informationen gibt es in der Broschüre "International Business"		
Exkursion Kambodscha	120	15
-		
Exkursion Mittelasien	120	15
-		
Dummy 3	120	15
-		

BESONDERHEITEN

Im Mittelpunkt dieses Moduls steht eine ca. 14-tägige internationale Exkursion, im Rahmen derer die Kompetenzen dieses Moduls i. W. erfahrungsbezogen erworben werden. Studierende haben in der Regel in jedem Studienjahr eine Auswahl zwischen verschiedenen Durchführungen mit verschiedenen Exkursionszielen, über die Einzelheiten informiert Sie eine eigene kleine Broschüre.
Das Modul ist i.d.R. nicht im Zertifikatsprogramm belegbar.

VORAUSSETZUNGEN

Der Auslandsaufenthalt setzt eine Belastbarkeit voraus, ärztliche Fragen sollten vorher geklärt werden; auch die etwas längere Abwesenheit selbst ist mit dem Arbeitgeber zu klären, in den meisten Fällen sind Fremdsprachenkenntnisse erforderlich. Inhaltliche Voraussetzungen im engeren Sinn gibt es keine für dieses Modul.

- Hofstede, G./Hofstede, G.J./Minkov, M: Lokales Denken, globales Handeln. Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management, München: dtv-Verlag
- Kumbier, D./Schulz von Thun, F. (Hrsg.): Interkulturelle Kommunikation: Methoden, Modelle, Beispiele, Hamburg: Rowohlt Verlag
- Prahalad, C. K.: The Fortune at the Bottom of the Pyramid. Eradicating Poverty through Profits, New Jersey: Prentice Hall
- Schneider, S.C./Barsoux, J.-L.: Managing Across Cultures, Harlow: Prentice Hall
- Schroll-Machl, S.: Die Deutschen - Wir Deutsche. Fremdwahrnehmung und Selbstsicht im Berufsleben
- Thomas, A./Kammhuber, S./Schroll-Machl, S. (Hrsg.): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht
- Wild, J.J./Wild, K.L.: International Business. The Challenges of Globalization, Harlow: Pearson

-

- International Business. The New Realities, 2. Auflage 2012
- Clay Chandler / Adil Zainulbhai / Mc Kinsey & Company (Ed.): Reimagining India. Unlocking the potential of asia's next superpower, 2013
- John D. Daniels / Lee H. Radebaugh / Daniel Sullivan: International Business. Environments and Operations, 13. Auflage 2011
- Thomas L. Friedman: The World is Flat. A Brief History of the twenty-first century
- Charles W. L. Hill: International Business: Competing in the Global Marketplace. Global Edition, 2012
- Geert Hofstede / Gert Jan Hofstede: Lokales Denken, globales Handeln. Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management, 4. durchgesehene Auflage 2009
- Harald Hungenberg / Jürgen Meffert: Handbuch Strategisches Management, 2., überarbeitete und erweiterte Auflage 2005
- Dagmar Kumbier / Friedemann Schulz von Thun (Hg.): Interkulturelle Kommunikation: Methoden, Modelle, Beispiele, 4. Auflage 2013
- Alexander Osterwalder / Yves Pigneur: Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, 2011
- C. K. Prahalad: The Fortune at the Bottom of the Pyramid. Eradicating Poverty through Profits, 5. Auflage 2010
- Navi Radjou / Jaideep Prabhu / Simone Ahuja: Jugaad Innovation. Think frugal, be flexible, generate breakthrough growth, 2012
- Alan M. Rugman / Simon Collinson: International Business, 6. Auflage 2012
- Susan C. Schneider / Jean-Louis Barsoux: Managing Across Cultures, 2. Auflage 2003- Sylvia Schroll-Machl: Die Deutschen - Wir Deutsche. Fremdwahrnehmung und Selbstsicht im Berufsleben, 3. Auflage 2007
- Alexander Thomas / Stefan Kammhuber / Sylvia Schroll-Machl (Hrsg.): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation (2 Bd.), 2. Auflage 2007
- Fons Trompenaars / Charles Hampden-Turner: Riding the Waves of Culture. Understanding Diversity in Global Business. 3. Auflage 2012
- John J. Wild / Kenneth L. Wild: International Business. The Challenges of Globalization, 6. Auflage 2012

