

MODULHANDBUCH

Master of Arts

Master Nachhaltiges Management (FS-MANM-60)

60 CP

Fernstudium

Klassifizierung: weiterbildend

Inhaltsverzeichnis

1. Semester

Modul DLMNMNB: Nachhaltige Betriebswirtschaftslehre

Modulbeschreibung	6
Kurs DLMNMNB01: Nachhaltige Betriebswirtschaftslehre	8

Modul DLMNMOEAN: Ökonomische Ansätze der Nachhaltigkeit

Modulbeschreibung	11
Kurs DLMNMOEAN01: Ökonomische Ansätze der Nachhaltigkeit	13

Modul DLMNMGHNE: Globale Herausforderungen und nachhaltige Entwicklung

Modulbeschreibung	16
Kurs DLMNMGHNE01: Globale Herausforderungen und nachhaltige Entwicklung	18

Modul DLMNMZGM: Zukunftsfähige Geschäftsmodelle

Modulbeschreibung	21
Kurs DLMNMZGM01: Zukunftsfähige Geschäftsmodelle	23

Modul DLMSVEWM: Ethik- und Wertemanagement

Modulbeschreibung	26
Kurs DLMSVEWM01: Ethik- und Wertemanagement	28

Modul DLMMET-01: Forschungsmethodik

Modulbeschreibung	32
Kurs MMET01-01: Forschungsmethodik	34

2. Semester

Modul DLMMASMR: Seminar: Marketing Responsibility

Modulbeschreibung	40
Kurs DLMMASMR01: Seminar: Marketing Responsibility	42

Modul DLMNMWIP: Internationale Perspektiven

Modulbeschreibung	47
Kurs DLMINTMAB01_D: Management in einer globalisierten Welt	50
Kurs DLMNMSERM01: Seminar: Ethische Reflexion im Management	53

Modul DLMNMWNEET: Nachhaltige Entwicklung und Ethik von Technologien

Modulbeschreibung	56
-------------------------	----

Kurs DLMDWWIOT01: Internet of Things	58
Kurs DLMNMSERM01: Seminar: Ethische Reflexion im Management	61
Modul DLMNMWRL: Responsible Leadership	
Modulbeschreibung	64
Kurs MMAN02-02: Leadership	67
Kurs DLMNMSERM01: Seminar: Ethische Reflexion im Management	71
Modul DLMNMESPD_E: Sustainable product development	
Modulbeschreibung	74
Kurs DLMBPDDT01: Product Development	76
Kurs DLMNMSERM01_E: Seminar: Ethical Reflection in Management	80
Modul DLMNMWNUG: Nachhaltige Unternehmensgründung	
Modulbeschreibung	83
Kurs DLMBIED01-01: Innovation und Entrepreneurship	86
Kurs DLMNMSERM01: Seminar: Ethische Reflexion im Management	91
Modul DLMNMWIKM: Interkulturelles Management	
Modulbeschreibung	94
Kurs DLMINTIM01_D: Interkulturelles Management	97
Kurs DLMNMSERM01: Seminar: Ethische Reflexion im Management	101
Modul DLMEAIMAIP: AI and Mastering AI Prompting	
Modulbeschreibung	104
Kurs DLMAIAI01: Artificial Intelligence	106
Kurs DLMPAIECPT01: Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques	110
Modul DLMMAB: Masterarbeit	
Modulbeschreibung	113
Kurs DLMMAB01: Masterarbeit	115
Kurs DLMMAB02: Kolloquium	118

1. Semester

Nachhaltige Betriebswirtschaftslehre

Modulcode: DLMNMNB

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Karsten Hurrelmann (Nachhaltige Betriebswirtschaftslehre)

Kurse im Modul

- Nachhaltige Betriebswirtschaftslehre (DLMNMNB01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Wissenschaftliche Grundlagen einer nachhaltigen BWL
- Rolle von Unternehmen im Kontext einer nachhaltigen Entwicklung
- Entwicklung von Perspektiven und Modellen einer nachhaltigen Unternehmensführung
- Nachhaltigkeit in den Managementdisziplinen
- Ausblick: Nachhaltigkeit in der Praxis, internationalen Diskussion und akademischen Forschung

Qualifikationsziele des Moduls**Nachhaltige Betriebswirtschaftslehre**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Betriebswirtschaftslehre aus der Perspektive des nachhaltigen Managements neu zu denken und zu verstehen.
- die wichtigsten Begriffe, Theorien und Modelle des nachhaltigen Managements in der Praxis anzuwenden.
- die neue Rolle der Unternehmen in der Gesellschaft und in der betriebswirtschaftlichen Praxis zu verstehen.
- die verschiedenen Dimensionen der Nachhaltigkeit in Managemententscheidungen zu integrieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Nachhaltige Betriebswirtschaftslehre

Kurscode: DLMNMNB01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Dieser Kurs stellt die neue betriebswirtschaftliche Sichtweise auf nachhaltiges Management und Unternehmertum dar. Es werden die gängigen Begriffe sowie Theorien und Modelle einer nachhaltigen BWL vorgestellt und praxisnah erläutert, um den Studierenden so die Möglichkeit zu geben, das erlangte Wissen auch in der Praxis umzusetzen. Auf diese Weise bereitet der Kurs darauf vor, nachhaltiges Management in die eigenen zukünftigen Managemententscheidungen zu integrieren. Zugleich stellt er die konzeptionelle Basis für den Studiengang und die weiteren inhaltlichen Vertiefungen und Exkurse dar. Auf die Frage „Profit oder Nachhaltigkeit?“ hört man aus der unternehmerischen Praxis sowie aus der Wissenschaft zunehmend dieselbe Antwort: „Sowohl als auch!“ Die Welt erlebt gegenwärtig eine Transformation der Geschäftsmodelle und Managementansätze in großen und mittelständischen Unternehmen. Diese gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Veränderungen positiv anzunehmen und somit als unternehmerische Chance zu begreifen, sind die Grundlage für ein neues Managementparadigma – Unternehmerischer Erfolg durch nachhaltiges Management.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Betriebswirtschaftslehre aus der Perspektive des nachhaltigen Managements neu zu denken und zu verstehen.
- die wichtigsten Begriffe, Theorien und Modelle des nachhaltigen Managements in der Praxis anzuwenden.
- die neue Rolle der Unternehmen in der Gesellschaft und in der betriebswirtschaftlichen Praxis zu verstehen.
- die verschiedenen Dimensionen der Nachhaltigkeit in Managemententscheidungen zu integrieren.

