

Modulhandbuch

Business Management

Master of Art

THI Business School

Studien- und Prüfungsordnung: WS 26/27

Stand: Wintersemester 26/27

Inhalt

1	Modulübersicht (1. - 4. Semester)	3
2	Einführung	4
2.1	Zielsetzung	5
2.2	Zulassungsvoraussetzungen	6
2.3	Zielgruppe	7
2.4	Studienaufbau	8
2.5	Vorrückungsvoraussetzungen	9
2.6	Konzeption	10
3	Qualifikationsprofil	11
3.1	Leitbild der THI und Mission der Business School	12
3.2	Studienziele	13
3.2.1	Fachspezifische Kompetenzen des Studiengangs	13
3.2.2	Fachübergreifende Kompetenzen des Studiengangs	14
3.2.3	Prüfungskonzept des Studiengangs	15
3.2.4	Anwendungsbezug des Studiengangs	15
3.2.5	Beitrag einzelner Module zu den Studiengangzielen	17
3.3	Mögliche Berufsfelder	18
4	Duales Studium	19
5	Modulbeschreibungen	21
5.1	Finanzmanagement und Wertschöpfung	22
5.2	Nachhaltigkeit und Lieferketten	25
5.3	Wissenschaftliches Arbeiten und empirische Anwendung	28
5.4	Wirtschaftspolitik und Konjunktur	30
5.5	HR Management und Leadership	32
5.6	Praxisprojekt	35
5.7	Advanced Management Simulation	37
5.8	Compliance und Risikomanagement	39
5.9	Business Analytics und Künstliche Intelligenz	42
5.10	Verhaltensökonomie	45
5.11	Gesundheitsorientierte Führung	47
5.12	Managemententscheidungen: Unternehmensführung und Controlling	49
5.13	Wirtschafts- und Organisationspsychologie	51
5.14	Strategisches & Operatives HR Management	53
5.15	Wirtschafts- und Arbeitsrecht	56
5.16	Master Thesis	58

1 Modulübersicht (1. - 4. Semester)

Start im Wintersemester:

Curriculum Business Management		1. Semester		2. Semester		3. Semester		4. Semester	
SPO Nr.	Module	SWS*	ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS
1	Finanzmanagement und Wertschöpfung	4	5						
2	Nachhaltigkeit und Lieferketten	4	5						
3	Wissenschaftliches Arbeiten und empirische Anwendung	4	5						
4	Wirtschaftspolitik und Konjunktur			4	5				
5	HR Management und Leadership			4	5				
6	Praxisprojekt			4	5				
7	Advanced Management Simulation			4	5				
8	Compliance und Risikomanagement					4	5		
9	Business Analytics und Künstliche Intelligenz					4	5		
10	Profilbildende Wahlpflichtmodule	4	5	4	5	2x4	2x5		
11	Master Thesis								25
11.1	Master Thesis								
11.2	Master Thesis Kolloquium								
Total		16	20	20	25	16	20		25

Das Studienprogramm umfasst einen Workload entsprechend 90 ECTS. Weitere Einzelheiten sind der Studien- und Prüfungsordnung zu entnehmen.

*Semesterwochenstunden

Studiengangleiter:

Name: Professor Dr. Michael Jünger

E-Mail: michael.juenger@thi.de

Raum: Gebäude F, 214

Studiengangbetreuung:

Name: Katalin Vati-Hajdu, MBA

E-Mail: katalin.vati-hajdu@thi.de

Raum: Gebäude A, 236

2 Einführung

Der Masterstudiengang Business Management an der THI Business School baut auf wirtschaftswissenschaftlichen oder verwandten Bachelorstudiengängen auf und richtet sich an Absolventinnen und Absolventen, die ihre Managementkompetenzen gezielt vertiefen und gleichzeitig praxisnahe Erfahrungen sammeln möchten. Der Studiengang zeichnet sich durch eine flexible Studienstruktur aus, die es ermöglicht, Studium und berufliche Tätigkeit optimal miteinander zu verbinden. Durch die Verteilung der Lehrveranstaltungen auf vier Semester mit reduziertem Wochenumfang bleibt ausreichend Raum für praktische Tätigkeiten, etwa in Form einer Tätigkeit als Werkstudentin bzw. Werksstudent oder einer beruflichen Anstellung. Alternativ kann das Studium bei entsprechender Planung auch in einer verkürzten Studiendauer absolviert werden.

Inhaltlich vermittelt der Studiengang fundiertes und zukunftsorientiertes Wissen in zentralen Bereichen des modernen Managements. Dazu zählen unter anderem Human Resource Management, Leadership, nachhaltige Lieferketten, Risikomanagement sowie der Einsatz Künstlicher Intelligenz zur Unterstützung datenbasierter Entscheidungsprozesse. Ergänzend eröffnet eine breite Auswahl an Wahlpflichtmodulen vielfältige Möglichkeiten zur individuellen Profilbildung. Studierende können ihre persönlichen Interessen gezielt verfolgen und ihr Kompetenzprofil entsprechend ausrichten. Gleichzeitig ermöglicht diese flexible Profilbildung, aktuelle Anforderungen und Entwicklungen des Arbeitsmarktes gezielt aufzugreifen und in die eigene Qualifikation zu integrieren. Der Studiengang verbindet betriebswirtschaftliche, psychologische und technologische Perspektiven und trägt damit den Anforderungen einer zunehmend dynamischen und digitalisierten Wirtschaft Rechnung. Durch diese interdisziplinäre Ausrichtung sowie die Option, Lehrveranstaltungen teilweise in englischer Sprache zu absolvieren, werden Studierende auf Tätigkeiten in nationalen und internationalen Kontexten vorbereitet.

2.1 Zielsetzung

Ziel des Masterstudiengangs Business Management ist es, Studierende auf anspruchsvolle Fach- und Führungsaufgaben in einem sich stetig wandelnden wirtschaftlichen Umfeld vorzubereiten. Absolventinnen und Absolventen erwerben vertiefte betriebswirtschaftliche Fachkenntnisse sowie analytische und methodische Kompetenzen, die sie dazu befähigen, komplexe Managemententscheidungen fundiert zu treffen und strategische Herausforderungen erfolgreich zu bewältigen. Dabei werden sowohl klassische Managementansätze als auch innovative Themen wie datengetriebene und KI-gestützte Entscheidungsfindung berücksichtigt.

Ein zentrales Anliegen des Studiengangs ist die individuelle Profilbildung. Durch die flexible Gestaltung des Curriculums entwickeln Studierende ein Kompetenzprofil, das sowohl ihren persönlichen Interessen als auch den Anforderungen eines sich wandelnden Arbeitsmarktes entspricht. Sie werden in die Lage versetzt, aktuelle Trends und Entwicklungen - etwa im Bereich Digitalisierung, Nachhaltigkeit oder datenbasierter Entscheidungsprozesse - gezielt in ihre Qualifikation zu integrieren und sich dadurch strategisch im Arbeitsmarkt zu positionieren.

Durch die enge Verzahnung von Theorie und Praxis sowie die Möglichkeit, das Studium mit beruflicher Tätigkeit zu kombinieren, werden Studierende dazu befähigt, ihr Wissen unmittelbar anzuwenden und praktische Erfahrungen systematisch zu reflektieren. Absolventinnen und Absolventen sind damit in der Lage, verantwortungsvolle Positionen in unterschiedlichen beruflichen Wirkungsfeldern zu übernehmen und aktiv zur Gestaltung zukunftsfähiger Geschäftsmodelle und organisatorischer Entwicklungen beizutragen.

2.2 Zulassungsvoraussetzungen

Als allgemeine Zulassungsvoraussetzung für den Masterstudiengang Business Management gilt der erfolgreiche Abschluss eines Studiums an einer deutschen Hochschule mit mindestens 210 ECTS-Leistungspunkten oder äquivalentem Studienumfang im Bereich Wirtschaftswissenschaften oder artverwandten Bereichen oder ein gleichwertiger erfolgreicher in- oder ausländischer Abschluss.

Des Weiteren sind ausreichende Kenntnisse der deutschen Sprache (Sprachniveau B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens) nachzuweisen, falls der Bachelorabschluss außerhalb Deutschlands erworben wurde.

Bei Bewerbern, die ein abgeschlossenes Hochschulstudium bzw. einen gleichwertigen Abschluss nachweisen, für das weniger als 210, jedoch mindestens 180 ECTS-Punkte vergeben wurden, werden zugelassen, wenn die übrigen, erforderlichen Voraussetzungen erfüllt sind und mit dem Antrag auf Zulassung die fehlenden Kompetenzen nachgewiesen werden.

Detaillierte Informationen für den Masterstudiengang Business Management sind auf der [Internetseite des Studiengangs](#) einsehbar.

Die allgemeinen Zulassungsvoraussetzungen für ein Masterstudium an der THI finden sich auch unter: <https://www.thi.de/studium/studienbewerbung/masterbewerbung>.

2.3 Zielgruppe

Der Masterstudiengang Business Management adressiert unterschiedliche Zielgruppen, die sich insbesondere durch ihre angestrebte individuelle Profilbildung auf Basis von Wahlpflichtfächern sowie die damit verbundenen beruflichen Zielsetzungen unterscheiden.

In der Zielgruppe 1 (Profilbildung im Bereich Human Resource Management und Psychologie) steht die Gestaltung von Organisationen aus einer personal- und verhaltensorientierten Perspektive im Mittelpunkt. Das Interesse richtet sich insbesondere auf personalwirtschaftliche Fragestellungen der Führung, Motivation, Organisationskultur sowie auf die Entwicklung von Mitarbeitenden und Organisationen in Veränderungsprozessen.

Die Zielgruppe 2 (Profilbildung in Unternehmensführung) ist durch eine strategisch ausgerichtete Managementperspektive geprägt. Im Fokus stehen die ganzheitliche Steuerung von Organisationen, die Entwicklung und Umsetzung von Strategien und Geschäftsmodellen sowie die Übernahme von Führungsverantwortung in komplexen und dynamischen Umfeldern.

Mit der Zielgruppe 3 (Profilbildung Nachhaltiges Supply Chain Management) wird eine Ausrichtung adressiert, die auf die integrierte Gestaltung und Steuerung von Wertschöpfungs- und Lieferketten abzielt. Im Vordergrund stehen die Verzahnung von operativen Prozessen, nachhaltigen Anforderungen und globalen Beschaffungs- und Distributionsstrukturen sowie die Weiterentwicklung effizienter und resilienter Supply Chains.

Die Zielgruppe 4 (allgemeine Profilbildung) verfolgt eine breite betriebswirtschaftliche Qualifikation ohne enge Spezialisierung („General Management“). Durch die Kombination unterschiedlicher Themenfelder entsteht ein interdisziplinäres Kompetenzprofil, das eine hohe Flexibilität im Hinblick auf verschiedene berufliche Einsatzfelder ermöglicht.

Die Kombination aus fundierten Managementkenntnissen, analytischen Fähigkeiten und individueller Profilbildung eröffnet Absolventinnen und Absolventen vielfältige berufliche Perspektiven in unterschiedlichen Managementfunktionen. Sie sind in der Lage, verantwortungsvolle Fach- und Führungsaufgaben zu übernehmen, komplexe betriebliche Fragestellungen zu analysieren sowie nachhaltige und zukunftsorientierte Lösungen zu entwickeln und umzusetzen. Dabei können sie sich gezielt an den Anforderungen und Entwicklungen des Arbeitsmarktes orientieren und individuelle Karrierewege gestalten.

2.4 Studienaufbau

Das Curriculum des Studiengangs besteht aus insgesamt dreizehn Pflicht- bzw. Wahlpflichtmodulen sowie der Masterarbeit. Die Masterarbeit ist die wissenschaftliche Abschlussarbeit des Studiengangs. Mit ihr weisen die Studierenden ihre Fähigkeit nach, die im Studium erworbenen Kenntnisse in einer selbständigen wissenschaftlichen Arbeit auf komplexe Aufgabenstellungen der Praxis anzuwenden. Das Thema der Masterarbeit wird frühestens zu Beginn des dritten Studienseesters ausgegeben. Die Ausgabe des Themas der Masterarbeit setzt voraus, dass mindestens Studien- und Prüfungsleistungen im Umfang von 30 ECTS erfolgreich abgelegt wurden. Die Bearbeitungszeit der Masterarbeit beträgt sechs Monate.

Das folgende Schaubild bildet den Studienverlauf grafisch ab. Details sind in der Anlage zur gültigen Studien- und Prüfungsordnung festgelegt. Diese finden Sie [hier](#).

1. Semester				
Wahlpflichtmodul 1	Nachhaltigkeit und Lieferketten	Wissenschaftliches Arbeiten und empirische Anwendung	Finanzmanagement und Wertschöpfung	
2. Semester				
Wahlpflichtmodul 2	HR Management und Leadership	Advanced Management Simulation	Wirtschaftspolitik und Konjunktur	Praxisprojekt
3. Semester				
Wahlpflichtmodul 3	Wahlpflichtmodul 4	Business Analytics und KI	Compliance und Risikomanagement	
4. Semester				
Masterarbeit				

Abbildung 1: Curriculum zum Masterstudiengang Business Management (M.A.)

2.5 Vorrückungsvoraussetzungen

Die Studien- und Prüfungsordnung für den Studiengang Business Management, gültig für Studierende mit Studienbeginn ab WS 2026/27 (SPO) in Verbindung mit der Allgemeinen Prüfungsordnung der Technischen Hochschule Ingolstadt (APO), beinhaltet lediglich eine Vorrückungsvoraussetzung, die sich auf die Masterarbeit bezieht:

(§8) (2) ¹Das Thema der Masterarbeit wird frühestens zu Beginn des dritten Studienseesters ausgegeben. ²Die Ausgabe des Themas der Masterarbeit setzt voraus, dass mindestens Studien- und Prüfungsleistungen im Umfang von 30 ECTS erfolgreich abgelegt wurden.

Die Studien- und Prüfungsordnung finden Sie unter diesem [Link](#), die Allgemeine Prüfungsordnung [hier](#).

2.6 Konzeption

Der Masterstudiengang Business Management wurde von Vertreterinnen und Vertretern der THI Business School unter Einbeziehung externer Expertinnen und Experten aus Wirtschaft, Forschung und Lehre konzipiert. Ziel ist ein flexibles und zugleich wissenschaftlich fundiertes Studienangebot, das aktuelle Anforderungen und Entwicklungen im Management berücksichtigt.

Das Curriculum gliedert sich in Pflichtmodule und Wahlpflichtmodule. Die Pflichtmodule dienen der Vertiefung betriebswirtschaftlicher Managementkompetenzen sowie analytischer und methodischer Fähigkeiten. Die Wahlpflichtmodule ermöglichen eine individuelle Profilbildung, durch die Studierende ihre fachlichen Interessen und beruflichen Zielsetzungen gezielt verfolgen und an aktuellen Anforderungen des Arbeitsmarktes ausrichten können. Ergänzend erwerben die Studierenden im Rahmen eines Praxisprojekts die Fähigkeit, theoretische Inhalte auf konkrete betriebliche Fragestellungen anzuwenden und praxisorientierte Lösungen zu entwickeln.

Den wissenschaftlichen Abschluss des Studiums bildet die Masterarbeit, in der die Studierenden nachweisen, dass sie eine komplexe Fragestellung selbstständig nach wissenschaftlichen Methoden bearbeiten können.