Exkursion China:

- S. Tamer Cavusgil / Gary Knight / John R. Riesenberger: International Business. The New Realities, 2. Auflage 2012
- Clay Chandler / Adil Zainulbhai / Mc Kinsey & Company (Ed.): Reimagining India. Unlocking the potential of asia's next superpower, 2013
- John D. Daniels / Lee H. Radebaugh / Daniel Sullivan: International Business. Environments and Operations, 13. Auflage 2011
- Thomas L. Friedman: The World is Flat. A Brief History of the twenty-first century
- Charles W. L. Hill: International Business: Competing in the Global Marketplace. Global Edition, 2012
- Geert Hofstede / Gert Jan Hofstede: Lokales Denken, globales Handeln. Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management, 4. durchgesehene Auflage 2009
- Harald Hungenberg / Jürgen Meffert: Handbuch Strategisches Management, 2., überarbeitete und erweiterte Auflage 2005
- Dagmar Kumbier / Friedemann Schulz von Thun (Hg.): Interkulturelle Kommunikation: Methoden, Modelle, Beispiele, 4. Auflage 2013
- Alexander Osterwalder / Yves Pigneur: Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, 2011
- C. K. Prahalad: The Fortune at the Bottom of the Pyramid. Eradicating Poverty through Profits, 5. Auflage 2010
- Navi Radjou / Jaideep Prabhu / Simone Ahuja: Jugaad Innovation. Think frugal, be flexible, generate breakthrough growth, 2012
- Alan M. Rugman / Simon Collinson: International Business, 6. Auflage 2012
- Susan C. Schneider / Jean-Louis Barsoux: Managing Across Cultures, 2. Auflage 2003
- Sylvia Schroll-Machl: Die Deutschen - Wir Deutsche. Fremdwahrnehmung und Selbstsicht im Berufsleben, 3. Auflage 2007
- Alexander Thomas / Stefan Kammhuber / Sylvia Schroll-Machl (Hrsg.): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation (2 Bd.), 2. Auflage 2007
- Fons Trompenaars / Charles Hampden-Turner: Riding the Waves of Culture. Understanding Diversity in Global Business. 3. Auflage 2012
- John J. Wild / Kenneth L. Wild: International Business. The Challenges of Globalization, 6. Auflage 2012

Exkursion Indien:

- S. Tamer Cavusgil / Gary Knight / John R. Riesenberger: International Business. The New Realities, 2. Auflage 2012
- Clay Chandler / Adil Zainulbhai / Mc Kinsey & Company (Ed.): Reimagining India. Unlocking the potential of asia's next superpower, 2013
- John D. Daniels / Lee H. Radebaugh / Daniel Sullivan: International Business. Environments and Operations, 13. Auflage 2011
- Thomas L. Friedman: The World is Flat. A Brief History of the twenty-first century
- Charles W. L. Hill: International Business: Competing in the Global Marketplace. Global Edition, 2012
- Geert Hofstede / Gert Jan Hofstede: Lokales Denken, globales Handeln. Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management, 4. durchgesehene Auflage 2009
- Harald Hungenberg / Jürgen Meffert: Handbuch Strategisches Management, 2., überarbeitete und erweiterte Auflage 2005
- Dagmar Kumbier / Friedemann Schulz von Thun (Hg.): Interkulturelle Kommunikation: Methoden, Modelle, Beispiele, 4. Auflage 2013
- Alexander Osterwalder / Yves Pigneur: Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, 2011
- C. K. Prahalad: The Fortune at the Bottom of the Pyramid. Eradicating Poverty through Profits, 5. Auflage 2010
- Navi Radjou / Jaideep Prabhu / Simone Ahuja: Jugaad Innovation. Think frugal, be flexible, generate breakthrough growth, 2012
- Alan M. Rugman / Simon Collinson: International Business, 6. Auflage 2012
- Susan C. Schneider / Jean-Louis Barsoux: Managing Across Cultures, 2. Auflage 2003
- Sylvia Schroll-Machl: Die Deutschen - Wir Deutsche. Fremdwahrnehmung und Selbstsicht im Berufsleben, 3. Auflage 2007
- Alexander Thomas / Stefan Kammhuber / Sylvia Schroll-Machl (Hrsg.): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation (2 Bd.), 2. Auflage 2007
- Fons Trompenaars / Charles Hampden-Turner: Riding the Waves of Culture. Understanding Diversity in Global Business. 3. Auflage 2012
- John J. Wild / Kenneth L. Wild: International Business. The Challenges of Globalization, 6. Auflage 2012