Kursinhalt

1. Wissenschaftliche Grundlagen einer nachhaltigen BWL
 - 1.1 Philosophische Grundlagen und Erkenntnistheoretische Perspektiven der BWL
 - 1.2 Neuere Empirische Erkenntnisse als Basis für eine nachhaltige BWL
2. Rolle von Unternehmen im Kontext einer nachhaltigen Entwicklung
 - 2.1 Gesellschaftliche Entwicklungen und Unternehmerische Herausforderungen

- 2.2 Unternehmertum als Treiber gesellschaftlicher Entwicklung
- 2.3 Mindset des nachhaltigen Unternehmertums – Überwindung des Trade off Denkens im Management
3. Entwicklung von Perspektiven und Modellen einer nachhaltigen Unternehmensführung
 - 3.1 Neue ökonomische Ansätze in der BWL
 - 3.2 Purpose und Unternehmenszweck als Basis der Unternehmensstrategie
 - 3.3 Impact unternehmerischen Handelns als Basis der Unternehmenssteuerung
4. Nachhaltigkeit in den Managementdisziplinen
 - 4.1 Unterschied zwischen Nachhaltigkeitsmanagement und nachhaltigem Management
 - 4.2 Integration von unternehmerischen Entscheidungen in den BWL-Disziplinen
 - 4.3 Interdisziplinäre Erkenntnisse und Konzepte zur Weiterentwicklung der BWL
5. Ausblick: Nachhaltigkeit in der Praxis, internationalen Diskussion und akademischen Forschung
 - 5.1 Weitere Fallstudien & Case-Studies
 - 5.2 Internationale Perspektiven
 - 5.3 Ausblick auf aktuelle Forschungsfragen und -gebiete der nachhaltigen BWL

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Berg, C. (2020). Ist Nachhaltigkeit utopisch? Wie wir Barrieren überwinden und zukunftsfähig handeln. oekom.
- Ernst, D., S., Sailer, U. S., & Gabriel, R. S. (2021). Nachhaltige Betriebswirtschaft (2. Aufl.). UVK Verlag.
- Kostka, C., & SeKostka, S. (2011). Kontinuierlicher Verbesserungsprozess. Methoden des KVP. 5. Aufl. Carl Hanser Verlag, München.
- Kotter, J. P. (2011). Leading Change. Franz Vahlen, München: Wie Sie Ihr Unternehmen in acht Schritten erfolgreich verändern.
- Mayer, K. (2020). Nachhaltigkeit: 125 Fragen und Antworten: Wegweiser für die Wirtschaft der Zukunft (2., erweiterte und aktualisierte Auflage). Springer Gabler.
- Sassen, R., Azizi, L., Bien, C., & Braun, V. (2021). Studie: Stand nachhaltigen Wirtschaftens in Deutschland.
- Schneider, A. & Schmidpeter, R. (2015): Corporate Social Responsibility. Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis. 2. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Ökonomische Ansätze der Nachhaltigkeit

Modulcode: DLMNMOEAN

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Hans-Jörg Beilharz (Ökonomische Ansätze der Nachhaltigkeit)

Kurse im Modul

- Ökonomische Ansätze der Nachhaltigkeit (DLMNMOEAN01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Wissenschaftliche Grundlagen einer nachhaltigen Volkswirtschaftslehre
- Ethik und Ökonomie
- Grundsätze einer nachhaltigen Volkswirtschaftslehre
- Neue Ansätze einer nachhaltigen Volkswirtschaftslehre
- Wirtschaftskreisläufe
- Aktuelle Entwicklung der nachhaltigen Ökonomie

Qualifikationsziele des Moduls**Ökonomische Ansätze der Nachhaltigkeit**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- über eine wissenschaftliche Basis und Wissen über ökonomische Entwicklungen und Zusammenhänge zu verfügen.
- Volkswirtschaften kritisch zu hinterfragen und ökonomische Abläufe zu analysieren.
- neue Ansätze einer nachhaltigen Volkswirtschaft in der Praxis anzuwenden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Volkswirtschaftslehre

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Ökonomische Ansätze der Nachhaltigkeit

Kurscode: DLMMMOEAN01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Beim Kurs ökonomische Ansätze der Nachhaltigkeit wird den Studierenden eine breite volkswirtschaftliche Betrachtung der Nachhaltigkeit ermöglicht. Auf diese Weise sollen die Studierenden alte sowie neue ökonomische Entwicklungen und Zusammenhänge verstehen, die dazu führten, dass nachhaltiges Management sich entwickelte. Darüber hinaus werden in diesem Kurs philosophische als auch wirtschaftliche Betrachtungsweisen auf die Ökonomie verbunden und dem Studierenden als Modelle und Instrumente an die Hand gegeben.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- über eine wissenschaftliche Basis und Wissen über ökonomische Entwicklungen und Zusammenhänge zu verfügen.
- Volkswirtschaften kritisch zu hinterfragen und ökonomische Abläufe zu analysieren.
- neue Ansätze einer nachhaltigen Volkswirtschaft in der Praxis anzuwenden.