Das Studienkonzept mit Studien- und Prüfungsordnung wurde den Gremien der THI (Fakultätsrat, Senat, Hochschulrat) vorgelegt und durch diese freigegeben. Zur Sicherstellung der fachlichen Qualität wird der Studiengang durch einen Fachbeirat begleitet, der im Rahmen des Systemakkreditierungskonzepts der THI eingesetzt wird.

3 **Qualifikationsprofil**

3.1 Leitbild der THI und Mission der Business School

Im Leitbild der Lehre der Technischen Hochschule Ingolstadt ist die Ausbildung von „Persönlichkeiten für eine lebenswerte Zukunft“ verankert. Die THI Business School hat sich folgende Mission für Lehre und Forschung gegeben: „We develop personalities with responsible and innovative mindsets and comprehensive skills in general management for success in a globalized economy“.

Die Absolventinnen und Absolventen des Masterstudiengangs Business Management sind verantwortungsbewusste und innovative Persönlichkeiten. Sie sind für Managementaufgaben in einem dynamischen und zunehmend globalisierten wirtschaftlichen Umfeld fachlich hochqualifiziert und überzeugen durch ihre analytischen, methodischen und sozialen Kompetenzen. Sie sind sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und auf die Herausforderungen der Zukunft vorbereitet. Nachfolgend ist dargestellt, wie der Studiengang Business Management die fünf Aspekte des Leitbilds der Lehre verwirklicht.

1. Wir bereiten unsere Studierenden auf die Herausforderungen der Zukunft vor

- Förderung von Innovationsfähigkeit und unternehmerischem Denken.
- Befähigung zur Gestaltung von Transformationsprozessen im Kontext von Digitalisierung und Nachhaltigkeit.
- Sensibilisierung für verantwortungsbewusstes und nachhaltiges Handeln.

2. Wir befähigen unsere Studierenden, Problemlösungen auf der Basis wissenschaftlicher Erkenntnisse zu erarbeiten

- Entwicklung analytischer und methodischer Kompetenzen zur Bearbeitung komplexer Fragestellungen.
- Anwendung wissenschaftlicher Methoden in projektorientierten und praxisnahen Kontexten.

3. Wir eröffnen unseren Studierenden herausragende regionale und internationale Perspektiven

- Vorbereitung auf Tätigkeiten in nationalen und internationalen Kontexten.
- Optionale englischsprachige Studienangebote fördern die Fremdsprachenkompetenz.
- Zahlreiche Kooperationen der THI mit Unternehmen der Region ermöglichen den Studierenden Praxiserfahrung und einen Einblick in die Arbeitswelt.

4. Wir lehren und lernen im persönlichen Austausch

- Seminaristische Lehrformate fördern den intensiven Austausch zwischen Lehrenden und Studierenden.
- Ergänzung der Präsenzlehre durch digitale Lehr- und Lernangebote.

5. Wir helfen unseren Studierenden, ihr individuelles Potenzial zu entdecken und auszuschöpfen

- Unterstützung der individuellen Profilbildung und persönlichen Entwicklung.
- Stärkung von Selbst-, Sozial- und Führungskompetenzen in einem wertschätzenden Umfeld.

3.2 Studienziele

Im Rahmen unseres Leitbilds, Persönlichkeiten mit einer verantwortungsbewussten und innovativen Denkweise sowie umfassenden Kompetenzen im Bereich General Management für den Erfolg in einer globalisierten Wirtschaft auszubilden, wurden allgemeine Kompetenz- und Lernziele definiert, die für alle Masterstudiengänge der THI Business School gelten. Dieser Ansatz stellt sicher, dass alle Studierenden sowohl übergreifende betriebswirtschaftliche Kompetenzen als auch spezifische Fähigkeiten einer Business School erwerben.

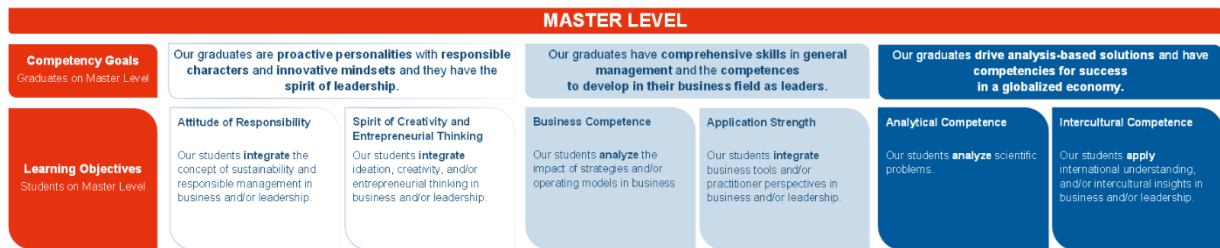


Abbildung 2: Auf die Mission ausgerichtete Kompetenzziele und Lernziele für den Studiengang „Business Management (M.A.)“

Die fachspezifischen und fachübergreifenden Kompetenzziele sind in Abschnitt 3.2.1 und 3.2.2 dargestellt.

3.2.1 Fachspezifische Kompetenzen des Studiengangs

Mit der zunehmenden Dynamik wirtschaftlicher Rahmenbedingungen, insbesondere durch Digitalisierung, Globalisierung und nachhaltige Transformation, verändern sich die Anforderungen an Fach- und Führungskräfte im Management grundlegend. Unternehmen und Organisationen sind gefordert, komplexe Zusammenhänge zu analysieren, strategische Entscheidungen datenbasiert zu treffen und gleichzeitig nachhaltige sowie organisatorische Veränderungen aktiv zu gestalten.

Der Masterstudiengang Business Management vermittelt hierzu vertiefte fachspezifische Kompetenzen, die auf die Anforderungen eines dynamischen und zunehmend globalisierten wirtschaftlichen Umfelds ausgerichtet sind. Diese umfassen insbesondere:

- **Management- und Strategiekompetenz:** Analyse, Entwicklung und Umsetzung von Unternehmensstrategien sowie Gestaltung wettbewerbsfähiger Geschäftsmodelle.
- **Datenbasierte Entscheidungsfindung:** Anwendung analytischer Methoden und digitaler Technologien zur fundierten Bewertung komplexer betrieblicher Fragestellungen.
- **Nachhaltigkeits- und Verantwortungskompetenz:** Integration ökologischer, sozialer und ökonomischer Aspekte in unternehmerische Entscheidungen.
- **Operations- und Supply-Chain-Kompetenz:** Gestaltung, Steuerung und Weiterentwicklung effizienter und nachhaltiger Wertschöpfungs- und Lieferketten.

- **Führungs- und Organisationskompetenz:** Entwicklung und Steuerung von Organisationen, Führung von Mitarbeitenden sowie Gestaltung von Veränderungsprozessen.
- **Innovations- und unternehmerische Kompetenz:** Entwicklung neuer Geschäftsideen und Förderung innovativer Lösungsansätze.
- **Ethik- und Governance-Kompetenz:** Verständnis für verantwortungsbewusstes Management und die Bedeutung von Corporate Governance und Compliance.

Diese Kompetenzen werden im Curriculum durch zentrale Themenfelder wie beispielsweise Unternehmensführung und Managemententscheidungen, Business Analytics, nachhaltige Lieferketten und Wertschöpfung, HR Management und Leadership sowie Compliance.

Ergänzend erwerben die Studierenden im Rahmen praxisorientierter Lehrformate die Fähigkeit, komplexe betriebliche Fragestellungen eigenständig zu bearbeiten. In Projektarbeit und Fallstudien entwickeln sie in Teams fundierte Lösungsansätze und wenden die erlernten Methoden in der Praxis und realitätsnahen Kontexten an. Die Teams werden dabei durch fachliches Coaching begleitet.

3.2.2 Fachübergreifende Kompetenzen des Studiengangs

Neben den fachspezifischen Kompetenzen vermittelt der Studiengang zentrale fachübergreifende Kompetenzen, die für eine erfolgreiche Tätigkeit in Managementfunktionen von besonderer Bedeutung sind.

- **Methodenkompetenzen:**
Die Studierenden erwerben vertiefte analytische und methodische Fähigkeiten zur strukturierten Bearbeitung komplexer Problemstellungen. Durch die Kombination aus Pflicht- und Wahlpflichtmodulen sowie projektorientierten Lehrformaten werden sie befähigt, wissenschaftliche Methoden in praxisnahen Kontexten anzuwenden und eigenständig fundierte Entscheidungen zu treffen. Die Masterarbeit bildet den wissenschaftlichen Abschluss des Studiums und dient dem Nachweis der Fähigkeit, komplexe Fragestellungen eigenständig und methodisch fundiert zu bearbeiten.
- **Sozialkompetenzen:**
Durch Gruppenarbeiten, Fallstudien und Projektarbeit entwickeln die Studierenden ihre Team- und Kommunikationsfähigkeit sowie ihre Fähigkeit zur Zusammenarbeit in interdisziplinären und internationalen Kontexten weiter. Sie lernen, Verantwortung in Teams zu übernehmen, unterschiedliche Perspektiven zu integrieren und komplexe Sachverhalte zielgerichtet zu kommunizieren.
- **Selbstkompetenzen:**
Die Absolventinnen und Absolventen entwickeln die Fähigkeit zu eigenständigem, reflektiertem und verantwortungsbewusstem Handeln. Sie sind in der Lage, ihr eigenes Kompetenz-

profil im Sinne lebenslangen Lernens weiterzuentwickeln und sich flexibel an sich verändernde Anforderungen des Arbeitsmarktes anzupassen. Dadurch qualifizieren sie sich für anspruchsvolle Fach- und Führungsaufgaben in unterschiedlichen Managementkontexten.

3.2.3 Prüfungskonzept des Studiengangs

Die Module, ihre Stundenzahlen, die Art der Lehrveranstaltungen, die Prüfungen, die studienbegleitenden Leistungsnachweise sowie weitere Bestimmungen hierzu sind in der Anlage 1 der zugehörigen Studien- und Prüfungsordnung (SPO) festgelegt.

Für bestandene Prüfungen und studienbegleitende Leistungsnachweise werden pro Modul Leistungspunkte gemäß dem European Credit Transfer System (ECTS) vergeben. Pro Studienjahr werden in der Regel maximal 60 Leistungspunkte vergeben. Dabei entspricht ein Leistungspunkt einer Studienbelastung von 25 Zeitstunden, die sich aus Präsenzveranstaltungen und Fernlernphasen zusammensetzen. Die Anzahl der Leistungspunkte ergibt sich aus Anlage 1 zu der SPO.

Ausgewählte Module einschließlich Prüfungen werden nach näherer Bestimmung in diesem Modulhandbuch in deutscher bzw. englischer Sprache durchgeführt.

Alle Module sind entweder Pflicht- oder Wahlpflichtmodule:

1. Pflichtmodule sind die Module des Studiengangs, die für alle Studierenden verbindlich sind.
2. Wahlpflichtmodule sind die Module des Studiengangs, die einzeln oder in Gruppen alternativ angeboten werden. Jeder Studierende muss unter ihnen nach Maßgabe der SPO eine bestimmte Auswahl treffen. Die gewählten Module werden wie Pflichtmodule behandelt.

Die Module weisen eine Mischung aus unterschiedlichen Prüfungsformen auf, um die unterschiedlichen vermittelten Kompetenzen passgenau evaluieren zu können. Auch diese werden in [Anlage 1 der SPO](#) ausgewiesen.

In der Masterarbeit sollen die Studierenden ihre Fähigkeit nachweisen, die im Studium erworbenen Kenntnisse in einer selbständigen wissenschaftlichen Arbeit auf komplexe Aufgabenstellungen der Praxis anzuwenden. Das Thema der Masterarbeit wird frühestens zu Beginn des dritten Studienseesters ausgegeben. Die Ausgabe des Themas der Masterarbeit setzt voraus, dass mindestens Studien- und Prüfungsleistungen im Umfang von 30 ECTS erfolgreich abgelegt wurden. Die Bearbeitungszeit der Masterarbeit beträgt sechs Monate. Es ist ein Kolloquium als Fachvortrag und Diskussion in Bezug auf die wissenschaftlichen Ergebnisse der Master Thesis abzuleisten, das mit 1:4 in die Note der Masterarbeit eingeht. Die Note der Masterarbeit wiederum umfasst ca. 30% der Gesamtnote im Studium.

3.2.4 Anwendungsbezug des Studiengangs

Der Masterstudiengang Business Management bereitet die Studierenden gezielt auf die Übernahme anspruchsvoller Fach- und Führungsaufgaben in einem dynamischen und zunehmend komplexen wirtschaftlichen Umfeld vor. Durch die Verbindung von wissenschaftlich fundierten Inhalten mit praxisorientierten Lehrformaten erwerben die Studierenden die Fähigkeit, betriebliche Fragestellungen

systematisch zu analysieren und fundierte Entscheidungen in realen Anwendungskontexten zu treffen.

Der Anwendungsbezug des Studiengangs zeigt sich insbesondere in folgenden Aspekten:

- **Praxisorientierte Problemlösung:** Studierende bearbeiten im Rahmen von Projektarbeit und Fallstudien reale oder realitätsnahe betriebliche Fragestellungen und entwickeln eigenständig Lösungsansätze, die sich an aktuellen Herausforderungen von Unternehmen und Organisationen orientieren.
- **Strategische und operative Managementkompetenz:** Die vermittelten Inhalte befähigen dazu, strategische Entscheidungen vorzubereiten und umzusetzen sowie operative Prozesse in unterschiedlichen Managementbereichen effektiv zu gestalten und weiterzuentwickeln.
- **Datenbasierte Entscheidungsfindung:** Durch den Einsatz analytischer Methoden und digitaler Werkzeuge werden Studierende darauf vorbereitet, komplexe Entscheidungen auf Basis von Daten zu treffen und betriebliche Steuerungsprozesse zu optimieren.
- **Integration von Nachhaltigkeit und Verantwortung:** Studierende lernen, ökologische, soziale und ökonomische Aspekte in Managemententscheidungen einzubeziehen und nachhaltige Lösungsansätze zu entwickeln.
- **Anwendung in internationalen und interdisziplinären Kontexten:** Die Studierenden werden befähigt, in unterschiedlichen organisatorischen und kulturellen Kontexten zu agieren sowie komplexe Aufgabenstellungen im Team zu bearbeiten.

Durch die enge Verzahnung von Theorie und Praxis sowie die Möglichkeit, studienbegleitend praktische Erfahrungen zu sammeln, wird ein kontinuierlicher Transfer der erworbenen Kompetenzen in die berufliche Praxis gewährleistet. Die Absolventinnen und Absolventen sind dadurch in der Lage, Managementaufgaben unmittelbar zu übernehmen und aktiv zur Weiterentwicklung von Organisationen beizutragen.

3.2.5 Beitrag einzelner Module zu den Studiengangzielen

Gemäß unserem Assurance of Learning Konzept (AoL) wurde für den Studiengang im Curriculum Mapping der Zusammenhang zwischen dem Mission Statement der THI Business School, den Studiengangzielen und den einzelnen Modulen hergestellt, die der nachstehenden Grafik zu entnehmen ist.