LITERATUR

International Business. The New Realities, 2. Auflage 2012- Clay Chandler / Adil Zainulbhai / Mc Kinsey & Company (Ed.): Reimagining India. Unlocking the potential of asia's next superpower, 2013- John D. Daniels / Lee H. Radebaugh / Daniel Sullivan: International Business. Environments and Operations, 13. Auflage 2011- Thomas L. Friedman: The World is Flat. A Brief History of the twenty-first century- Charles W. L. Hill: International Business: Competing in the Global Marketplace. Global Edition, 2012- Geert Hofstede / Gert Jan Hofstede: Lokales Denken, globales Handeln. Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management, 4. durchgesehene Auflage 2009- Harald Hungenberg / Jürgen Meffert: Handbuch Strategisches Management, 2., überarbeitete und erweiterte Auflage 2005- Dagmar Kumbier / Friedemann Schulz von Thun (Hg.): Interkulturelle Kommunikation: Methoden, Modelle, Beispiele, 4. Auflage 2013- Alexander Osterwalder / Yves Pigneur: Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, 2011- C. K. Prahalad: The Fortune at the Bottom of the Pyramid. Eradicating Poverty through Profits, 5. Auflage 2010- Navi Radjou / Jaideep Prabhu / Simone Ahuja: Jugaad Innovation. Think frugal, be flexible, generate breakthrough growth, 2012- Alan M. Rugman / Simon Collinson: International Business, 6. Auflage 2012- Susan C. Schneider / Jean-Louis Barsoux: Managing Across Cultures, 2. Auflage 2003- Sylvia Schroll-Machl: Die Deutschen - Wir Deutsche. Fremdwahrnehmung und Selbstsicht im Berufsleben, 3. Auflage 2007- Alexander Thomas / Stefan Kammhuber / Sylvia Schroll-Machl (Hrsg.): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation (2 Bd.), 2. Auflage 2007- Fons Trompenaars / Charles Hampden-Turner: Riding the Waves of Culture. Understanding Diversity in Global Business. 3. Auflage 2012- John J. Wild / Kenneth L. Wild: International Business. The Challenges of Globalization, 6. Auflage 2012

Fachübergreifende Kompetenzen (XMX0101)

Key Competences

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
XMX0101	-	1	Prof. Dr. Andreas Föhrenbach	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	48	87	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die Bedeutung von Fachübergreifenden Kompetenzen für Studium und Beruf. In den gewählten Seminarthemen können sie die jeweiligen Fachinhalte eigenständig und mit kritischem Verständnis anwenden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die Methoden und Techniken der gewählten Seminare situations- und identitätsangemessen in Studium und Beruf einsetzen. Sie sind in der Lage, in entsprechenden Situationen den Einsatz von Methoden der Kommunikation, der Führung und des Selbstmanagements zu planen und erfolgreich durchzuführen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind für ihre eigenen Stärken und Schwächen in Kommunikation, Führung und Selbstmanagement sensibilisiert und erkennen die Relevanz für aktuelle und zukünftige berufliche und private Herausforderungen. Aufgrund des interdisziplinären Seminarsettings lernen die Studierenden verschiedene Sichtweisen auf die Seminarthemen kennen, zu tolerieren und den eigenen Standpunkt zu reflektieren. Sie sind in der Lage, Kommunikations- und Konfliktfähigkeiten selbstständig weiter zu entwickeln.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden setzen sich mit ihrem eigenen Verhalten auseinander und reflektieren strukturelle und organisatorische Aspekte in ihrem beruflichen Umfeld. Sie sind in der Lage, einzeln oder im Team erfolgreich zu agieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Fachübergreifende Kompetenzen	48	87