Kursinhalt

1. Wissenschaftliche Grundlagen einer nachhaltigen Volkswirtschaftslehre
 - 1.1 Entwicklung der Volkswirtschaft über die zentralen Epochen
 - 1.2 Philosophische Grundlagen der Ökonomie
 - 1.3 Neue Entwicklungspolitische Modelle und Konzepte in der Ökonomik
 - 1.4 Wohlstandsbegriffe und Konzepte gesellschaftlicher Entwicklungen
2. Ethik und Ökonomie
 - 2.1 Wirtschaftsethische Ansätze
 - 2.2 Unternehmensethische Ansätze
 - 2.3 Integrative Management-Ansätze
 - 2.4 Neuere internationale Ansätze in der Integration von Ethik in der Ökonomie
3. Grundsätze einer nachhaltigen Volkswirtschaftslehre
 - 3.1 Kritische Reflexion klassischer VWL Ansätze
 - 3.2 Ansatz der sozialen Marktwirtschaft im internationalen Vergleich (Vergleich von kapitalistischen Ausprägungen)

- 3.3 Nachhaltiges Wirtschaftswachstum und sozioökonomische Wirtschaftsordnungspolitik
- 4. Neue Ansätze einer nachhaltigen Volkswirtschaftslehre
 - 4.1 Verhaltensökonomische Grundlagen einer nachhaltigen VWL
 - 4.2 Evolutions- und Innovationspolitische Ansätze
 - 4.3 Ansatz des Club of Rome
 - 4.4 Volkswirtschaftliche Messgrößen und ökonomische Ansätze
- 5. Wirtschaftskreisläufe
 - 5.1 Circular Economy
 - 5.2 Sharing Economy
 - 5.3 Plattformökonomie
- 6. Aktuelle Entwicklung der nachhaltigen Ökonomie
 - 6.1 Aktuelle Studien und Erkenntnisse im internationalen Sustainability Diskurs
 - 6.2 Case Studies

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Aßländer, M. S. (Hrsg.). (2011). Handbuch Wirtschaftsethik. Metzler, S. 71-131.
- Conrad, C. A. (2020). Wirtschaftsethik. Eine Voraussetzung für Produktivität (Springer eBook Collection, 2. Aufl.). Springer Gabler, S. 241-377.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Repetitorium <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Globale Herausforderungen und nachhaltige Entwicklung

Modulcode: DLMNMGHNE

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Christian Kroll (Globale Herausforderungen und nachhaltige Entwicklung)

Kurse im Modul

- Globale Herausforderungen und nachhaltige Entwicklung (DLMNMGHNE01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Gesellschaftliche Herausforderungen und Entwicklungen des 21ten Jahrhunderts
- Modelle und Konzepte der nachhaltigen Entwicklung
- Best Practise in der Implementierung der Sustainable Development Goals
- Wandel und Entwicklung von Regierungen und Politik
- Internationale Regularien und Vorgaben
- Implementierung internationaler Standards in Unternehmen

Qualifikationsziele des Moduls**Globale Herausforderungen und nachhaltige Entwicklung**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die gesellschaftlichen Herausforderungen in Bezug auf eine nachhaltige Entwicklung und deren unternehmerischen Auswirkungen zu verstehen.
- gängige Modelle und Konzepte der nachhaltigen Entwicklung im unternehmerischen Kontext anzuwenden.
- soziale, ökonomische und ökologische Entwicklungen sowie Herausforderungen für ihr Unternehmen zu erkennen.
- globale und internationale Regularien sowie nationale Entwicklungen im Bereich der nachhaltigen Entwicklungen zu kennen und betriebswirtschaftlich zu nutzen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Qualitäts- & Nachhaltigkeitsmanagement

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus dem Bereich Transport & Logistik

Globale Herausforderungen und nachhaltige Entwicklung

Kurscode: DLMNMGHNE01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs globale Herausforderungen und nachhaltige Entwicklungen gibt Überblick der aktuellen globalen Herausforderungen für die Unternehmen im Kontext der nachhaltigen Entwicklung. Für Manager, die ihr Unternehmen fit für die Zukunft gestalten möchten, gilt es die gesellschaftlichen Diskussionen und deren unternehmerischen Herausforderungen zu kennen und einschätzen zu können. Das Modul gibt neben dem globalen Überblick auch spezifische Einblicke in die nachhaltigen Entwicklungen in unterschiedlichen Ländern, Märkten und Wertschöpfungsketten. Neueste wissenschaftliche Erkenntnisse, sowie nationale und internationale Regularien und Vorschriften werden erörtert, um den Kontext unternehmerischer Herausforderungen besser zu verstehen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die gesellschaftlichen Herausforderungen in Bezug auf eine nachhaltige Entwicklung und deren unternehmerischen Auswirkungen zu verstehen.
- gängige Modelle und Konzepte der nachhaltigen Entwicklung im unternehmerischen Kontext anzuwenden.
- soziale, ökonomische und ökologische Entwicklungen sowie Herausforderungen für ihr Unternehmen zu erkennen.
- globale und internationale Regularien sowie nationale Entwicklungen im Bereich der nachhaltigen Entwicklungen zu kennen und betriebswirtschaftlich zu nutzen.

Kursinhalt

1. Modelle und Konzepte der nachhaltigen Entwicklung
 - 1.1 Historie der Nachhaltigen Entwicklung
 - 1.2 Planetary Boundaries
 - 1.3 Limits of Growth
 - 1.4 Donut Economy
 - 1.5 Sustainable Development Goals
2. Gesellschaftliche Herausforderungen und Entwicklungen des 21ten Jahrhunderts

- 2.1 Soziale Herausforderungen & Entwicklungen
- 2.2 Ökonomische Herausforderungen & Entwicklungen
- 2.3 Ökologische Herausforderungen & Entwicklungen
- 2.4 Neuere Perspektiven auf das Wechselspiel Wirtschaft-Gesellschaft

3. Good Practise in der Implementierung der SDGs
 - 3.1 Social SDGs - People
 - 3.2 Environmental SDGs – Planet
 - 3.3 Economic SDGs – Prosperity
 - 3.4 Collaboration and Development SDGs – Partnership