Mission		We develop personalities with responsible and innovative mindsets and comprehensive skills in general management for success in a globalized economy.					
Competency Goals <i>Graduates on Master Level</i>		Our graduates are proactive personalities with responsible characters and innovative mindsets and have the spirit of leadership.		Our graduates have comprehensive skills in general management and the competences to develop their business fields as leaders.		Our graduates drive analysis-based solutions and have competencies for success in a globalized economy.	
Learning Objectives <i>Students on Master Level</i>		Attitude of Responsibility Our students integrate the concept of sustainability and responsible management in business and/or leadership.	Spirit of Creativity and Entrepreneurial Thinking Our students integrate idea, creativity, and/or entrepreneurial thinking in business and/or leadership	Business Competence Our students analyse the impact of strategies and/or operating models in business.	Application Strength Our students integrate business tools and/or practitioner perspectives in business and/or leadership.	Analytical Competence Our students analyze scientific problems.	Intercultural Competence Our students apply international understanding, and/or intercultural insights in business and/or leadership
1	Finanzmanagement und Wertschöpfung						
2	Nachhaltigkeit und Lieferketten						
3	Wissenschaftliches Arbeiten und empirische Anwendung						
4	Wirtschaftspolitik und Konjunktur						
5	HR Management und Leadership						
6	Praxisprojekt1)						
7	Advanced Management Simulation1)						
8	Compliance und Risikomanagement						
9	Business Analytics und Künstliche Intelligenz						
10	Wahlpflichtmodule 1-4						
11	Masterarbeit						
11.1	Masterarbeit	Related to the topic of the individual master thesis	Related to the topic of the individual master thesis	Related to the topic of the individual master thesis	Objective emphasized	Related to the topic of the individual master thesis	Related to the topic of the individual master thesis
12.2	Kolloquium	Related to the topic of the individual master thesis	Related to the topic of the individual master thesis	Related to the topic of the individual master thesis	Objective emphasized	Related to the topic of the individual master thesis	Related to the topic of the individual master thesis
Legend		Objective addressed basically	Objective emphasized	Course embedded AoL Measure			

3.3 Mögliche Berufsfelder

Die im Masterstudiengang Business Management erworbenen Kenntnisse befähigen die Absolventinnen und Absolventen dazu, komplexe betriebliche Fragestellungen zu analysieren, fundierte strategische und operative Entscheidungen zu treffen sowie Organisationen und Geschäftsmodelle zielgerichtet zu gestalten und weiterzuentwickeln. Sie sind in der Lage, Managementaufgaben in unterschiedlichen Funktionsbereichen zu übernehmen und dabei analytische, datenbasierte und konzeptionelle Ansätze effektiv einzusetzen.

Der Studiengang qualifiziert insbesondere für folgende Tätigkeiten:

- **Human Ressource Management und Personalentwicklung:** Rekrutierung, Talentmanagement, Organisationskultur und Change Management.
- **Unternehmensführung und Organisationsentwicklung:** Strategische Planung, Unternehmenssteuerung, Innovations- und Veränderungsmanagement.
- **Beratung (Management Consulting, Business Advisory):** Analyse komplexer Geschäftsprozesse, Entwicklung von Lösungsstrategien und Umsetzung von Verbesserungen.
- **Business Empowerment durch Reporting und Business Analytics:** Datengetriebene Entscheidungsfindung, KPI-Management und Performance-Optimierung.
- **Projektmanagement und Teamleitung:** Planung, Steuerung und Leitung von Projekten, Ressourcenmanagement, Teamkoordination.
- **Supply Chain Management und Operations:** Optimierung von Lieferketten, Logistikmanagement und Prozessverbesserung.
- **Finanz- und Controllingfunktionen:** Finanzplanung, Budgetierung, Risikomanagement und Controlling.
- **Entrepreneurship & Business Development:** Identifikation neuer Geschäftsmöglichkeiten, Entwicklung von Geschäftsmodellen, Innovationsmanagement.

4 Duales Studium

Das Studium kann auch in dualer Form absolviert werden. Im Rahmen der Masterprogramme werden lediglich Master mit vertiefter Praxis angeboten. Das duale Masterstudium dauert eineinhalb bis zwei Jahre (drei bis vier Semester) in Vollzeit und ist praxisintegrierend organisiert. Während des dualen Masterstudiums verbringen die Studierenden mindestens 34 Wochen bzw. 8,5 Monate (zählbar inkl. Masterarbeit) im Unternehmen.

Weitere Informationen zum Ablauf und der Bewerbung finden sich hier:

<https://www.thi.de/studium/studienangebote/duales-studium/master-dual/>

Entsprechend dem übergreifenden Konzept der THI zur Gestaltung des Dualen Studiums erfolgt die Verzahnung der Lernorte Hochschule und Betrieb anhand von drei grundlegenden Aspekten (rechtliche/vertragliche Verzahnung, organisatorische Verzahnung, inhaltliche Verzahnung).

1. Rechtliche Verzahnung:

Den Besonderheiten des Dualen Studiums wurden in §17 (3) und §18 (5) der APO sowie §8b der Immatrikulationssatzung der THI Rechnung getragen. Entsprechend ist:

- bei der Immatrikulation an der THI der Ausbildungsvertrag (Verbundstudium) oder Bildungsvertrag (vertiefte Praxis) mit dem Dual-Unternehmen spätestens bis Ende des 1. Fachsemesters vorzulegen.
- das Praxissemester im jeweiligen Praxis-Unternehmen abzuleisten
- die Abschlussarbeit in Kooperation mit dem Praxispartner unter wissenschaftlicher Leitung der Hochschule zu erstellen, wobei mindestens einmal ein wissenschaftlicher Austausch zwischen Betreuer der Hochschule und Unternehmen stattfindet. Die wesentlichen Ergebnisse der Arbeit sind dem Praxispartner und dem betreuenden Professor durch den Dual Studierenden zu präsentieren.

2. Organisatorische Verzahnung:

Die organisatorische Verzahnung wird durch regelmäßige Kontakte zwischen den Dual Studierenden, den Dual Studierenden und der THI sowie der THI und den dualen Praxispartner sichergestellt. Institutionalisiert sind folgende Kontaktpunkte:

- Informationstreffen im 1. Semester für alle Dual Studierenden durch den Studiendekan
- Treffen aller Dual Studierenden im Studiengang einmal jährlich organisiert durch den Studiengangleiter
- Symposium für Dual Unternehmen einmal jährlich organisiert durch den Career Service der THI („Forum Dual“)

3. Inhaltliche Verzahnung

Durch die inhaltliche Verzahnung soll sichergestellt werden, dass die Inhalte des Studiums im Unternehmen anwendbar sind und die praktische Tätigkeit andererseits im Studium reflektiert wird.

Im Studiengang Business Management (M.A.) erfolgt die inhaltliche Verzahnung schwerpunktmäßig durch die Masterarbeit im Umfang von 30 ECTS. Diese ist gemäß §18 (5) zwingend im Partnerunternehmen abzuleisten, wobei ein wissenschaftlicher Austausch zwischen Hochschule und Unternehmen gewährleistet wird. Ebenso sind die Ergebnisse der Arbeit vor dem Betreuer der Hochschule sowie dem Dualpartner zu präsentieren.

5 Modulbeschreibungen

Die folgenden Modulbeschreibungen werden in der jeweiligen Unterrichtssprache angezeigt, d.h. englischsprachige Module sind komplett in Englisch dargestellt, deutsche Module komplett in Deutsch.

5.1 Finanzmanagement und Wertschöpfung			
Modulkürzel	BUM_FinWert	SPO-Nr.	1
Zuordnung zum Curriculum	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Studiensemester
	Business Management (SPO WS 26/27)	Pflichtfach	1
Modulhäufigkeit	Wintersemester	Moduldauer	1 Semester
Modulverantwortliche(r)	Rauscher, Alois		
Dozent(in)	Rauscher, Alois		
Unterrichtssprache	Deutsch	Prüfungssprache	Deutsch
Leistungspunkte / SWS	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden		47 h
	Selbststudium		78 h
	Gesamtaufwand		125 h
Lehrveranstaltungen des Moduls	Finanzmanagement und Wertschöpfung		
Lehrformen des Moduls	Seminaristischer Unterricht/Übung		
Prüfungsleistungen			
schrP - schriftliche Prüfung, 90 Minuten			
Weitere Angaben zu den Prüfungsleistungen			
Keine			
Voraussetzungen gemäß SPO			
Keine			
Empfohlene Voraussetzungen			
Keine			
Angestrebte Lernergebnisse			
Fachkompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, • die Zusammenhänge zwischen Finanzierungsformen, Kapitalstruktur und Unternehmenswert zu analysieren und deren Auswirkungen auf unternehmerische Entscheidungen zu beurteilen. • Unternehmensanalysen auf Basis von Finanzkennzahlen durchzuführen und daraus fundierte Rückschlüsse auf die wirtschaftliche Lage eines Unternehmens abzuleiten. • verschiedene Verfahren der Investitionsbewertung und Unternehmensbewertung anzuwenden, deren Ergebnisse kritisch zu vergleichen und Handlungsempfehlungen abzuleiten. • den Economic Value Added (EVA) zu berechnen, zu interpretieren und als Steuerungsinstrument der wertorientierten Unternehmensführung einzuordnen. • Werttreiberanalysen durchzuführen und in den diversen Ebenen und Funktionsbereichen der Wertschöpfung wertschaffende Maßnahmen zu identifizieren und zu bewerten.			

Methodenkompetenz:

Die Studierenden sind in der Lage,

- anspruchsvolle finanzwirtschaftliche Problemstellungen systematisch zu strukturieren und unter Anwendung quantitativer Methoden eigenständig Lösungsansätze zu entwickeln.
- Fallstudien zur wertorientierten Unternehmenssteuerung selbstständig zu bearbeiten, verschiedene Lösungsansätze gegenüberzustellen und begründete Handlungsempfehlungen abzuleiten.

Persönlichkeits-/Selbstkompetenz:

Die Studierenden sind in der Lage,

- sich kritisch mit unterschiedlichen Bewertungs- und Steuerungsansätzen auseinanderzusetzen und die Implikationen wertorientierter Unternehmensführung für verschiedene Anspruchsgruppen zu reflektieren.

Sozialkompetenz:

Die Studierenden sind in der Lage,

- finanzwirtschaftliche Analysen und Handlungsempfehlungen im Team zu erarbeiten und adressatengerecht zu präsentieren.
- überfachliche Qualifikationen in den Bereichen Kommunikation, Kooperation und Konfliktverhalten durch Gruppenarbeiten anzuwenden.

Inhalt**Finanzmanagement**

- Grundlagen des Finanzmanagements
- Finanzierungsformen und Kapitalstrukturpolitik
- Unternehmensanalyse
- Investitionsbewertung und -auswahl

Wertschöpfung

- Wertorientierte Unternehmensführung
- Grundlagen der Unternehmensbewertung
- Konzept des Economic Value Added (EVA)
- Werttreiberanalysen
- Ansätze zur Steigerung des Unternehmenswerts
- Wertorientierte Anreizsysteme

Literatur

Verpflichtend:

- GUSERL, Richard, Helmut PERNSTEINER und Thomas M. BRUNNER-KIRCHMAIR, 2022. *Finanzmanagement: Grundlagen – Konzepte – Umsetzung*. 3. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 3-658-37756-9, 978-3-658-37756-4.

Empfohlen:

- COENENBERG, Adolf G., Axel HALLER und Wolfgang SCHULTZE, 2024. *Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse: Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundlagen – HGB, IAS/IFRS, US-GAAP, DRS, CSRD/ESRS*. 27. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 3-7910-6192-5, 978-3-7910-6192-4.
- KOLLER, Tim, Marc GOEDHART and David WESSELS, 2025. *Valuation: measuring and managing the value of companies*. 8th edition. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons. ISBN 1-394-27941-8, 978-1-394-27941-8.

- PALEPU, Krishna, Erik PEEK and Paul HEALY, 2022. *Business Analysis and Valuation: IFRS Edition*. Andover: Cengage Learning EMEA. ISBN 978-1473779075.
- PAPE, Ulrich, 2023. *Grundlagen der Finanzierung und Investition: mit Fallbeispielen und Übungen*. 5. Auflage. Berlin: De Gruyter Oldenbourg. ISBN 978-3-11-099876-4.
- SEPPELFRICKE, Peter, 2025. *Unternehmensanalysen: Wie man die Zukunft eines Unternehmens prognostiziert*. 2. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 3-7910-6205-0, 978-3-7910-6205-1.
- YOUNG, Saul David and Stephen F. O'BYRNE, 2001. *EVA and value-based management: a practical guide to implementation*. New York: McGraw-Hill. ISBN 978-0-07-136439-3.

Weitere Anmerkungen/Sonstiges

Die Veranstaltung kann in Teilen oder komplett virtuell erfolgen.

5.2 Nachhaltigkeit und Lieferketten

Modulkürzel	BUM_NachLiefer	SPO-Nr.	2
Zuordnung zum Curriculum	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Studiensemester
	Business Management (SPO WS 26/27)	Pflichtfach	1
Modulhäufigkeit	Wintersemester	Moduldauer	1 Semester
Modulverantwortliche(r)	Loza Adaui, Cristian Rolando		
Dozent(in)	Loza Adaui, Cristian Rolando; Sternbeck, Michael		
Unterrichtssprache	Deutsch	Prüfungssprache	Deutsch
Leistungspunkte / SWS	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden		47 h
	Selbststudium		78 h
	Gesamtaufwand		125 h
Lehrveranstaltungen des Moduls	Nachhaltigkeit und Lieferketten		
Lehrformen des Moduls	Seminaristischer Unterricht/Übung		
Prüfungsleistungen			
mdIP - mündliche Prüfung, 15 Minuten			
Weitere Angaben zu den Prüfungsleistungen			
Keine			
Voraussetzungen gemäß SPO			
Keine			
Empfohlene Voraussetzungen			
Interesse an komplexen Themen ohne konkrete Lösungen			
Angestrebte Lernergebnisse			
Fachkompetenz: Die Studierenden - kennen die gesellschaftlichen und institutionellen Rahmenbedingungen sowie unterschiedlichen Perspektiven des nachhaltigen Lieferketten Managements und sind in der Lage, diese Konzepte historisch und inhaltlich zu erläutern. - haben ein umfangreiches Fach- und Faktenwissen zu aktuellen Trends und Entwicklungen im Bereich des Nachhaltigkeits- und Lieferkettenmanagements und kennen die einschlägigsten Methoden und Theorien von diesen Disziplinen. - verstehen die wesentlichen Zusammenhänge zwischen betriebswirtschaftlichen Konzepten und den Kernelementen des Nachhaltigkeits- und Lieferkettenmanagements. - Sind in der Lage, Supply-Chain-Lösungen im Hinblick auf ihre Nachhaltigkeitsrelevanz in allen Nachhaltigkeitsdimensionen zu analysieren und bewerten. - lernen Nachhaltigkeitsziele in komplexe logistische Entscheidungsprozesse zu integrieren.			

Methodenkompetenz:

Die Studierenden

- können die komplexen und systemischen Problemstellungen des Nachhaltigkeits- und Lieferkettenmanagements analysieren und strukturieren.
- erlernen, komplexe Supply Chain Interdependenzen zu erkennen und in der Supply Chain Planung auszubalancieren.
- sind in der Lage, Ihr Fachwissen zum Nachhaltigkeits- und Lieferkettenmanagement auf konkrete Aufgaben und Problemstellungen von Unternehmen anzuwenden.

Persönlichkeits-/Selbstkompetenz:

Die Studierenden

- reflektieren kritisch, welche Eigenschaften und Werte für eine verantwortungsvolle Unternehmensführung erforderlich sind.
- entwickeln ein ausgeprägtes nachhaltiges Bewusstsein und die Fähigkeit, komplexe Fragestellungen eigenständig zu bewerten und zu vertreten.
- stärken ihr kritisches Denken sowie ihre Entscheidungsfähigkeiten, um Profitabilität mit sozialen und ökologischen Zielen in Einklang zu bringen.
- bewerten ihre eigenen Stärken und Schwächen im Hinblick auf ihre mündlichen Kommunikationsfähigkeiten.
- reflektieren ihr eigenes Verhalten als Teil der globalen Geschäftswelt im Hinblick auf grundlegende sozio-ökologische Fragestellungen und deren gesellschaftliche Auswirkungen.