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Auftakt- und Reflexions-Workshop (obligatorisch) Standortbestimmung zu Beginn • Zielsetzung des Studiums • Teambuilding • Reflexion des Studiums an Ende • Zielerreichung und Ausblick Fakten vermitteln und Beziehungen gestalten (Wahl) • Verhandlungstraining – Wettbewerb effektiv nutzen • Business Presentation and Negotiation • Das Südostasien Erfolgsseminar • Kraftvoll präsentieren und souverän auftreten • Erfolgreich moderieren • Konfliktmanagement • Gesprächsführung in anspruchsvollen Situationen Teams führen und Veränderungen gestalten (Wahl) • Schlüssel erfolgreicher Teamführung • Das eigene Führungsverständnis entwickeln • Diversity Leadership • Laterale Führung • Change Management Eigene Ressourcen einsetzen und Persönlichkeit entwickeln (Wahl) • Personal Leadership Development • Kompetenztraining Digitale Transformation • Stärken stärken • Erfolg beginnt im Kopf – was wir von Spitzensportlern lernen können		

BESONDERHEITEN

Im Auftakt-Workshop zu Beginn des Studiums werden die individuellen Fach- und Methodenkompetenzen und die Zielsetzung des Studiums erarbeitet. Im Reflexion-Workshop zu Ende des Studiums wird das Studium gesamthaft und die Zielerreichung reflektiert. Die Inhalte werden mittels interaktiven Methoden und in wechselnden Konstellationen (z.B. Plenum, Kleingruppen, Einzelarbeit) individuell aufgearbeitet.

In den Units „Fakten vermitteln und Beziehungen gestalten“, „Teams führen und Veränderungen gestalten“ und „Eigene Ressourcen einsetzen und Persönlichkeit entwickeln“ werden Seminare mit verschiedenen Aspekten zu den jeweiligen Bereichen zur Auswahl angeboten. Hier werden exemplarisch Seminartitel des Angebots genannt.
Aus den drei Unitbereichen wählen die Studierenden zwei Seminare aus. Die Theorieinhalte werden mittels interaktiven Methoden und in wechselnden Konstellationen (z.B. Plenum, Kleingruppen, Einzelarbeit) fallbezogen aufgearbeitet. Durch die fachbereichsübergreifende Zusammensetzung der Gruppen ergeben sich unterschiedliche Blickwinkel auf die Themen.
Die individuellen Seminare jedes*r Studierenden sollen entsprechend der vorhandenen Kompetenzen und beruflichen Erfordernisse ausgewählt werden. Dazu steht eine qualifizierte Beratung am DHBW CAS zur Verfügung. Es wird empfohlen die Seminare nicht zu Studienbeginn zu belegen und mit dem direkten Vorgesetzten im Unternehmen abzustimmen.
Die Umsetzung der Seminar- und Workshop-Inhalte in die Praxis wird von den Studierenden in einem Portfolio dokumentiert und reflektiert, zu dem sie sich bei Bedarf zusätzlich Feedback von Dozent*innen, Peers und/oder Ansprechpartner*innen aus dem beruflichen Umfeld einholen. Das Modul trägt damit signifikant zum Theorie-Praxis-Transfer bei, in dem die Theorieinhalte strukturiert in Bezug auf das eigene Berufsumfeld und das eigene Handeln reflektiert werden

Zusätzliche Seminare des Moduls können ohne Prüfung und ECTS-Vergabe nur von Studierenden und Alumni des DHBW CAS belegt werden. Die Buchung erfolgt in diesen Fällen über die Wissenschaftliche Weiterbildung (WWB), die Gebühren sind der jeweils gültigen Gebührensatzung Kontaktstudien und Zertifikatsprogramme der WWB zu entnehmen.

Das Modul oder Teile davon können nicht im Rahmen des Zertifikatsprogramms belegt werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

-