4. Wandel und Entwicklung von Gesellschaft und Politik
 - 4.1 Europa
 - 4.2 Nord- und Südamerika
 - 4.3 Asien
 - 4.4 Afrika

5. Internationale Regularien und Vorgaben
 - 5.1 Nationale und internationale Organisationen der nachhaltigen Entwicklung
 - 5.2 Nationale und internationale Vorgaben
 - 5.3 Aktuelle Nachhaltigkeits-Kodizes und Standards
 - 5.4 Umsetzung der Standards, Gesetze und Kodizes in der Unternehmens Governance

6. Implementierung internationaler Standards in Unternehmen
 - 6.1 Global Reporting Initiative (GRI)
 - 6.2 United Nation Frameworks (UN)
 - 6.3 ISO 26000
 - 6.4 Internationale Supply Chain Standards
 - 6.5 Internationale Finance Standards

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Blättel-Mink, B., Hickler, T., Küster, S. & Becker, H. (Hrsg.) (2021). Nachhaltige Entwicklung in einer Gesellschaft des Umbruchs. Springer VS.
- Grunwald, A. & Kopfmüller, J. (2022). Nachhaltigkeit (3. Aufl.). Campus Verlag.
- Holzbaur, U. (2020). Nachhaltige Entwicklung. Der Weg in eine lebenswerte Zukunft. Springer.
- Sachs, J. D. (2015). The age of sustainable development. Columbia University Press.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Zukunftsfähige Geschäftsmodelle

Modulcode: DLMNMZGM

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Sabine Pur (Zukunftsfähige Geschäftsmodelle)

Kurse im Modul

- Zukunftsfähige Geschäftsmodelle (DLMNMZGM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen nachhaltiger Geschäftsmodelle
- Aktuelle Entwicklungen nachhaltiger Geschäftsmodelle
- Wirkungsorientierte Unternehmensführung
- Kennzahlen und Messung
- Nachhaltige Geschäftsmodelle in der Praxis
- Praxisbeispiele

Qualifikationsziele des Moduls**Zukunftsfähige Geschäftsmodelle**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen nachhaltiger Geschäftsmodelle in der Praxis anzuwenden.
- Geschäftsmodelle kritisch hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit zu bewerten.
- Potenziale nachhaltiger Geschäftsmodelle zu erkennen.
- wirkungsorientierte Geschäftsmodelle zu konzipieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Zukunftsfähige Geschäftsmodelle

Kurscode: DLMNMZGM01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs zukunftsfähige Geschäftsmodelle bereitet die Studierenden auf nachhaltige Geschäftsmodelle vor. Dabei steht der Fokus auf neu gegründeten Unternehmen, die Nachhaltigkeit von Anfang an in die Unternehmensstrategie integrieren, aber auch auf die nachhaltige Transformation von bereits bestehenden Geschäftsmodellen. Dabei sollen den Studierenden adäquate Modelle und Instrumente zur Hand gegeben werden, um das Wissen zu nachhaltigen Geschäftsmodellen in der Praxis anzuwenden, sowie Herausforderungen und Potenziale dieser Unternehmen zu erkennen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen nachhaltiger Geschäftsmodelle in der Praxis anzuwenden.
- Geschäftsmodelle kritisch hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit zu bewerten.
- Potenziale nachhaltiger Geschäftsmodelle zu erkennen.
- wirkungsorientierte Geschäftsmodelle zu konzipieren.

Kursinhalt

1. Grundlagen nachhaltiger Unternehmensführung
 - 1.1 Konzeptionelle Grundlagen
 - 1.2 Betriebswirtschaftliche und gesellschaftliche Potenziale nachhaltiger Unternehmensführung
 - 1.3 Typen nachhaltiger Geschäftsmodelle
2. Aktuelle Entwicklungen nachhaltiger Geschäftsmodelle
 - 2.1 Vorgehensweisen
 - 2.2 Rechtsformen
 - 2.3 Rahmenbedingungen
 - 2.4 Rolle der Stakeholder
3. Wirkungsorientierte Geschäftsmodelle
 - 3.1 Einführung Impactorientierung
 - 3.2 Übersicht konzeptioneller Grundlagen

- 3.3 Methoden Impact-orientierter Geschäftsmodelle
- 4. Kennzahlen und Messung
 - 4.1 Übersicht der wichtigsten Ansätze
 - 4.2 Wirkung und Impact Measurement
- 5. Nachhaltige Geschäftsmodelle in der Praxis
 - 5.1 Bedeutung nachhaltiger Geschäftsmodelle im Rahmen der „Nachhaltigen Entwicklung“
 - 5.2 Bedeutung nachhaltiger Geschäftsmodelle für KMUs
 - 5.3 Integration von Geschäftsmodellen in bestehende Unternehmensstrukturen
- 6. Praxisbeispiele
 - 6.1 Case Studies
 - 6.2 Best Practise Beispiele

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Bungard, P. (Hrsg.) (2018). CSR und Geschäftsmodelle. Management-Reihe Corporate Social Responsibility. Springer Berlin Heidelberg.
- Wellbrock, W., Ludin, D. & Krauter, S. (2020). Nachhaltigkeitscontrolling. essentials. Springer VS.
- Wunder, T. (Hrsg.) (2017). CSR und Strategisches Management. Management-Reihe Corporate Social Responsibility. Springer Berlin Heidelberg.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Ethik- und Wertemanagement

Modulcode: DLMSVEWM

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Anja Frohnen (Ethik- und Wertemanagement)

Kurse im Modul

- Ethik- und Wertemanagement (DLMSVEWM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Gesetzliche Vorgaben und Zielorientierungen
- Theoretische Grundlegungen der Wertebildung
- Werte und Wertemanagement
- Theoretische Grundlegungen für die Entwicklung von Haltung
- Entwicklung einer ethisch-moralischen Grundhaltung
- Ethisches und wertebezogenes Verhalten und Handeln
- Umgang mit Macht
- Umgang mit ethischen Dilemmata und Wertekonflikten