Sozialkompetenz:

Die Studierenden

- berücksichtigen Meinungen und Werte anderer bei der Analyse von Situationen und der Entwicklung von Problemlösungen.
- lernen ihre Argumente und Standpunkte klar, sachlich und respektvoll zu kommunizieren.
- setzen sich mit internationalen Standards und globalen Herausforderungen auseinander.

Inhalt

- Unternehmertum und Industrie 5.0
- Begriffsbestimmung Nachhaltigkeit und Nachhaltige Lieferketten
- Nachhaltigkeit und die Sustainable Development Goals (SDGs)
- Strategisches Nachhaltigkeitsmanagement
- Stakeholder Management
- Nachhaltigkeitsstandards
- Nachhaltigkeitsberichterstattung
- Spezifische Herausforderungen des Nachhaltigkeitsmanagements im Supply-Chain-Management
- Kreislaufwirtschaft und Circular Supply Chains
- Nachhaltige Verpackung
- Supply-Planung und Maßnahmen gegen Lebensmittelverschwendung
- Moderne Sklaverei in Lieferketten
- Integration alternativer Antriebstechnologien in Transportsysteme
- Integration von Nachhaltigkeitszielen in operative Entscheidungsprozesse

Literatur

Verpflichtend:

- HAHN, Rüdiger, 2025. Sustainability Management: Concepts, Instruments, and Stakeholders. Second Edition, Pearson. ISBN 978-1-292-48258-3

- FRÖHLICH, Elisabeth; STEINBIß, Kristina; SCHMIEDEKNECHT, Maud H. und LOZA ADAUI, Cristian R., 2024. Circular Economy in Sustainable Supply Chains: A Global Perspective on Challenges, Concepts and Cases. Springer. ISBN 978-3-031-70748-3
- RASCHE, Andreas; MORSING, Mette; MOON, Jeremy; KOURULA, Arno, 2023. Corporate Sustainability: Managing Responsible Business in a Globalised World. Second Edition, Cambridge University Press ISBN 9781009114929
- HEIZER, Jay, Barry RENDER and Chuck MUNSON, 2024. Operations Management - Sustainability and Supply Chain Management. 14. edition. Pearson Education: Harlow.
- GRANT, David B., Alexander TRAUTRIMS and Chee Yew WONG, 2022. Sustainable Logistics and Supply Chain Management: Principles and Practices for Sustainable Operations and Management. 3. edition.

Empfohlen:

- BELVEDERE, Valeria and Alberto GRANDO, 2017. Sustainable Operations and Supply Chain Management.

Weitere Anmerkungen/Sonstiges

Die Veranstaltung kann in Teilen oder komplett virtuell erfolgen.

5.3 Wissenschaftliches Arbeiten und empirische Anwendung

Modulkürzel	BUM_Wiss_emp_Anw	SPO-Nr.	3
Zuordnung zum Curriculum	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Studiensemester
	Business Management (SPO WS 26/27)	Pflichtfach	1
Modulhäufigkeit	Wintersemester	Moduldauer	1 Semester
Modulverantwortliche(r)	Gallier, Carlo		
Dozent(in)	Gallier, Carlo		
Unterrichtssprache	Deutsch	Prüfungssprache	Deutsch
Leistungspunkte / SWS	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden	47 h	
	Selbststudium	78 h	
	Gesamtaufwand	125 h	
Lehrveranstaltungen des Moduls	Wissenschaftliches Arbeiten und empirische Anwendung		
Lehrformen des Moduls	Seminaristischer Unterricht/Übung		
Prüfungsleistungen			
Seminararbeit			
Weitere Angaben zu den Prüfungsleistungen			
Keine			
Voraussetzungen gemäß SPO			
Keine			
Empfohlene Voraussetzungen			
Keine			
Angestrebte Lernergebnisse			
Fachkompetenz: Die Studierenden können wirtschaftswissenschaftliche Fragestellungen eigenständig bearbeiten und die Ergebnisse in Form einer wissenschaftlichen Arbeit strukturiert darlegen. Methodenkompetenz: Die Studierenden können empirische Fragestellungen mit der statistischen Software R bearbeiten und verstehen die Bedeutung kausaler Wirkungszusammenhänge für unternehmerische Entscheidungen. Persönlichkeits-/Selbstkompetenz: Die Studierenden können eigenständig Forschungsfragen zu Themen entwickeln, die sie persönlich interessieren und stärken dabei ihr kritisches Denken und ihre Fähigkeit zur selbständigen wissenschaftlichen Arbeit. Sozialkompetenz: Die Studierenden können sich kritisch mit Forschungsliteratur und empirischen Ergebnissen auseinandersetzen und ihre Erkenntnisse zu gesamtgesellschaftlichen Herausforderungen im Austausch mit anderen diskutieren und präsentieren.			

Inhalt
Das Seminar verfolgt das Ziel, Sie bestmöglich auf die Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit und insbesondere Ihrer Masterarbeit vorzubereiten. Um dieses Ziel zu erreichen, verbindet das Seminar zwei zentrale Kompetenzbereiche: das wissenschaftliche Arbeiten und die empirischen Methoden. Im Bereich des wissenschaftlichen Arbeitens werden unter anderem folgende Themen behandelt: • Schreibprozess, Themenfindung und -eingrenzung; wissenschaftliche Literaturrecherche und Literaturverwaltungsprogramme; • Recherche in statistischen Datenbanken; • Gliederung wissenschaftlicher Arbeiten; • Verfassen der Rohfassung und wissenschaftlicher Schreibstil; • Dokumentation der verwendeten Quellen sowie mündliche Präsentation der Ergebnisse. Im Bereich der empirischen Methoden liegt der Schwerpunkt auf dem eigenständigen empirischen Arbeiten. Behandelt werden unter anderem folgende Themen: Theorie und praktische Durchführung von Regressionsanalysen und weiteren statistischen Verfahren mit R; kritisches Denken über Forschung und Forschungsergebnisse sowie die Fähigkeit zu beurteilen, inwieweit empirische Studien tatsächlich kausale Aussagen erlauben oder lediglich Korrelationen abbilden.
Literatur
Verpflichtend: • Huntington-Klein, N. (2022). The Effect: An Introduction to Research Design and Causality. Chapman and Hall/CRC. • Stickel-Wolf, C. & Wolf, J. (2022). Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken: Erfolgreich studieren - gewusst wie! (10. Aufl.). Springer Gabler.
Weitere Anmerkungen/Sonstiges
Die Veranstaltung kann in Teilen oder komplett virtuell erfolgen.

5.4 Wirtschaftspolitik und Konjunktur

Modulkürzel	BUM_WirtKonj	SPO-Nr.	4
Zuordnung zum Curriculum	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Studiensemester
	Business Management (SPO WS 26/27)	Pflichtfach	1
Modulhäufigkeit	Sommersemester	Moduldauer	1 Semester
Modulverantwortliche(r)	Gallier, Carlo		
Dozent(in)	Gallier, Carlo		
Unterrichtssprache	Deutsch	Prüfungssprache	Deutsch
Leistungspunkte / SWS	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden		47 h
	Selbststudium		78 h
	Gesamtaufwand		125 h
Lehrveranstaltungen des Moduls	Wirtschaftspolitik und Konjunktur		
Lehrformen des Moduls	Seminaristischer Unterricht/Übung		
Prüfungsleistungen			
schrP - schriftliche Prüfung, 90 Minuten			
Weitere Angaben zu den Prüfungsleistungen			
Keine			
Voraussetzungen gemäß SPO			
Keine			
Empfohlene Voraussetzungen			
Spezifische Vorkenntnisse sind nicht erforderlich. Grundkenntnisse der Volkswirtschaftslehre sind von Vorteil.			
Angestrebte Lernergebnisse			
Fachkompetenz: Die Studierenden analysieren die zentralen Akteure, Ziele und Instrumente der Wirtschaftspolitik und können kritisch bewerten, unter welchen Bedingungen staatliche Eingriffe in Märkte ökonomisch gerechtfertigt sind.			
Methodenkompetenz: Die Studierenden können konkrete wirtschaftspolitische Maßnahmen theoretisch analysieren, ihre Wirkungen empirisch bewerten und Schlussfolgerungen für unternehmerische Entscheidungen ableiten.			
Persönlichkeits-/Selbstkompetenz: Die Studierenden reflektieren wirtschaftspolitische Entwicklungen und Entscheidungen kritisch und entwickeln ein Bewusstsein dafür, wie politische Rahmenbedingungen sowohl das eigene Handeln als auch unternehmerische Entscheidungen beeinflussen.			
Sozialkompetenz: Die Studierenden diskutieren wirtschaftspolitische Maßnahmen zu gesellschaftlich relevanten Herausforderungen			

wie Klimawandel, demografischem Wandel, Digitalisierung, Konjunkturschwankungen oder Finanzkrisen und entwickeln gemeinsam begründete Handlungsempfehlungen für Unternehmen und Politik.
Inhalt Unternehmerische Entscheidungen werden wesentlich durch wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen geprägt, die Spielräume definieren und Anreize setzen. Dieser Kurs vermittelt die methodischen Kompetenzen, um wirtschaftspolitische Maßnahmen zu analysieren und ihre Konsequenzen für unternehmerisches Handeln zu bewerten. Im Mittelpunkt stehen drei zentrale Fragen: • Welche Ziele verfolgen wirtschaftspolitische Akteure? • Warum greifen Staaten in Märkte ein? • Und welche Instrumente stehen ihnen dafür zur Verfügung? Der Kurs gliedert sich in zwei aufeinander aufbauende Teile. Der erste Teil legt die theoretischen Grundlagen: vom vollständigen Wettbewerb als Referenzrahmen über klassische Formen des Marktversagens bis hin zu verteilungspolitischen und makroökonomischen Fragen wie Konjunktur und Stabilität. Im zweiten Teil wenden die Studierenden diese theoretischen Grundlagen auf aktuelle wirtschaftspolitische Herausforderungen wie Klimawandel, demografischen Wandel, Digitalisierung, Konjunkturschwankungen oder Finanzkrisen an. Anhand aktueller Praxisbeispiele lernen wir, wirtschaftspolitische Maßnahmen empirisch zu evaluieren.
Literatur Verpflichtend: • Acemoglu, D., Laibson, D., List, J. A. & Belke, A. (2020). Volkswirtschaftslehre. 2., aktualisierte Auflage. Pearson Deutschland. • Fritsch, M. (2018). Marktversagen und Wirtschaftspolitik: Mikroökonomische Grundlagen staatlichen Handelns. 10. Auflage. Franz Vahlen. • Mankiw, N. G. & Taylor, M. P. (2024). Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. 9., überarbeitete Auflage. Schäffer-Poeschel. <i>Im Laufe des Semesters werden zusätzlich ausgewählte wissenschaftliche Fachartikel sowie praxisorientierte Quellen wie Gutachten wirtschaftspolitischer Beratungsgremien oder Analysen internationaler Organisationen über Moodle bereitgestellt und im Kurs diskutiert.</i>
Weitere Anmerkungen/Sonstiges Die Veranstaltung kann in Teilen oder komplett virtuell erfolgen.

5.5 HR Management und Leadership

Modulkürzel	BUM_HRM_L	SPO-Nr.	5
Zuordnung zum Curriculum	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Studiensemester
	Business Management (SPO WS 26/27)	Pflichtfach	1
Modulhäufigkeit	Sommersemester	Moduldauer	1 Semester
Modulverantwortliche(r)	Wolfenstetter, Silke		
Dozent(in)	Wolfenstetter, Silke; NN		
Unterrichtssprache	Deutsch	Prüfungssprache	Deutsch
Leistungspunkte / SWS	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden		47 h
	Selbststudium		78 h
	Gesamtaufwand		125 h
Lehrveranstaltungen des Moduls	HR Management und Leadership		
Lehrformen des Moduls	Seminaristischer Unterricht/Übung		
Prüfungsleistungen			
schrP - schriftliche Prüfung, 90 Minuten			
Weitere Angaben zu den Prüfungsleistungen			
Keine			
Voraussetzungen gemäß SPO			
Keine			
Empfohlene Voraussetzungen			
Keine			
Angestrebte Lernergebnisse			
Die Studierenden ... Fachkompetenz: Die Studierenden - kennen und analysieren zentrale Aspekte von Human Resource Management und der Unternehmensorganisation - verstehen zentrale HR-Prozesse entlang des Employee Life Cycle und erkennen und analysieren die Rolle von HR als strategischer Partner der Unternehmensführung - können zentrale Führungsansätze und Führungsstile unterscheiden, analysieren und reflektieren - verstehen und vergleichen wichtige Motivationstheorien und ihre Bedeutung für Führung und können motivierende Führungsinstrumente ableiten - kennen zentrale Konzepte modernen Leaderships (New Leadership, Shared, Remote, Diversity etc.) und verstehen aktuelle Herausforderungen (Digitalisierung, KI, hybride Arbeit, Generationen Y/Z, Fachkräftemangel). - Verstehen und analysieren, warum Change Management für HR und Führung zentral ist und kennen grundlegende Change-Modelle - verstehen Führungspsychologie und psychologische Dynamiken im Change und können die Rolle von Führungskräften als Change Agents im Unternehmen weiterentwickeln			

- verstehen und analysieren die Prinzipien agilen Change Managements und die Besonderheiten der digitalen Transformation als Veränderungsvorhaben

Methodenkompetenz:

Die Studierenden sind in der Lage

- zentrale Aspekte von Human Resource Management und der Unternehmensorganisation anhand von Fallbeispielen zu clustern
- HR-Prozesse entlang des Employee Life Cycle zu zuordnen und die Rolle von HR als strategischer Partner der Unternehmensführung zu verstehen, zu analysieren und anzuwenden
- zentrale Führungsansätze, Führungsverhalten und Führungsstile zu erkennen, vergleichen und motivierende Führungsinstrumente abzuleiten
- zentrale Konzepte modernen Leaderships zu verstehen und den aktuellen Herausforderungen anzupassen
- Change Management Modelle bei einer (digitalen) Transformation zu zuordnen
- psychologische Dynamiken im Change zu erkennen und die Rolle von Führungskräften als Change Agents im Unternehmen zu verstehen
- Handlungsempfehlungen abzuleiten
- gelernte Inhalte auf einen integrierten Fall anwenden

Persönlichkeits-/Selbstkompetenz:

Die Studierenden

- sind in der Lage, selbstständig strategische Maßnahmen zu entwerfen und zu optimieren.
- reflektieren kritisch die Rolle des Human Resource Management und der Führung im Unternehmen und bei Transformationen
- entwickeln ein Bewusstsein für ethische, rechtliche und organisatorische Herausforderungen im Umgang mit Human Resource Management und der Führung
- können eigenständig Handlungsempfehlungen ableiten

Sozialkompetenz:

Die Studierenden

- verstehen die Herausforderung von Mitarbeiterführung und berücksichtigen die ethischen Aspekte
- sind in der Lage, ihre Aufgabenstellungen gemeinsam im Team zu bearbeiten und die Ergebnisse eigenständig zu präsentieren
- sind in der Lage Theorien aus dem Human Resource Management und der Führung auf aktuelle Beispiele zu übertragen
- können ihre Strategien, Analysen und Empfehlungen adressatengerecht präsentieren und fundiert diskutieren.