Qualifikationsziele des Moduls**Ethik- und Wertemanagement**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- gesetzliche Vorgaben und Zielorientierungen für ethisches Handeln zu benennen.
- theoretische Grundlegungen der Wertebildung und für die Entwicklung von Haltung darzustellen.
- wesentliche Aspekte zur Entwicklung einer ethisch-moralischen Grundhaltung zu diskutieren und zu bewerten.
- die zentralen Voraussetzungen für ethisches und wertbezogenes Handeln zu erläutern und zu analysieren.
- Möglichkeiten zum Umgang mit Macht und Machtkonflikten abzuleiten und zu initiieren.
- ethischen Dilemmata und Wertkonflikten zu analysieren und diesen mit Möglichkeiten des Umgangs zu begegnen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Ethik- und Wertemanagement

Kurscode: DLMSVEWM01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Moralische Ethik und Entwicklung sind in modernen Gesellschaften Bestandteile einer ganzheitlichen Menschenbildung im Lebenslauf. Dabei sind Alltag und Zusammenleben durch Interaktion zwischen Menschen, die sich in unterschiedlichen Kontexten bewegen, geprägt. In Konstellationen, in denen Menschen mit anderen zusammenarbeiten und diese bspw. bei der persönlichen und/oder beruflichen Weiterentwicklung unterstützen und beraten, übernehmen sie eine hohe Verantwortung. Sei es in Bezug auf die Erfüllung ihrer Aufgaben, die Verantwortlichkeit eine professionelle Haltung zu zeigen oder auch das eigene Handeln an ethischen Vorgaben zu orientieren. Um Ermöglichungsbedingungen je eigener geistiger und physischer Handlungsfähigkeiten zu schaffen, ist die gezielte Entwicklung einer ethisch-moralischen Grundhaltung sowie darauf aufbauendem ethischen und wertbezogenen Verhalten und Handelns wesentlich. Daher soll zunächst reflektiert werden, welche Vorgaben und Zielorientierungen unser Handeln bestimmen. Da diese komplex sind und mit Unsicherheiten belegt sein können, werden daran anschließend die theoretischen Grundlegungen einer Wertebildung analysiert und Werte sowie Wertemanagement näher betrachtet. Darüber hinaus werden im Kurs die theoretischen Grundlegungen für die Entwicklung von Haltung diskutiert und Prozesse der Entwicklung einer ethisch-moralischen Grundhaltung aufgezeigt. Dabei geht es aber nicht nur darum die theoretischen Grundlagen für ethisch-moralische Fragen und Fragen des Managements von Werten zu legen, sondern insbesondere darum die Studierenden dabei zu unterstützen, dieses in ethisches und wertbezogenes Verhalten und Handeln zu übersetzen und Möglichkeiten im Umgang den benannten Fragen zu schaffen. Daher werden nachfolgend auch der Umgang mit Macht sowie ethischen Dilemmata und Wertekonflikten diskutiert. Dies ist besonders wichtig, denn in sozialen Beziehungen spielt Macht eine wichtige Rolle. Dabei geht es nicht nur um Selbstbehauptung, sondern unter anderem auch um Einfluss, Kontrolle und Durchsetzungsvermögen und das je nach beteiligten Personen und Kontexten in unterschiedlichsten Ausprägungen. Entsprechend sollen verschiedene Grundlagen von Macht und Prozesse der Machtverteilung identifiziert werden, so dass sich Handlungsspielräume im Umgang mit diesen entwickeln können. Schlussendlich wird es im Kurs darum gehen die Frage zu beantworten, wie ethischen Dilemmata und Wertekonflikten begegnet und wie mit diesen umgegangen werden kann.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- gesetzliche Vorgaben und Zielorientierungen für ethisches Handeln zu benennen.
- theoretische Grundlegungen der Wertebildung und für die Entwicklung von Haltung darzustellen.
- wesentliche Aspekte zur Entwicklung einer ethisch-moralischen Grundhaltung zu diskutieren und zu bewerten.
- die zentralen Voraussetzungen für ethisches und wertebezogenes Handeln zu erläutern und zu analysieren.
- Möglichkeiten zum Umgang mit Macht und Machtkonflikten abzuleiten und zu initiieren.
- ethischen Dilemmata und Wertkonflikten zu analysieren und diesen mit Möglichkeiten des Umgangs zu begegnen.

Kursinhalt

1. Gesetzliche Vorgaben und Zielorientierungen
 - 1.1 Gesetzliche Grundlagen
 - 1.2 Ethische Richtlinien und Standards
 - 1.3 Ethik-Kommissionen: Auseinandersetzung mit Fehlverhalten
 - 1.4 Orientierung an einer Berufsethik und -professionalität
2. Theoretische Grundlegungen der Wertebildung
 - 2.1 Begrifflichkeiten: Kultur, Werte, Normen, Ziele
 - 2.2 Soziale Regeln und Konventionen
 - 2.3 Werte als Beweggründe des eigenen Handelns
3. Werte und Wertemanagement
 - 3.1 Gesellschaftsbezogene Werte
 - 3.2 Organisationsbezogene Werte
 - 3.3 Persönliche Lebenswerte
 - 3.4 Wertemanagement
4. Theoretische Grundlegungen für die Entwicklung von Haltung
 - 4.1 Begrifflichkeiten: Tugend, Moral, Ethos, Ethik
 - 4.2 Moralisches Handeln und Urteilsvermögen
 - 4.3 Haltung als Voraussetzung für Handlung
5. Entwicklung einer ethisch-moralischen Grundhaltung
 - 5.1 Identitätsentwicklung
 - 5.2 Persönliche Werteentwicklung
 - 5.3 Gesellschaftliche Faktoren