Inhalt

- Aspekte des aktuellen HR Managements und der Unternehmensorganisation
- Vergleich von (modernen) Führungsstilen (mit KI) und aktuelle Herausforderungen
- Führungspsychologie und Motivationstheorien
- Change-Management-Modelle, Agiles Change Management und digitale Transformation
- Rolle von Führungskräften als Change Agents

Literatur

Verpflichtend:

- Ernst, Y.; Olfert, K. (2023): Personalwirtschaft, 12., aktualisierte Auflage, Herne : Kiehl, 2023. - 347 Seiten : Diagramme, ISBN: 978-3-470-10402-7
- Machado, C. (2025): Human Resource Management in a Disrupted World. Lecture Notes on Multidisciplinary Industrial Engineering. Springer, Cham. https://doi-org.thi.idm.oclc.org/10.1007/978-3-031-89948-5_1
- Steiner, P. (2024): Die Zukunft der HR erfolgreich gestalten. Springer Gabler, Wiesbaden. https://doi-org.thi.idm.oclc.org/10.1007/978-3-658-45263-6_1

Empfohlen:

- Dull, D., Zischewski, U.L. (2025). HR - vom administrativen Experten zum strategischen Business-Partner . Springer Gabler, Wiesbaden. https://doi-org.thi.idm.oclc.org/10.1007/978-3-658-47871-1_1...
- Khan, M.; Kumari, A.; Ather, D.; Jain, V. (2025): HR 5.0: Adapting to the AI-Enhanced Workforce, ISBN (print): 978-1-83662-067-9, ISBN (electronic): 978-1-83662-066-2, Publisher: Emerald, <https://doi-org.thi.idm.oclc.org/10.1108/978-1-83662-066-2>
- Mücke, A. (2024). Agilität im HR-Management. essentials. Springer Gabler, Berlin, Heidelberg. https://doi-org.thi.idm.oclc.org/10.1007/978-3-662-69178-6_3
- Voß, E., Würtemberger, S. (2023). Vielfalt im Employee Lifecycle. Springer Gabler, Wiesbaden. https://doi-org.thi.idm.oclc.org/10.1007/978-3-658-39841-5_1

Weitere Anmerkungen/Sonstiges

Freiwillige Erlangung von Bonuspunkten in Höhe von max. 10 % der Gesamtpunktzahl der Klausur durch Halten einer 20-minütigen Präsentation möglich. Das Thema kann in den ersten Stunden aus einer vorgegebenen Liste gewählt werden. Die Bewertung dieser optionalen Studienleistungen erfolgt durch Punkte mit Anrechnung auf die Modulabschlussprüfung.

Die Veranstaltung kann in Teilen oder komplett virtuell erfolgen.

5.6 Praxisprojekt

Modulkürzel	BUM_Praxisprojekt	SPO-Nr.	6
Zuordnung zum Curriculum	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Studiensemester
	Business Management (SPO WS 26/27)	Pflichtfach	1
Modulhäufigkeit	Sommer- und Wintersemester	Moduldauer	1 Semester
Modulverantwortliche(r)	Jünger, Michael		
Dozent(in)	Jünger, Michael		
Unterrichtssprache	Deutsch	Prüfungssprache	Deutsch
Leistungspunkte / SWS	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden		47 h
	Selbststudium		78 h
	Gesamtaufwand		125 h
Lehrveranstaltungen des Moduls	Praxisprojekt		
Lehrformen des Moduls	Projekt		
Prüfungsleistungen			
Proj - Projektarbeit			
Weitere Angaben zu den Prüfungsleistungen			
Keine			
Voraussetzungen gemäß SPO			
Keine			
Empfohlene Voraussetzungen			
Grundkenntnisse in Projektmanagement			
Angestrebte Lernergebnisse			
Fachkompetenz: Die Studierenden - sind in der Lage, komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen aus der Unternehmenspraxis zu erfassen, zu strukturieren und wissenschaftlich fundiert zu bearbeiten. - wenden vertiefte betriebswirtschaftliche Konzepte und Modelle auf reale Problemstellungen an und reflektieren deren Eignung kritisch. - analysieren unternehmensbezogene Daten und leiten fundierte Handlungsempfehlungen für betriebliche Entscheidungsprozesse ab.			
Methodenkompetenz: Die Studierenden - wählen eigenständig geeignete qualitative und quantitative Methoden aus und wenden diese zielgerichtet auf praxisrelevante Fragestellungen an. - erheben, analysieren und interpretieren Daten systematisch und entwickeln darauf aufbauend fundierte Lösungsvorschläge.			

- strukturieren Projekte, planen Arbeitspakete und Meilensteine und setzen geeignete Projektmanagement-Methoden ein.

Persönlichkeits-/Selbstkompetenz:

Die Studierenden

- arbeiten eigenverantwortlich, zeigen Selbstorganisation und treiben Projekte proaktiv voran.
- reflektieren ihr Vorgehen sowie ihre Ergebnisse kritisch und entwickeln Verbesserungspotenziale.
- gehen mit Unsicherheiten und offenen Problemstellungen souverän um und treffen begründete Entscheidungen.

Sozialkompetenz:

Die Studierenden

- arbeiten effektiv im Team, koordinieren Aufgaben und übernehmen gemeinsam Verantwortung für den Projekterfolg.
- kommunizieren professionell mit Praxispartnern und präsentieren Ergebnisse adressatengerecht.
- gehen konstruktiv mit Feedback um und integrieren dieses in die Weiterentwicklung ihrer Arbeit.

Inhalt

Die Studierenden bearbeiten selbständig ein praxisorientiertes Projekt mit Bezug zu konkreten betriebswirtschaftlichen Fragestellungen in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen. Sie wenden wissenschaftliche Methoden auf reale Problemstellungen an und entwickeln fundierte sowie umsetzbare Handlungsempfehlungen. Die Bearbeitung erfolgt in der Regel in Kleingruppen.

Typische Projektphasen:

- Problemdefinition und Abstimmung mit dem Praxispartner
- Analysephase (z. B. Markt-, Wettbewerbs-, Unternehmens- oder Prozessanalysen)
- Konzeptions- und Lösungsentwicklung
- Projektmanagement und Abstimmung von Meilensteinen
- Projektdokumentation
- Präsentation der Ergebnisse gegenüber Unternehmen und Hochschule

Literatur

Verpflichtend:

- Abhängig von der im Projekt bearbeiteten Fragestellung

Empfohlen:

- MANTHEY, Patrick, 2026. *Kompakt-Training Projektmanagement*. 12. Auflage. NWB Verlag. ISBN 978-3-470-10422-5
- TIMINGER, Holger, 2024. *Modernes Projektmanagement: Mit traditionellem, agilem und hybridem Vorgehen zum Erfolg*. 2., aktualisierte und erweiterte Auflage. Weinheim: Wiley-VCH. ISBN 978-3-527-53057-1

Weitere Anmerkungen/Sonstiges

Weitere Informationen insb. zur Organisation und Ablauf finden sich im „Infoblatt für Studierende und Unternehmen“ in Moodle.

Die Veranstaltung kann in Teilen oder komplett virtuell erfolgen.

5.7 Advanced Management Simulation

Modulkürzel	BUM_AdvManSim	SPO-Nr.	7
Zuordnung zum Curriculum	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Studiensemester
	Business Management (SPO WS 26/27)	Pflichtfach	1
Modulhäufigkeit	Sommersemester	Moduldauer	1 Semester
Modulverantwortliche(r)	Jünger, Michael		
Dozent(in)	Jünger, Michael		
Unterrichtssprache	Deutsch	Prüfungssprache	Deutsch
Leistungspunkte / SWS	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden		47 h
	Selbststudium		78 h
	Gesamtaufwand		125 h
Lehrveranstaltungen des Moduls	Advanced Management Simulation		
Lehrformen des Moduls	Seminar		
Prüfungsleistungen			
Proj - Projektarbeit			
Weitere Angaben zu den Prüfungsleistungen			
Keine			
Voraussetzungen gemäß SPO			
Keine			
Empfohlene Voraussetzungen			
Betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse			
Angestrebte Lernergebnisse			
Fachkompetenz: Die Studierenden - analysieren komplexe betriebswirtschaftliche Zusammenhänge in einem dynamischen und unsicheren Marktumfeld und verstehen deren Auswirkungen auf unternehmerische Entscheidungen. - entwickeln und bewerten strategische Handlungsoptionen, insbesondere im Hinblick auf Geschäftsmodellinnovationen und unternehmerische Transformation. - beurteilen unternehmensrelevante Kennzahlen sowie finanzielle und operative Ergebnisse und integrieren diese in ganzheitliche Entscheidungsprozesse.			
Methodenkompetenz: Die Studierenden - wenden geeignete Analyseinstrumente und betriebswirtschaftliche Modelle zur Bewertung von Märkten, Wettbewerbern und Unternehmenssituationen an. - verarbeiten umfangreiche Informationen strukturiert, leiten fundierte Entscheidungsgrundlagen ab und treffen darauf basierend begründete Managemententscheidungen.			

- nutzen simulationsbasierte Entscheidungsprozesse, um Wirkungszusammenhänge zu erkennen und die Konsequenzen unternehmerischen Handelns systematisch zu reflektieren

Persönlichkeits-/Selbstkompetenz:

Die Studierenden

- übernehmen Verantwortung für unternehmerische Entscheidungen und reflektieren deren kurz- und langfristige Auswirkungen.
- entwickeln ein unternehmerisches Denken und Handeln auch in unsicheren und komplexen Entscheidungssituationen zielorientiert.
- reflektieren ihr eigenes Entscheidungsverhalten kritisch und leiten daraus Lern- und Verbesserungspotenziale ab.

Sozialkompetenz:

Die Studierenden

- arbeiten effektiv im Team, koordinieren Entscheidungsprozesse und tragen gemeinsam Verantwortung für den Unternehmenserfolg.
- kommunizieren ihre Entscheidungen und Strategien klar und überzeugend innerhalb des Teams und gegenüber anderen Gruppen.
- gehen konstruktiv mit unterschiedlichen Perspektiven, Feedback und Wettbewerbssituationen um.

Inhalt

Die Studierenden übernehmen in einer kompetitiven Unternehmenssimulation (Strategieplanspiel TOPSIM - Scale Up) die Rolle des Managements und treffen über mehrere Spielperioden eigenständig strategische und operative Entscheidungen in einem dynamischen Marktumfeld. Sie analysieren komplexe betriebswirtschaftliche Zusammenhänge, entwickeln Strategien zur Weiterentwicklung des Geschäftsmodells und bewerten die Auswirkungen ihrer Entscheidungen auf den Unternehmenserfolg. Die Bearbeitung erfolgt in der Regel in Teams.

Typische Entscheidungs- und Simulationsphasen:

- Analyse der Ausgangssituation (Markt, Wettbewerb, Unternehmenskennzahlen)
- Entwicklung und Festlegung von Unternehmensstrategien und Geschäftsmodellen
- Treffen von operativen und strategischen Entscheidungen (z. B. Marketing, Produktion, F&E, Finanzen)
- Auswertung von Simulationsergebnissen und Kennzahlenanalyse
- Anpassung und Weiterentwicklung der Strategie auf Basis der Ergebnisse
- Präsentation und Reflexion der Ergebnisse sowie der getroffenen Entscheidungen

Für Dual-Studierende gilt außerdem:

Dual-Studierende werden im Rahmen des Planspiels in eigenen Unterteams gebündelt, soweit es die Anzahl der Teilnehmer zulässt. Als zusätzliche Aufgabe reflektieren Dual-Studierende Spielsituationen im Vergleich zur Praxis – wie sie diese aus den Dual-Unternehmen kennen. Es erfolgt hierzu eine schriftliche Ausarbeitung in Powerpoint sowie eine kurze Präsentation.

Literatur

Verpflichtend:

- Planspielhandbuch für die Teilnehmer (wird vorab über Moodle bereitgestellt)

Empfohlen:

- keine

Weitere Anmerkungen/Sonstiges

Die Veranstaltung kann in Teilen oder komplett virtuell erfolgen.

5.8 Compliance und Risikomanagement

Modulkürzel	BUM_CompRisiko	SPO-Nr.	8
Zuordnung zum Curriculum	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Studiensemester
	Business Management (SPO WS 26/27)	Pflichtfach	1
Modulhäufigkeit	Wintersemester	Moduldauer	1 Semester
Modulverantwortliche(r)	Jordan, Markus		
Dozent(in)	Jordan, Markus / Zellner, Elisabeth		
Unterrichtssprache	Deutsch	Prüfungssprache	Deutsch
Leistungspunkte / SWS	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden	47 h	
	Selbststudium	78 h	
	Gesamtaufwand	125 h	
Lehrveranstaltungen des Moduls	Compliance und Risikomanagement		
Lehrformen des Moduls	Seminaristischer Unterricht/Übung		
Prüfungsleistungen			
schrP - schriftliche Prüfung, 90 Minuten			
Weitere Angaben zu den Prüfungsleistungen			
Keine			
Voraussetzungen gemäß SPO			
Keine			
Empfohlene Voraussetzungen			
Grundkenntnisse in der Rechtsanwendung werden empfohlen bzw. sind von Vorteil.			
Angestrebte Lernergebnisse			
Die Studierenden erwerben wissenschaftlich fundiertes Wissen und anwendungsorientierte Kompetenzen. Sie kennen die wesentlichen gesetzlichen Rahmenbedingungen für Compliance-Systeme und sind mit den Risiken unzureichender Compliance-Systeme vertraut. Die Studierenden wissen um die Bedeutung der Corporate Governance, verstanden als rechtlicher und faktischer Ordnungsrahmen für die Leitung und Überwachung eines Unternehmens. In diesem Zusammenhang können sie die Angemessenheit und Wirksamkeit des internen Kontrollsystems und des Risikomanagementsystems einordnen. Fachkompetenz: Die Studierenden • lernen Corporate Governance-Grundsätze kennen und können diese anhand von Praxisbeispielen einordnen und würdigen • erkennen die rechtliche Relevanz des Risikomanagements bzw. eines Risikomanagementsystem (RMS) und können die Bedeutung des Risikomanagements im Hinblick auf die Anforderungen von Compliance und Corporate Governance bewerten. • kennen die Instrumente der Risikoidentifikation, -messung und -steuerung und wissen um deren Vor- und Nachteile.			

- sind fähig, die Bedeutung einer regelmäßigen, zeitnahen und umfassenden Informationsversorgung zwischen den an der Unternehmensführung beteiligten Personen über alle für das Unternehmen relevanten Fragen insbesondere der Strategie, der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage, des Risikomanagements und der Compliance zu erkennen.

Methodenkompetenz:

Die Studierenden

- sind in der Lage, die Mechanismen der internen Kontrolle sowie der internen und externen Revision an konkreten Fallbeispielen, auch unter Berücksichtigung der Compliance sowie von Art, Umfang und Komplexität der Geschäftstätigkeit eines Unternehmens, anzuwenden.
- können grundlegend und in konkreten Fallfragen Risikomanagement, das sich mit den strategischen Risiken und den operativen Risiken aus der Geschäftstätigkeit (Risiken aus den Leistungserstellungsprozessen) befasst, anwenden.
- sind in der Lage, zur Schadensvorbeugung und -vermeidung für ausgewählte Fallgestaltungen die für Führungskräfte in Unternehmen relevanten rechtlichen Vorgaben des Wirtschaftsrechts festzustellen und einzelfallbezogen anzuwenden.
- sind befähigt, für ausgewählte Fallgestaltungen Risiken zu erkennen und vorsorgende Maßnahmen gegenüber den Rechtsfolgen des wirtschaftsbezogenen Zivilrechts, des Strafrechts und ggf. anderer Rechtsgebiete einzuleiten.