- 5.4 Reflexionsbereitschaft und Wertestabilität
6. Ethisches und wertebezogenes Verhalten und Handeln
 - 6.1 Professionelle Haltung
 - 6.2 Arbeitswelten und Milieugemessenheit
 - 6.3 Entscheidungen treffen und Verantwortung übernehmen
 - 6.4 Haltung zeigen und bewahren
 - 6.5 Kompetenzentwicklung und Selbstreflexion
7. Umgang mit Macht
 - 7.1 Definition und Funktionen von Macht
 - 7.2 Grenzüberschreitungen handhaben
 - 7.3 Widerstand handhaben
 - 7.4 Machtkonflikte handhaben
8. Umgang mit ethischen Dilemmata und Wertekonflikten
 - 8.1 Ethische Dilemmata und Wertekonflikte
 - 8.2 Spannungsverhältnis unterschiedlicher Erwartungen
 - 8.3 Perspektivenübernahme und kognitive Empathie
 - 8.4 Rollendistanz und Ambiguitätstoleranz

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Erpenbeck, J./Sauter, W. (2018): Wertungen, Werte – Das Fieldbook für ein erfolgreiches Wertemanagement. Springer.
- Erpenbeck, J./Sauter, W. (2020): Werte und Normen in der Berufsbildung. Arnold, R./Lipsmeier, A./Rohs, M. (Hrsg.), Handbuch Berufsbildung, 3. Auflage. Wiesbaden: VS, S. 177-188.
- Nunner-Winkler, G. (2009): Prozesse moralischen Lernens und Entlernens. In: Zeitschrift für Pädagogik 55/4, S. 528-548.
- Schrödter, W. (2004): Ethische Richtlinien der Beratung. In: Nestmann, F./Engel, F./Sickendiek, U. (Hrsg.): Das Handbuch der Beratung, Band 1 Disziplinen und Zugänge. Tübingen: Dgvt, S. 453-467.
- Schweizer, G./Müller, U./Adam, T. (2010): Wert und Werte im Bildungsmanagement. Nachhaltigkeit – Ethik – Bildungscontrolling. Bielefeld: Bertelsmann.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Forschungsmethodik

Modulcode: DLMMET-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Julia Pitters (Forschungsmethodik)

Kurse im Modul

- Forschungsmethodik (MMET01-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Kombistudium
Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Fernstudium
Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Einführung in Wissenschaftstheorien
- Voraussetzungen für quantitatives Messen und Testen
- Grundlagen der qualitativen Forschung

Qualifikationsziele des Moduls

Forschungsmethodik

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- unterschiedliche Annahmen und Herangehensweisen qualitativer und quantitativer Forschung zu kategorisieren.
- die methodologischen Voraussetzungen zu bestimmen, die bei der quantitativen Messung und Testung spezifischer Konstrukte gegeben sein müssen.
- die jeweiligen quantitativen Skalen und Indikatoren zielgerichtet in eigener Forschung einzusetzen.
- verschiedene qualitative Erhebungs- und Auswertungsverfahren voneinander zu differenzieren und in eigener Forschung anzuwenden.
- spezielle Probleme bei der Durchführung von Forschungsstudien zu analysieren und kennen diesbezügliche Lösungsmöglichkeiten, um eine optimale Durchführung von Forschung realisieren zu können.
- die Qualität von Forschungsvorhaben hinsichtlich quantitativer und qualitativer Gütekriterien bewerten zu können.
- Konzeptionen der Forschung im Hinblick auf Forschungsphilosophie, Forschungsansatz und ethischen Aspekten zu bewerten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module im Bereich Methoden

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Forschungsmethodik

Kurscode: MMET01-01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs vermittelt in kritischer Weise zuerst den wissenschaftstheoretischen Hintergrund und die Terminologie der entsprechenden forschungstheoretischen Paradigmen, um den Studierenden die unterschiedliche Herangehensweise qualitativer und quantitativer Methodik verständlich zu machen. Dabei werden die unterschiedlichen Perspektiven der Wissenschaftstheorie in die Betrachtung einbezogen. Aufbauend auf die Skalenniveaus, lernen die Studierenden die Annahmen der klassischen sowie der probabilistischen Testtheorie kennen, um auf deren Basis die Anforderungen an Forschungsmethoden im Sinne der Qualitätskriterien sowie die Notwendigkeit der Bildung verschiedener Skalentypen und Indikatoren nachvollziehen zu können. Die wichtigen Aspekte der Konzeption der Forschung, ausgehend von der Forschungsphilosophie bis hin zu ethischen Dimensionen der Forschung werden verknüpft mit der Betrachtung von quantitativer und qualitativer Forschung um letztendlich deren Verbindung der Triangulation aufzuzeigen. Wichtig bei den Untersuchungsdesigns ist es, deren Güte in der Umsetzung festzustellen, sodass Gütekriterien sowohl bei qualitativer als auch bei quantitativer Forschung im Fokus stehen. Den Abschluss bilden Methoden der Datengenerierung und Methoden der Datenanalyse von qualitativer Forschung. Dabei werden die bedeutsamen Methoden der Datenanalyse wie die Inhaltsanalyse, Grounded Theorie und die Diskursanalyse sowohl theoretisch als auch praxisorientiert näher gebracht und den Studierenden die Möglichkeit eingeräumt, besondere Interviewformen – wie das fokussierte Interview oder das narrative Interview – neben der theoretischen Beschäftigung auch in der konkreten Umsetzung wahrzunehmen, aber auch Beobachtung und Feldnotizen zu betrachten.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- unterschiedliche Annahmen und Herangehensweisen qualitativer und quantitativer Forschung zu kategorisieren.
- die methodologischen Voraussetzungen zu bestimmen, die bei der quantitativen Messung und Testung spezifischer Konstrukte gegeben sein müssen.
- die jeweiligen quantitativen Skalen und Indikatoren zielgerichtet in eigener Forschung einzusetzen.
- verschiedene qualitative Erhebungs- und Auswertungsverfahren voneinander zu differenzieren und in eigener Forschung anzuwenden.
- spezielle Probleme bei der Durchführung von Forschungsstudien zu analysieren und kennen diesbezügliche Lösungsmöglichkeiten, um eine optimale Durchführung von Forschung realisieren zu können.
- die Qualität von Forschungsvorhaben hinsichtlich quantitativer und qualitativer Gütekriterien bewerten zu können.
- Konzeptionen der Forschung im Hinblick auf Forschungsphilosophie, Forschungsansatz und ethischen Aspekten zu bewerten.

Kursinhalt

1. Wissenschaftliche Grundlagen
 - 1.1 Grundlegende Vorstellungen in der Wissenschaft
 - 1.2 Von der Idee zum Forschungsvorhaben
 - 1.3 Erklärungsansätze in der Wissenschaft
2. Perspektiven in der Wissenschaftstheorie
 - 2.1 Vom logischen Empirismus zum kritischen Rationalismus
 - 2.2 Konstruktivismus
 - 2.3 Methodischer Anarchismus
3. Quantitatives Messen mit der klassischen und probabilistischen Testtheorie
 - 3.1 Skalenniveaus und die Unterscheidung manifester und latenter Merkmale
 - 3.2 Klassische Testtheorie
 - 3.3 Probabilistische Testtheorie
4. Grundlegende Konzepte der Itembildung
 - 4.1 Skalierungsverfahren
 - 4.2 Indexbildung
5. Konzeption der Forschung
 - 5.1 Wissenschaftstheorie und Forschungsprozess
 - 5.2 Ethische Aspekte der Forschung – Forschungsethik

6. Untersuchungsdesign
 - 6.1 Der qualitative und der quantitative Ansatz
 - 6.2 Die Dichotomie von „quantitativ versus qualitativ“ – eine Begriffsbestimmung
7. Prüfung der Gütekriterien in der quantitativen und qualitativen Forschung
 - 7.1 Das Gütekriterium Objektivität
 - 7.2 Das Gütekriterium Reliabilität
 - 7.3 Das Gütekriterium Validität
8. Durchführen qualitativer Forschung
 - 8.1 Methoden der Datengenerierung
 - 8.2 Besondere Interviewformen
9. Methoden der qualitativen Analyse
 - 9.1 Inhaltsanalyse
 - 9.2 Grounded Theory
 - 9.3 Diskursanalyse

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Bortz, J./Döring, N. (2006): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. 4. Auflage, Springer, Heidelberg.
- Diekmann, A. (2007): Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. 4. Auflage, Rowohlt, Reinbek.
- Kromrey, H. (2009): Empirische Sozialforschung. 12. Auflage, UTB, Stuttgart.
- Lamnek, S. (2010): Qualitative Sozialforschung. 5. Auflage, Beltz, Weinheim.
- Mayring, P. (2002): Einführung in die Qualitative Sozialforschung. 5. Auflage, Beltz, Weinheim.
- Mayring, P. (2010): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 11. Auflage, Beltz, Weinheim.
- Schnell, R./Hill, P. B./Esser, E. (2008): Methoden der empirischen Sozialforschung. 8. Auflage, Oldenbourg, München.
- Sedlmeier, P./Renkewitz, F. (2007): Forschungsmethoden und Statistik in der Psychologie. Pearson Studium, München.

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Vorlesung
------------------------------------	-----------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Repetitorium <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Repetitorium <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

2. Semester

Seminar: Marketing Responsibility

Modulcode: DLMMASMR

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Anne-Kristin Langner (Seminar: Marketing Responsibility)

Kurse im Modul

- Seminar: Marketing Responsibility (DLMMASMR01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Kombistudium
Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit
Studienformat: Fernstudium
Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Die Möglichkeiten zur Prognose des gesellschaftlichen wie individuellen Konsumentenverhaltens und von Kaufentscheidungen werden dank Fortschritten in der Konsumentenverhaltensforschung, Big Data Analysen und dem Einsatz künstlicher Intelligenz immer präziser. Es stellt sich die Frage nach den Grenzen des Marketing und der Verantwortung von Marketingentscheidern. Dieser Frage wird im Rahmen des Seminars „Marketing Responsibility“ nachgegangen.

Qualifikationsziele des Moduls

Seminar: Marketing Responsibility

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Entwicklung und Wirksamkeit von Marketingmaßnahmen und -analysen im historischen Kontext nachzuvollziehen.
- alternative Unternehmens- und Wirtschaftsethikansätze zu erkennen, zu bewerten und zu reflektieren.
- die aktuellen Möglichkeiten und deren Grenzen hinsichtlich der Prognose des individuellen oder gemeinschaftlichen Konsumentenverhaltens bzw. Kaufentscheidungen zu analysieren und zu bewerten.
- die ethischen und moralischen Verpflichtungen im Marketing zu erkennen und für sich zu reflektieren.
- die Möglichkeiten neuer Datenanalyseverfahren zu benennen und die rechtlichen wie ethischen Grenzen der Nutzung von Daten im Marketing zu erkennen.
- den individuellen und gesellschaftlichen Nutzen in Kaufentscheidungen und das Wirken von Corporate Social Responsibility und ethischer Positionierung auf das Kundenverhalten zu erkennen.
- den Beitrag des Marketing zur nachhaltigen Entwicklung von Unternehmen und Gesellschaften zu identifizieren und zu gestalten.
- Studien und empirische Ergebnisse zu Marketing- und Corporate Responsibility analysieren, bewerten und zu reflektieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Marketing & Vertrieb