Persönlichkeits-/Selbstkompetenz:

Die Studierenden

- sind in der Lage, Verantwortlichkeiten innerhalb eines Unternehmens zu identifizieren sowie Möglichkeiten und Grenzen der Übertragung von Verantwortlichkeiten zu beurteilen.
- können mögliche Haftungsrisiken analysieren und praxisnahe Lösungsansätze zur Minimierung dieser Risiken entwickeln.
- entwickeln ein Bewusstsein für ethische, rechtliche und organisatorische Herausforderungen im Unternehmen und für den Mehrwert der Angemessenheit und der Wirksamkeit eines Internen Kontrollsystems (IKS), eines Risikomanagementsystems (RMS), eines Internen Revisionssystems (IRS) und eines Compliance Management Systems (CMS).

Sozialkompetenz:

Die Studierenden

- sind in der Lage, Projektpartner auf Basis klar definierter Ziele umfassend zu beraten und fachlich zu unterstützen.
- arbeiten effektiv mit internen und externen Interessengruppen und Partnern zusammen und kommunizieren zielgruppenorientiert.
- können ihre Analysen und Empfehlungen sowohl hinsichtlich der adressatengerecht präsentieren und fundiert diskutieren.

Inhalt

Compliance und Compliance Management System (CMS)

- Grundzüge der Verantwortlichkeiten im nationalen Kapitalgesellschaftsrecht (GmbHG, AktG)
- Errichtung und Organisationsstruktur von Kapitalgesellschaften
- Corporate Governance und Compliance
- Corporate Governance und die Systeme Internes Kontrollsystem (IKS), Internes Revisionssystem (IRS) und Compliance Management System (CMS)
- Gesetzliche Pflichten von Vorstand und Geschäftsleitung
- Verantwortung und Haftung der Geschäftsführung
- Gesetzliche Anforderungen beispielsweise nach § 91 Abs. 2 AktG als Bestandteil des umfassenden Risikomanagements des Unternehmens (Früherkennung bestandsgefährdender Entwicklungen)
- Gesetzliche Anforderungen beispielsweise nach § 91 Abs. 3 AktG zur Einrichtung eines der Geschäftstätigkeit und der Risikolage des Unternehmens angemessenen und wirksamen Internen Kontrollsystems und Risikomanagementsystems

Risikomanagement und Risikomanagementsystem

- Definitionen, etwa von Risiken, einschl. Operative (betriebliche) Risiken und Strategische Risiken, Risikomanagement und Risikomanagementsystem (RMS)

- Aufgaben und Ziele des Risikomanagements
- Rechtliche Grundlagen des Risikomanagements
- Corporate Governance und Risikomanagementsystem (RMS)
- Grundelemente eines Risikomanagementsystems (RMS) (Risikokultur, Ziele des RMS, Organisation des RMS, Risikoidentifikation, Risikobewertung, Risikosteuerung, Risikokommunikation, Überwachung und Verbesserung des RMS)
- Klassifizierung und Identifikation von Unternehmensrisiken
- Risikofrühwarn-, -erkennungs-, und -aufklärungssysteme
- Berichterstattung (finanzielle und nichtfinanzielle Berichte)
- (Interne und externe) Prüfung der Berichterstattung eines Unternehmens

Literatur

Verpflichtend:

- Jürgen van Kann (Hrsg.): Vorstand der AG (Corporate Governance, Compliance, Haftungsvermeidung), 3. Auflage 2021
- Norbert Schwieters: Corporate Governance (Verantwortliche Steuerung und Überwachung in Zeiten globaler Krisen), 1. Auflage 2023
- Jens C. Laue (Hrsg.): Integration der Corporate-Governance-Systeme, 1. Auflage 2021
- Ute Vanini/Robert Rieg: Risikomanagement (Grundlagen – Instrumente – Unternehmenspraxis), 2. Auflage 2021
- Frank Romeike/Peter Hager: Erfolgsfaktor Risiko-Management 4.0 (Methoden, Beispiele, Checklisten/ Praxishandbuch für Industrie und Handel), 4. Auflage 2020
- Marc Diederichs; Risikomanagement und Risikocontrolling, 5. Auflage 2023

Empfohlen:

- Michael Beyer/Reinhard Heyd: Compliance für Aufsichtsräte (Rechtliche und fachliche Anforderungen an die Finanzexpertise), 1. Auflage 2021
- Magnus Hindersmann/Gregor Nöcker: Tax Compliance (Anforderungen an ein innerbetriebliches Kontrollsystem), 2. Auflage 2023
- Jürgen R. Müller/Christian Fischer: Tax Compliance (Steuerstrafrechtliche Verantwortung im Unternehmen), 2. Auflage 2022
- Ute Vanini/Florian Worm: Risikoorientierte Unternehmenssteuerung (Fallstudien für die Risikomodellierung und ein Management unter Unsicherheit), 1. Auflage 2024

Lehrbücher sind jeweils in der aktuellen Auflage zu verwenden. Weitere Literaturhinweise können im Rahmen der Lehrveranstaltung erfolgen.

Weitere Anmerkungen/Sonstiges

Die Veranstaltung kann in Teilen oder komplett virtuell erfolgen.

5.9 Business Analytics und Künstliche Intelligenz			
Modulkürzel	BUM_BusAn_KI	SPO-Nr.	9
Zuordnung zum Curriculum	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Studiensemester
	Business Management (SPO WS 26/27)	Pflichtfach	1
Modulhäufigkeit	Wintersemester	Moduldauer	1 Semester
Modulverantwortliche(r)	Frey, Markus		
Dozent(in)	Frey, Markus		
Unterrichtssprache	Deutsch	Prüfungssprache	Deutsch
Leistungspunkte / SWS	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden		47 h
	Selbststudium		78 h
	Gesamtaufwand		125 h
Lehrveranstaltungen des Moduls	Business Analytics und Künstliche Intelligenz		
Lehrformen des Moduls	Seminaristischer Unterricht/Übung		
Prüfungsleistungen			
SA - Seminararbeit			
Weitere Angaben zu den Prüfungsleistungen			
Keine			
Voraussetzungen gemäß SPO			
Keine			
Empfohlene Voraussetzungen			
Keine			
Angestrebte Lernergebnisse			
Im Rahmen dieses Moduls erwerben die Studierenden die Fähigkeit, datenbasierte Entscheidungsmodelle zu entwickeln und Technologien aus dem Bereich künstliche Intelligenz zur Lösung komplexer betriebswirtschaftlicher Fragestellungen einzusetzen. Der Kurs schlägt die Brücke zwischen der Anwendung von analytischen Methoden und Künstlicher Intelligenz mit strategischem Management- und Geschäftsprozessentscheidungen. Die Studierenden erwerben tiefgreifendes theoretisches Wissen und praktische Umsetzungskompetenzen im Bereich der explorativen und prädiktiven Datenanalyse. Fachkompetenz: Die Studierenden - sind in der Lage, die theoretischen Konzepte von Business Intelligence (BI), (Advanced) Business Analytics (BA) und künstlicher Intelligenz (KI) voneinander abzugrenzen und deren Relevanz für moderne Geschäftsmodelle zu bewerten. - beherrschen die Identifikation von Datentypen und können Daten zur Verwendung innerhalb von ML-Algorithmen prozessieren und aufarbeiten.			

- können komplexe Machine-Learning-Algorithmen z.B. zur Regression, Klassifikation, und Clustering, verstehen und deren Eignung für spezifische Business-Cases, z. B. Fraud-Detection, Nachfrageprognose, beurteilen.
- sind fähig, die Architektur von KI-Systemen, einschließlich neuronaler Netze, in einen unternehmerischen Kontext zu setzen.

Methodenkompetenz:

Die Studierenden

- sind in der Lage, den gesamten **CRISP-DM-Prozess** (Cross Industry Standard Process for Data Mining) eigenständig zu durchlaufen.
- beherrschen die Anwendung gängiger Programmiersprachen im Analytics-Umfeld, wie z. B. Python oder R, und kennen Standardpakete und -module zur Datenaufbereitung und Modellierung.
- können komplexe Datensätze mittels **Datenvisualisierung** adressatengerecht aufbereiten, um unternehmerische komplexe Sachverhalte verständlich und datengestützt unterschiedlichen Interessensgruppen innerhalb eines Unternehmens zeigen.
- sind fähig, Modelle anhand statistischer Kennzahlen (z. B. MSE, BIAS) zu validieren, zu vergleichen und zu optimieren

Persönlichkeits-/Selbstkompetenz:

Die Studierenden

- entwickeln die Fähigkeit, sich eigenständig in neue technologische Trends und Tools im schnelllebigem KI-Umfeld einzuarbeiten.
- reflektieren kritisch ihre Rolle als Entscheider an der Schnittstelle zwischen Mensch und Maschine.
- stärken ihr analytisches Denkvermögen und die Ambiguitätstoleranz im Umgang mit unsicheren Datenlagen und probabilistischen Ergebnissen.
- werden selbstbewusst im Umgang mit der Analyse von großen Datenmengen mit Hilfe von komplexen analytischen Verfahren

Sozialkompetenz:

Die Studierenden

- können komplexe technische Sachverhalte gegenüber nicht-technischen Stakeholdern (z. B. Geschäftsführung, Marketingabteilung) verständlich kommunizieren.
- arbeiten effektiv in interdisziplinären Teams an der Lösung von realen Analytics-Projekten.
- sind in der Lage, konstruktives Feedback zu analytischen Lösungsansätzen zu geben und ethische Diskussionen innerhalb einer Organisation moderierend zu begleiten.

Inhalt

Der Kurs ist modular aufgebaut und verbindet Theorie mit Hands-on-Elementen:

1. **Grundlagen & Strategie:** Einführung in das datenbasierte Unternehmen; Kernpunkte einer erfolgreichen digital und KI-Strategie; Einordnung von Deskriptiver, Prädiktiver und Präskriptiver Analytik.
2. **Data Engineering:** Datenakquise, und Datenbereinigung in der Programmiersprache Python
3. **Statistische Modellierung & Machine Learning:**
 - Supervised Learning (Lineare/Logistische Regression, Decision Trees, Random Forests).
 - Unsupervised Learning (K-Means Clustering, Principal Component Analysis).
4. **Deep Learning & Moderne KI:** Einführung in Neuronale Netze und die Potenziale von Generativer KI (LLMs) im Business-Kontext.
5. **Anwendungsfelder:** Anwendungsfälle aus den Bereichen in Logistik (Kostentreiberanalyse), Finance (Fraud Detection) und dem Supply Chain Management (Nachfrageprognose).

Literatur

Verpflichtend:

- Ruppert, D, and Matteson, D.S.: Statistics and Data Analysis for Financial Engineering, Springer.
- **Provost, F., & Fawcett, T.:** *Data Science for Business: What You Need to Know about Data Mining and Data-Analytic Thinking*. O'Reilly Media. (Das Standardwerk für die Management-Perspektive).
- **Geron, A.:** Hands-On Machine Learning with Scikit-Learn, Keras, and TensorFlow. O'Reilly Media. (Für die technische Vertiefung).
- **Lanquillon, C., & Mallow, H.:** Business Analytics: Grundlagen, Methoden und Einsatz in der Praxis. Springer Gabler.
- **Buxmann, P., & Schmidt, H.:** Künstliche Intelligenz: Mit Algorithmen zum wirtschaftlichen Erfolg. Springer Gabler.
- **Davenport, T. H.:** The AI Advantage: How to Put the Artificial Intelligence Revolution to Work. MIT Press.

Weitere Anmerkungen/Sonstiges

Die Veranstaltung kann in Teilen oder komplett virtuell erfolgen.

5.10 Verhaltensökonomie

Modulkürzel	BUM_VerhOek	SPO-Nr.	10
Zuordnung zum Curriculum	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Studiensemester
	Business Management (SPO WS 26/27)	Wahlpflichtfach	1
Modulhäufigkeit	Wintersemester	Moduldauer	1 Semester
Modulverantwortliche(r)	Gallier, Carlo		
Dozent(in)	Gallier, Carlo		
Unterrichtssprache	Deutsch	Prüfungssprache	Deutsch
Leistungspunkte / SWS	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden		47 h
	Selbststudium		78 h
	Gesamtaufwand		125 h
Lehrveranstaltungen des Moduls	Verhaltensökonomie		
Lehrformen des Moduls	Seminaristischer Unterricht / Übung		
Prüfungsleistungen			
LN - schriftliche Prüfung, 90 Minuten			
Weitere Angaben zu den Prüfungsleistungen			
Keine			
Voraussetzungen gemäß SPO			
Keine			
Empfohlene Voraussetzungen			
Spezifische Vorkenntnisse sind nicht erforderlich. Grundkenntnisse der Volkswirtschaftslehre, insbesondere der Mikroökonomik, sind von Vorteil.			
Angestrebte Lernergebnisse			
Fachkompetenz: Die Studierenden beherrschen die zentralen Modelle der Verhaltensökonomik auf formaler Ebene, können deren empirische Fundierung kritisch bewerten und erklären, wann und warum menschliches Verhalten systematisch von den Vorhersagen der Standardökonomik abweicht.			
Methodenkompetenz: Die Studierenden können empirische Studien (insbesondere Labor- und Feldexperimente) kritisch bewerten und deren Erkenntnisse auf konkrete betriebswirtschaftliche Entscheidungssituationen anwenden, um Handlungsempfehlungen für Unternehmen und Organisationen abzuleiten.			
Persönlichkeits-/Selbstkompetenz: Die Studierenden reflektieren ihre eigenen Entscheidungen vor dem Hintergrund verhaltensökonomischer Erkenntnisse und entwickeln ein kritisches Bewusstsein für kognitive Verzerrungen sowohl im persönlichen als auch im unternehmerischen Entscheidungskontext.			

Sozialkompetenz: Die Studierenden können verhaltensökonomische Erkenntnisse nutzen, um Anreize, Organisationsstrukturen und Entscheidungsarchitekturen zu gestalten, und diskutieren kritisch, unter welchen Bedingungen solche Interventionen wirksam sind.
Inhalt Warum handeln Menschen so oft anders als die Standardökonomik vorhersagt? Und was bedeutet das für Unternehmen, Manager und politische Entscheidungsträger? Diese Fragen stehen im Mittelpunkt der Verhaltensökonomik. Diese Veranstaltung bietet eine vertiefte Auseinandersetzung mit der Verhaltensökonomik auf Masterniveau. Ausgehend von den Grenzen der Standardökonomik werden psychologische Erkenntnisse systematisch in formale ökonomische Modelle integriert, um menschliches Entscheidungsverhalten theoretisch fundiert und empirisch belastbar zu analysieren. Dabei gehen wir über eine reine Bestandsaufnahme hinaus: Wir arbeiten mit formalen Modellen, lesen und diskutieren aktuelle Forschungsbeiträge und fragen stets, was die Befunde konkret für betriebswirtschaftliche Entscheidungen bedeuten. Der Kurs verbindet drei Schwerpunkte, die für eine wissenschaftlich orientierte Betriebswirtschaftslehre zentral sind: • Formale Modelle und experimentelle Evidenz: Wir erarbeiten die zentralen Modelle der Verhaltensökonomik auf formaler Ebene und bewerten ihre empirische Fundierung. Dabei stehen Labor- und Feldexperimente als zentrale Methode der Disziplin im Mittelpunkt. • Kooperation und Organisationsverhalten: Wir untersuchen, unter welchen Bedingungen Menschen in Teams und Organisationen kooperieren. Dabei fragen wir, wie Anreize, Normen und Organisationsstrukturen so gestaltet werden können, dass sie kooperatives Verhalten im unternehmerischen Kontext fördern. • Verhaltensorientierte Wirtschaftspolitik: Wir analysieren, wie Unternehmen und politische Entscheidungsträger verhaltensökonomische Erkenntnisse einsetzen. Dabei diskutieren wir kritisch, wann verhaltensökonomische Instrumente wie etwa Nudges wirken und wann sie scheitern.
Literatur Verpflichtend: • Angner 2021. A Course in Behavioral Economics, 3rd Ed. Palgrave Macmillan. • Cartwright, Edward. 2018. Behavioral Economics (3rd ed) Routledge Advanced Texts. Empfohlen: • Kahneman, Daniel. 2013. Thinking, fast and slow. New York: Farrar, Straus and Giroux. • Thaler, Richard H., und Cass R. Sunstein. 2008. Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness. Yale University Press. • Kocher, Martin und Matthias Sutter 2026. Gemeinsam stark. Kooperation und Vertrauen: Der Schlüssel zum Erfolg in Wirtschaft, Politik und Arbeitsleben. <i>Im Laufe des Semesters werden zusätzlich ausgewählte wissenschaftliche Fachartikel über Moodle bereitgestellt und im Kurs diskutiert.</i>
Weitere Anmerkungen/Sonstiges Die Veranstaltung kann in Teilen oder komplett virtuell erfolgen.

5.11 Gesundheitsorientierte Führung			
Modulkürzel	BUM_ GesoriFuehrung	SPO-Nr.	10
Zuordnung zum Curriculum	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Studiensemester
	Business Management (SPO WS 26/27)	Wahlpflichtfach	2
Modulhäufigkeit	Sommersemester	Moduldauer	1 Semester
Modulverantwortliche(r)	Wolfenstetter, Silke		
Dozent(in)	Wolfenstetter, Silke		
Unterrichtssprache	Deutsch	Prüfungssprache	Deutsch
Leistungspunkte / SWS	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden		47 h
	Selbststudium		78 h
	Gesamtaufwand		125 h
Lehrveranstaltungen des Moduls	Gesundheitsorientierte Führung		
Lehrformen des Moduls	Seminaristischer Unterricht/Übung		
Prüfungsleistungen			
LN - Projektarbeit			
Weitere Angaben zu den Prüfungsleistungen			
Keine			
Voraussetzungen gemäß SPO			
Keine			
Empfohlene Voraussetzungen			
Erfolgreiche Teilnahme an der Vorlesung HR Management und Leadership			
Angestrebte Lernergebnisse			
Fachkompetenz: Die Studierenden - verstehen die Anwendung verschiedener Führungsstile mit Fokus auf die gesundheitsorientierte Führung am Arbeitsplatz - verstehen die Modelle und Theorien gesunder Führung - lernen Präventionsmaßnahmen und die Entstehung von psychischen und physischen Erkrankungen am Arbeitsplatz kennen - verstehen die Aspekte des Betriebliches Gesundheitsmanagements 4.0 - analysieren und evaluieren Unternehmen aus den unterschiedlichen Bereichen im Hinblick auf gesundheitsorientierter Führung			
Methodenkompetenz: Die Studierenden verstehen die Anwendung verschiedener Führungsstile und analysieren diese mit Fokus auf die gesundheitsorientierte Führung am Arbeitsplatz			

- sind in der Lage die Entstehung von psychischen und physischen Erkrankungen am Arbeitsplatz zu erkennen und Präventionsmaßnahmen zu entwickeln
- erarbeiten und analysieren gemeinsam im Team ein Ergebnis bezogen auf die gesundheitsorientierte Führung

Persönlichkeits-/Selbstkompetenz:

Die Studierenden

- sind in der Lage, selbstständig strategische Maßnahmen zu entwerfen und zu optimieren.
- reflektieren kritisch die Rolle der Führung bei den aktuellen Herausforderungen im Unternehmen
- entwickeln ein Bewusstsein für ethische, rechtliche und organisatorische Herausforderungen im Umgang mit Human Resource Management und der gesundheitsorientierten Führung
- können eigenständig Handlungsempfehlungen ableiten

Sozialkompetenz:

Die Studierenden

- verstehen die aktuellen Herausforderung von gesundheitsorientierter Führung und berücksichtigen die ethischen Aspekte
- sind in der Lage, ihre Aufgabenstellungen gemeinsam im Team zu bearbeiten und die Ergebnisse eigenständig zu präsentieren
- sind in der Lage Theorien aus dem Human Resource Management und der Führung auf ihr Projekt zu übertragen
- können ihre Strategien, Analysen und Empfehlungen adressatengerecht präsentieren und fundiert diskutieren

Inhalt

- Einführung in gesundheitsorientierte Führung am Arbeitsplatz
- Modelle und Theorien gesunder Führung
- Prävention und Entstehung von psychischen und physischen Erkrankungen am Arbeitsplatz
- Betriebliches Gesundheitsmanagement 4.0
- Umsetzung in Organisationen, Praxisfälle und Transfer, Evaluation und Zukunft der gesunden Führung
- Übungen zum Stressmanagement und Konfliktmanagement

Literatur

Verpflichtend:

- Pfundt, F., Felfe, J., Pfundt, A. (2014) : The Impact of Health-Oriented Leadership on Follower Health: Development and Test of a New Instrument Measuring Health-Promoting Leadership, February 2014, DOI:[10.1688/zfp-2014-01-Franke](https://doi.org/10.1688/zfp-2014-01-Franke)
- Maack-Schulze, M.; Kauffmann, A.L.; Baß, T.; Agor, K.; Kaestner, R.; Hartweg, H.R.(2020): Betriebliches Gesundheitsmanagement in der Entwicklung: Perspektiven und Grenzen nationaler Gesundheitsförderungs- und Präventionsansätze, Springer Fachmedien Wiesbaden
- Wolfenstetter, S. B.; Lieske, C.; Transformation zum betrieblichen Gesundheitsmanagement 4.0; S. 383 - 406; in: Marc, Knoppe; Nachhaltige Wirtschaftskonzepte; 1. Auflage; Springer Gabler; 09/2025;

Empfohlen:

- Lutz, R., Jungbäck, N., Wischlitzki, E. et al. (2023) Health-oriented leadership, gender-differences and job satisfaction: results from a representative population-based study in Germany. BMC Public Health 23, 105 . <https://doi.org/10.1186/s12889-023-15014-1>

Weitere Anmerkungen/Sonstiges

Die Veranstaltung kann in Teilen oder komplett virtuell erfolgen.

5.12 Managemententscheidungen: Unternehmensführung und Controlling

Modulkürzel	BUM_ ManEnt_ UntFueCont	SPO-Nr.	10
Zuordnung zum Curriculum	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Studiensemester
	Business Management (SPO WS 26/27)	Wahlpflichtfach	2
Modulhäufigkeit	Sommersemester	Moduldauer	1 Semester
Modulverantwortliche(r)	Mayr, Michael; Schmidt, Karin		
Dozent(in)	Mayr, Michael; Schmidt, Karin		
Unterrichtssprache	Deutsch	Prüfungssprache	Deutsch
Leistungspunkte / SWS	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden		47 h
	Selbststudium		78 h
	Gesamtaufwand		125 h
Lehrveranstaltungen des Moduls	Managemententscheidungen: Unternehmensführung und Controlling		
Lehrformen des Moduls	Seminar		
Prüfungsleistungen			
LN - mdlP (15 min)			
Weitere Angaben zu den Prüfungsleistungen			
Die mündliche Prüfung kann als Gruppenprüfung stattfinden.			
Voraussetzungen gemäß SPO			
Keine			
Empfohlene Voraussetzungen			
Keine			
Angestrebte Lernergebnisse			
Die Studierenden ...			
Fachkompetenz:			
- analysieren und bewerten zentrale Instrumente des operativen und strategischen Controllings im Rahmen der Unternehmensführung. - verstehen die Wechselwirkungen zwischen Unternehmensstrategie, Steuerungssystemen und Managemententscheidungen. - reflektieren aktuelle Entwicklungen im Kontext der Unternehmensführung.			
Methodenkompetenz:			
- wenden Controlling-Instrumente fallstudienbasiert auf komplexe Entscheidungssituationen an. - entwickeln strukturierte Lösungsansätze für strategische und operative Problemstellungen. - interpretieren Daten und leiten fundierte Handlungsempfehlungen ab.			

- präsentieren und argumentieren Entscheidungen adressatengerecht.

Persönlichkeits-/Selbstkompetenz:

- treffen Entscheidungen unter Unsicherheit und Zeitdruck.
- reflektieren ihre eigenen Entscheidungsprozesse kritisch.
- entwickeln ein verantwortungsbewusstes Verständnis von Unternehmensführung.
- zeigen Eigeninitiative bei der Analyse und Lösung komplexer Fallstudien.

Sozialkompetenz:

- arbeiten effektiv in Teams an Fallstudienlösungen.
- diskutieren und verteidigen unterschiedliche Lösungsansätze konstruktiv.
- integrieren verschiedene Perspektiven in Entscheidungsprozesse.
- übernehmen Verantwortung in Gruppenarbeitsprozessen.

Inhalt

- Grundlagen der Unternehmensführung
- Rolle des Controllings im Managementprozess
- Fallstudien zu aktuellen Entwicklungen in Unternehmen im Bereich Unternehmensführung und strategisches Controlling
- Fallstudien zu aktuellen Entwicklungen in Unternehmen im Bereich operatives Controlling
- Zusammenwirken von strategischen und operativen Entscheidungen

Literatur
Verpflichtend:

- Weber, J.; Schäffer, U. (2026): *Einführung in das Controlling*, 18. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag.
- Baum, H.-G.; Coenenberg, A.G.; Günther, T. (2013): *Strategisches Controlling*, 5. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag.
- Robbins, S.P.; Coulter, M.; Long, L.K. (2025): *Management*, 16th edition, Pearson.

Empfohlen:

- Die Literaturliste wird im Laufe des Semesters durch aktuelle Fallstudien ergänzt und über Moodle zur Verfügung gestellt.

Weitere Anmerkungen/Sonstiges

Die Veranstaltung kann in Teilen oder komplett virtuell erfolgen.

5.13 Wirtschafts- und Organisationspsychologie

Modulkürzel	BUM_ WirtOrgPsy	SPO-Nr.	10
Zuordnung zum Curriculum	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Studiensemester
	Business Management (SPO WS 26/27)	Wahlpflichtfach	2
Modulhäufigkeit	Sommersemester	Moduldauer	1 Semester
Modulverantwortliche(r)	Pham, Huong		
Dozent(in)	Pham, Huong; Eller, Eric		
Unterrichtssprache	Deutsch	Prüfungssprache	Deutsch
Leistungspunkte / SWS	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden		47 h
	Selbststudium		78 h
	Gesamtaufwand		125 h
Lehrveranstaltungen des Moduls	Wirtschafts- und Organisationspsychologie		
Lehrformen des Moduls	Seminar		
Prüfungsleistungen			
LN - Projektarbeit			
Weitere Angaben zu den Prüfungsleistungen			
Keine			
Voraussetzungen gemäß SPO			
Keine			
Empfohlene Voraussetzungen			
Keine			
Angestrebte Lernergebnisse			
Fachkompetenz: Die Studierenden - verstehen zentrale aktuelle Themen der Wirtschafts- und Organisationspsychologie (insb. Human-AI Collaboration, Diversity/Equity/Inclusion (DEI) und Wellbeing im organisationalen Kontext) - können theoretische Modelle der Arbeits- und Organisationspsychologie auf reale organisationale Fragestellungen anwenden - sind in der Lage, qualitative Forschungsdesigns zur Untersuchung organisationaler Fragestellungen zu verstehen und kritisch zu reflektieren - können empirische Ergebnisse aus Experteninterviews interpretieren und theoriegeleitet einordnen			
Methodenkompetenz: Die Studierenden - entwickeln eigenständig eine theoretisch fundierte Forschungsfrage im Bereich der Wirtschaftspsychologie - planen und führen qualitative Experteninterviews durch - erstellen strukturierte Interviewleitfäden unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Gütekriterien			

- wenden Methoden der qualitativen Inhaltsanalyse (z. B. thematisches Kodieren) an
- analysieren und interpretieren qualitative Daten systematisch und theoriegeleitet

Persönlichkeits-/Selbstkompetenz:

Die Studierenden

- entwickeln die Fähigkeit, komplexe und teilweise unstrukturierte Problemstellungen eigenständig zu bearbeiten
- reflektieren ihre eigene Rolle im Forschungsprozess kritisch (z. B. Einfluss von Vorannahmen, Interpretationen)
- stärken ihre Selbstorganisation im Rahmen eines langfristigen, projektbasierten Arbeitsprozesses
- gehen konstruktiv mit Unsicherheit, offenen Forschungsprozessen und iterativer Arbeit um

Sozialkompetenz:

Die Studierenden

- arbeiten effektiv in selbstorganisierten Kleingruppen
- koordinieren gemeinsame Forschungs- und Analyseprozesse
- führen professionelle Gespräche mit externen Interviewpartner:innen
- reflektieren und diskutieren unterschiedliche Perspektiven in der Gruppe sowie im Plenum
- geben und integrieren strukturiertes Peer-Feedback

Inhalt

- Aktuelle Entwicklungen der Wirtschafts- und Organisationspsychologie: Human-AI Collaboration, DEI und Well-being
- Grundlagen qualitativer Sozialforschung im organisationalen Kontext
- Entwicklung theoretisch fundierter Forschungsfragen
- Konzeption und Durchführung von Experteninterviews
- Interviewtechnik, Leitfadententwicklung und ethische Aspekte qualitativer Forschung
- Auswertung qualitativer Daten mittels qualitativer Inhaltsanalyse / thematischem Kodieren
- Theoriegeleitete Interpretation empirischer Ergebnisse
- Ableitung praxisrelevanter Implikationen für Organisationen

Literatur

Verpflichtend:

- Flick, U., Kardorff, E. V., & Steinke, I. (2004). Qualitative Forschung (Vol. 2). Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH.
- Mayring, P. (2020). Qualitative Forschungsdesigns. In *Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie: Band 2: Designs und Verfahren* (pp. 3-17). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Empfohlen:

- Marabelli, M., & Lirio, P. (2025). AI and the metaverse in the workplace: DEI opportunities and challenges. *Personnel Review*, 54(3), 844-853.
- Gündemir, S., Kanitz, R., Rink, F., Hoever, I. J., & Slepian, M. L. (2024). Beneath the surface: Resistance to diversity, equity, and inclusion (DEI) initiatives in organizations. *Current Opinion in Psychology*, 60, 101922.
- Pereira, V., Hadjielias, E., Christofi, M., & Vrontis, D. (2023). A systematic literature review on the impact of artificial intelligence on workplace outcomes: A multi-process perspective. *Human Resource Management Review*, 33(1), 100857.
- Sonnentag, S., Tay, L., & Nesher Shoshan, H. (2023). A review on health and well-being at work: More than stressors and strains. *Personnel Psychology*, 76(2), 473-510.

Weitere Anmerkungen/Sonstiges

Die Veranstaltung kann in Teilen oder komplett virtuell erfolgen.

5.14 Strategisches & Operatives HR Management

Modulkürzel	BUM_StratOp_HRM	SPO-Nr.	10
Zuordnung zum Curriculum	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Studiensemester
	Business Management (SPO WS 26/27)	Wahlpflichtfach	1,3
Modulhäufigkeit	Wintersemester	Moduldauer	1 Semester
Modulverantwortliche(r)	Lieske, Claudia		
Dozent(in)	Lieske Claudia, Quenzler, Alfred		
Unterrichtssprache	Deutsch	Prüfungssprache	Deutsch
Leistungspunkte / SWS	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden		47 h
	Selbststudium		78 h
	Gesamtaufwand		125 h
Lehrveranstaltungen des Moduls	Strategisches & Operatives HR Management		
Lehrformen des Moduls	Seminaristischer Unterricht/Fallstudien/Übungen		
Prüfungsleistungen			
PF - Portfolioprfüfung schrP - schriftliche Prüfung und individuelle schriftliche Leistung			
Weitere Angaben zu den Prüfungsleistungen			
Keine			
Voraussetzungen gemäß SPO			
Keine			
Empfohlene Voraussetzungen			
Grundkenntnisse im Human Resource Management und Organisationsentwicklung			
Angestrebte Lernergebnisse			
Fachkompetenz: Die Studierenden • kennen wesentliche Handlungsfelder des strategischen und operativen HR-Management • analysieren HR als strategischen Werttreiber im Kontext der Unternehmensstrategie • entwickeln integrierte HR-Strategien unter Berücksichtigung von Markt-, Technologie- und Organisationsanforderungen • kennen wesentliche Vorgehensweise zur Entwicklung einer attraktiven Arbeitgebermarke und wenden diese im unternehmensspezifischen Kontext an • kennen wichtige Aspekte nachhaltigen HR Managements • sind in der Lage, in Krisen situationsadäquat zu reagieren und Lösungen zu finden • wenden zentrale Ergebnisse des strategischen und operativen HR-Managements auf das eigene Unternehmen an • verstehen, wie operative HR-Prozesse effizient und skalierbar gestaltet werden • reflektieren aktuelle Entwicklungen wie Digitalisierung, KI und Future of Work im HR-Kontext			

Methodenkompetenz:

Die Studierenden

- übertragen wissenschaftliche Erkenntnisse auf praxisrelevante Fragestellungen
- wenden Problem-Based Learning zur Lösung komplexer HR-Fallstudien an
- identifizieren Herausforderungen der Unternehmensführung an den Handlungsfeldern des Employee Life Cycle und können diese strukturieren und analysieren
- entwickeln eigenständig HR-Konzepte und Strategien auf Basis strukturierter Analysen
- erstellen HR-Kennzahlensysteme und Dashboards zur Steuerung von Organisationen
- führen Szenarioanalysen und Workforce-Planungen durch
- analysieren Datensätze im HR-Kontext (z. B. Fluktuationsquoten, Performance Management)
- wenden gelernte Inhalte auf unternehmensinterne Problemstellungen an und leiten praxisnahe Handlungsempfehlungen ab

Persönlichkeits-/Selbstkompetenz:

Die Studierenden

- arbeiten eigenständig und selbstorganisiert an komplexen Projekten
- reflektieren kritisch die Rolle von HR im Spannungsfeld von Effizienz, Menschlichkeit und Ethik
- entwickeln fundierte Entscheidungsfähigkeit in unsicheren und dynamischen Kontexten
- zeigen Eigeninitiative bei der Erarbeitung und Vertiefung aktueller HR-Themen
- entwerfen selbstständig strategische Maßnahmen, diskutieren diese kritisch, um folgerichtig zu optimieren.

Sozialkompetenz:

Die Studierenden

- arbeiten effektiv in Teams und übernehmen Verantwortung in Projektkontexten
- präsentieren komplexe Sachverhalte adressatengerecht und überzeugend
- geben und integrieren konstruktives Peer-Feedback
- diskutieren kontroverse HR-Themen fundiert und differenziert
- entwickeln ein Verständnis für Krisensituationen und steigern ihre Resilienzfähigkeit

Inhalt

Das Modul vermittelt vertiefte Kenntnisse und Fähigkeiten im strategischen und operativen HR-Management und ist entlang zentraler Handlungsfelder strukturiert:

- HR als strategischer Partner
- HR-Strategie & Workforce Planning
- Employer Branding Strategien
- Entwicklung von Employer Branding Kampagnen
- Talent Acquisition und Candidate Experience
- Recruiting
- Nachhaltiges HR Management
- Retention-Strategien
- Performance Management & Compensation
- HR Analytics & Digitalisierung
- People Analytics (deskriptiv, prädiktiv)
- Einsatz von KI im HR
- Kompetenzmanagement und -modelle
- Talent Management

- HR in Transformationsprozessen
- HR als Krisenmanager
- Kulturentwicklung
- Future of Work & Ethik
- Praxisbegleitende Fallstudien und Übungen

Literatur

Verpflichtend:

- ERNST, Yvonne, OLFERT, Klaus, 2023. *Personalwirtschaft*, 12., aktualisierte Auflage, Herne : Kiehl. ISBN: 978-3-470-10402-7
- EISELE-WIJNBERGEN, Daniela und Claudia LIESKE, 2021. *Praxisorientierte Personalwirtschaftslehre*. 8. Auflage. Stuttgart: Kohlhammer. ISBN 978-3-17-037784-4
- MACHADO, Carolina, 2025. *Human Resource Management in a Disrupted World*. Lecture Notes on Multidisciplinary Industrial Engineering. Springer, Cham. https://doi-org.thi.idm.oclc.org/10.1007/978-3-031-89948-5_1
- STEINER, Patrick, 2024. *Die Zukunft der HR erfolgreich gestalten*. Wiesbaden: Springer Gabler. https://doi-org.thi.idm.oclc.org/10.1007/978-3-658-45263-6_1

Empfohlen:

- BERTHEL, Jürgen, BECKER, Fred G., 2022. *Personal-Management*. 12. Auflage. ISBN Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-5216-8
- BRÖCKERMANN, Reiner, 2021. *Personalwirtschaft: Lehr- und Übungsbuch für Human Resource Management*. Freiburg: Schäffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft Steuern Recht GmbH. ISBN 978-3-7910-5174-1
- TRÄGER, Thomas, 2021. *Personalmanagement. Grundlagen und Instrumente*. München: Vahlen. ISBN 978-3-8006-5749-01

Weitere Anmerkungen/Sonstiges

Die Veranstaltung kann in Teilen virtuell erfolgen.

5.15 Wirtschafts- und Arbeitsrecht

Modulkürzel	BUM_ WirtArbRecht	SPO-Nr.	10
Zuordnung zum Curriculum	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Studiensemester
	Business Management (SPO WS 26/27)	Wahlpflichtfach	2,3
Modulhäufigkeit	Wintersemester	Moduldauer	1 Semester
Modulverantwortliche(r)	Regler, Michaela		
Dozent(in)	Regler, Michaela		
Unterrichtssprache	Deutsch	Prüfungssprache	Deutsch
Leistungspunkte / SWS	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden		47 h
	Selbststudium		78 h
	Gesamtaufwand		125 h
Lehrveranstaltungen des Moduls	Wirtschafts- und Arbeitsrecht		
Lehrformen des Moduls	Seminaristischer Unterricht/Übung		
Prüfungsleistungen			
Projektarbeit			
Weitere Angaben zu den Prüfungsleistungen			
Keine			
Voraussetzungen gemäß SPO			
Keine			
Empfohlene Voraussetzungen			
Keine			
Angestrebte Lernergebnisse			
Fachkompetenz: Die Studierenden sind in der Lage - die juristischen Standardprobleme in einem Unternehmen richtig anzugehen, einzusortieren und ordnungsgemäß zu dokumentieren - Einfache rechtliche Fälle können selbst bearbeiten werden, sie können diese entscheiden und selber lösen			
Methodenkompetenz: Die Studierenden sind in der Lage Bei komplizierteren Fällen zu erkennen, wann ein Rechtsanwalt aus welchem Fachgebiet hinzugezogen werden muss, können mit ihm entsprechend kommunizieren und wissen welche Informationen diesem dann zur Verfügung gestellt werden müssen, wissen genau wen für was die Beweislage trifft.			

Persönlichkeits-/Selbstkompetenz: Die Studierenden - Können damit dann das jeweilige Prozessrisiko erkennen und bewerten und sind sicher im rechtlichen zulässigen Rahmen handelnd ein Unternehmen souverän aus juristischen Problemen zu führen Sozialkompetenz: Die Studierenden - Lernen wie mit einem Rechtsanwalt zu kommunizieren ist - Lernen möglichst rechtzeitig ein juristisches Problem außergerichtlich lösungsorientiert anzugehen und somit möglichst schon im Vorfeld einen teuren langen Klageweg zu vermeiden
Inhalt - Grundlagen des deutschen Rechtssystems - Grundlagen des Handelsrechts, Gesellschaftsformen, - Kaufrecht, e Commerce, Verbraucherschutz, Verbrauchsgüterkauf, - allgemeine Geschäftsbedingungen (Beispiel: Mietvertrag, Liefervertrag), - Leistungsstörungen - Allgemeines Arbeitsrecht: AGG, Besondere Formen des Arbeitsverhältnisses, Beendigung des Arbeitsverhältnisses, besonderer Kündigungsschutz, Betriebsübergang, kollektives Arbeitsrecht - Vertiefung Arbeitsrecht: aus Unternehmersicht: Entgelttransparenzgesetz, Hinweisgesetzschutzgesetz - DSGVO - Markenrecht und Urheberrecht - Prozessrecht (Rechtsmittel, Abmahnung, verschiedene Klagearten, einstweiliger Verfügung, Beweislast)
Literatur Verpflichtend: - Bürgerliches Gesetzbuch: BGB dtv Verlagsgesellschaft. (2026). <i>Bürgerliches Gesetzbuch: BGB</i> (97. Aufl.). München: dtv. ISBN: 978-3-423-53333-1 - Arbeitsgesetze: ArbG dtv Verlagsgesellschaft. (2026). <i>Arbeitsgesetze: ArbG</i> (108. Aufl.). München: dtv. ISBN: 978-3-423-53330-0 Empfohlen: - Arbeitsrecht Wörten, R., & Kokemoor, A. (2023). <i>Arbeitsrecht</i> (14. Aufl.). München: Vahlen. ISBN: 978-3-8006-7127-4 - Rechtsfälle aus dem Wirtschaftsprivatrecht Eisenmann, H., Quittnat, J., & Tavakoli, A. (2014). <i>Rechtsfälle aus dem Wirtschaftsprivatrecht</i> (10. Aufl.). Heidelberg: C.F. Müller. ISBN: 978-3-8114-9514-2 - Wirtschaftsprivatrecht Schade, G. F., Feldmann, E., & Graewe, D. (2022). <i>Wirtschaftsprivatrecht: Grundlagen des Bürgerlichen Rechts und des Wirtschaftsrechts</i> (5. Aufl.). Stuttgart: Kohlhammer. ISBN: 978-3-17-040886-9 - Wirtschaftsprivatrecht Müssig, P. (2024). <i>Wirtschaftsprivatrecht: Rechtliche Grundlagen wirtschaftlichen Handelns</i> (24. Aufl.). Heidelberg: C.F. Müller. ISBN: 978-3-8114-6212-0 - Wirtschaftsrecht an Hochschulen Zwecker, K.-T., & Zwecker, K. (2022). <i>Wirtschaftsrecht an Hochschulen: Ein vorlesungsbegleitendes Arbeitsbuch</i> (2. Aufl.). Stuttgart: Kohlhammer. ISBN: 978-3-17-040878-4 - Rechtsfälle aus dem Wirtschaftsprivatrecht Tavakoli, A., Eisenberg, C., & Jautz, U. (2023). <i>Rechtsfälle aus dem Wirtschaftsprivatrecht</i> (11. Aufl.). Heidelberg: C.F. Müller. ISBN: 978-3-8114-6079-9
Weitere Anmerkungen/Sonstiges Die Veranstaltung kann in Teilen oder komplett virtuell erfolgen.

5.16 Master Thesis

Modulkürzel	BUM_MA_Thesis	SPO-Nr.	11
Zuordnung zum Curriculum	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Studiensemester
	Business Management (SPO WS 26/27)	Pflichtfach	1
Modulhäufigkeit	Sommer- und Wintersemester	Moduldauer	1 Semester
Modulverantwortliche(r)	Jünger, Michael		
Dozent(in)	Profs THI BS		
Unterrichtssprache	Deutsch	Prüfungssprache	Deutsch
Leistungspunkte / SWS	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden	47 h	
	Selbststudium	78 h	
	Gesamtaufwand	125 h	
Lehrveranstaltungen des Moduls	Master Thesis		
Lehrformen des Moduls	Masterarbeit mit Kolloquium		
Prüfungsleistungen			
MA - Masterarbeit mit Kolloquium			
Weitere Angaben zu den Prüfungsleistungen			
Keine			
Voraussetzungen gemäß SPO			
Das Thema der Masterarbeit wird frühestens zu Beginn des zweiten Studiensemesters ausgegeben. Die Ausgabe des Themas der Masterarbeit setzt voraus, dass mindestens Studien- und Prüfungsleistungen im Umfang von 30 ECTS erfolgreich abgelegt wurden. Die Bearbeitungszeit der Masterarbeit beträgt sechs Monate.			
Empfohlene Voraussetzungen			
Keine			
Angestrebte Lernergebnisse			
In der Masterarbeit stellt der/die Studierende unter Beweis, dass er/sie fähig ist, innerhalb eines vorgegebenen Zeitraums ein komplexes Problem aus dem Gebiet Marketing / Vertrieb / Medien umfassend, praxisbezogen und wissenschaftlich fundiert selbstständig zu erarbeiten. Eine (allgemein) existierende Wissenslücke ist zu schließen. Der Praxisbezug soll insbesondere durch die Zusammenarbeit mit einem betreuenden Unternehmen gewährleistet werden, ist aber nicht Voraussetzung. Die Studierenden weisen hierbei nach, dass sie die komplexe Problemstellung intensiv analysieren und bearbeiten können, dabei mit möglichen Partnern professionell kommunizieren und zu Entscheidungen kommen bzw. Lösungen finden. Hierbei soll gezeigt werden, dass selbständig wissenschaftlich und kreativ gedacht, gearbeitet und formuliert werden kann. Die Thesen, Methoden und Ergebnisse sind durch den Studenten zu präsentieren, zu begründen und in einer Diskussion zu verteidigen.			
Inhalt			
1. Individuelle Definition des Themas der Masterarbeit 2. Planung der Masterarbeit			

3. Projektdurchführung 4. Projektcontrolling
Literatur
Verpflichtend: Ergibt sich aus der Aufgabenstellung der Masterarbeit. Empfohlen: Ergibt sich aus der Aufgabenstellung der Masterarbeit.
Weitere Anmerkungen/Sonstiges
Die Veranstaltung kann in Teilen oder komplett virtuell erfolgen. Gemäß §18 (5) APO gilt für Dual Studierende außerdem: • Dual Studierende erstellen die Abschlussarbeit in Kooperation mit dem Praxispartner unter wissenschaftlicher Leitung der Hochschule. • Die akademische Betreuung hochschuleitig steht in Kontakt mit dem Praxispartner und es findet mindestens einmal ein wissenschaftlicher Austausch statt. • Die wesentlichen Ergebnisse der Arbeit sind dem Praxispartner und dem betreuenden Professor durch den dualen Studierenden zu präsentieren