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation

Seminar: Marketing Responsibility

Kurscode: DLMMASMR01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Die Erkenntnisse der Konsumentenverhaltensforschung gepaart mit den Fortschritten insbesondere in den Feldern von Big Data und künstlicher Intelligenz, steigern die Effektivität und Effizienz von Marketingaktivitäten. Der gläserne Kunde scheint mehr und mehr zur Realität zu werden und wirft die Frage nach den rechtlichen, gesellschaftlichen und ethischen Grenzen im Marketing auf. Das Seminar „Marketing Responsibility“ beschäftigt sich genau mit dieser Thematik: Wie ist der aktuelle Stand hinsichtlich der Anwendung von künstlicher Intelligenz und der Analyse im Rahmen von Big Data? Wie gut sind die Prognosevaliditäten der bestehenden Verfahren? Wo verlaufen die Grenzen zwischen dem was Marketing heute bzw. künftig kann und dem, was erlaubt sein sollte. Welche Maßstäbe und Kriterien sollen zur Bewertung herangezogen werden? Wie haben sich Unternehmen vor diesem Hintergrund zu positionieren? Die Studierenden erlernen selbstständig ausgewählte Themen und Fallstudien zu analysieren und mit bereits bekannten Konzepten zu verknüpfen, diese kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren. Sie sind in der Lage, mit entsprechenden Konzepten, Methoden und Instrumenten neuartige Fragestellungen rund um die Bereiche Corporate und Marketing Responsibility erfolgreich zu bearbeiten. So werden sie in die Lage versetzt, ihre eigene Rolle im Marketing zu definieren und in diesen Themenfeldern selber proaktiv zu agieren.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Entwicklung und Wirksamkeit von Marketingmaßnahmen und -analysen im historischen Kontext nachzuvollziehen.
- alternative Unternehmens- und Wirtschaftsethikansätze zu erkennen, zu bewerten und zu reflektieren.
- die aktuellen Möglichkeiten und deren Grenzen hinsichtlich der Prognose des individuellen oder gemeinschaftlichen Konsumentenverhaltens bzw. Kaufentscheidungen zu analysieren und zu bewerten.
- die ethischen und moralischen Verpflichtungen im Marketing zu erkennen und für sich zu reflektieren.
- die Möglichkeiten neuer Datenanalyseverfahren zu benennen und die rechtlichen wie ethischen Grenzen der Nutzung von Daten im Marketing zu erkennen.
- den individuellen und gesellschaftlichen Nutzen in Kaufentscheidungen und das Wirken von Corporate Social Responsibility und ethischer Positionierung auf das Kundenverhalten zu erkennen.
- den Beitrag des Marketing zur nachhaltigen Entwicklung von Unternehmen und Gesellschaften zu identifizieren und zu gestalten.
- Studien und empirische Ergebnisse zu Marketing- und Corporate Responsibility analysieren, bewerten und zu reflektieren.

Kursinhalt

- Die Möglichkeiten zur Prognose des gesellschaftlichen wie individuellen Konsumentenverhaltens und von Kaufentscheidungen werden dank Fortschritten in der Konsumentenverhaltensforschung, Big Data Analysen und dem Einsatz künstlicher Intelligenz immer präziser. Es stellt sich die Frage nach den Grenzen des Marketings und der Verantwortung von Marketingentscheidern. Mit Hilfe des Seminars „Marketing Responsibility“ werden die Studierenden in die Lage versetzt, die neuesten Erkenntnisse zur Wirksamkeit von Marketingmaßnahmen zu analysieren und die rechtlichen, gesellschaftlichen sowie ethischen Grenzen dessen, was möglich scheint zu bewerten.

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Crane, A./Matten, D. (2010): Business Ethics, 3. Auflage, Oxford University Press, Oxford.
- Diller, H. (2010): Der gläserne Konsument: Potenziale und Probleme beim Management von Kundendaten, Gesellschaft für Innovatives Marketing, Nürnberg.
- Grigsby, M.(2018): Marketing Analytics: A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques, 2nd Edition, London.
- Kroeber-Riel, W./Gröppel-Klein, A. (2013): Konsumentenverhalten, Wiesbaden.
- Kroeber-Riel, W./Esch, F.-R. (2014): Strategie und Technik der Werbung, Stuttgart.
- Schneider, A./Schmidpeter, R. (2015): Corporate Social Responsibility, Wiesbaden.

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Seminar
------------------------------------	---------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 120 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden	
Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Seminar
-----------------------------------	---------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 120 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden	
Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Internationale Perspektiven

Modulcode: DLMNMWIP

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Andreas Herrmann (Management in einer globalisierten Welt) / Prof. Dr. Karsten Hurrelmann (Seminar: Ethische Reflexion im Management)

Kurse im Modul

- Management in einer globalisierten Welt (DLMINTMAB01_D)
- Seminar: Ethische Reflexion im Management (DLMNMSERM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	<u>Management in einer globalisierten Welt</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten <u>Seminar: Ethische Reflexion im Management</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung; Seminararbeit

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Management in einer globalisierten Welt**

- Internationales Wirtschafts- und Geschäftsumfeld
- Globalisierung und internationale Wettbewerbsfähigkeit
- Internationaler Handel
- Internationale Finanz- und Kapitalmärkte
- Internationale Organisationen und wirtschaftliche Integration
- Aktuelle Brennpunkte im internationalen Wirtschafts- und Geschäftsumfeld

Seminar: Ethische Reflexion im Management

In diesem Kurs werden bestehende Probleme aus der Praxis aus unterschiedlichen Branchen an die Studierenden herangetragen. Mithilfe von ethischer Reflexion und Ausarbeitung von Lösungsvorschlägen, Prozessen und Geschäftsmodellen soll die Überwindung des Trade-Off Denkens zwischen Profit und Nachhaltigkeit gefördert werden.

Qualifikationsziele des Moduls**Management in einer globalisierten Welt**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Entwicklungen und Trends im globalen Wirtschaftsumfeld zu erfassen und als Grundlage für unternehmerische Entscheidungen anzuwenden.
- die Entwicklung der Globalisierung und des Welthandels in den letzten Jahrzehnten aufzuzeigen.
- die Ursachen und Auswirkungen von Protektionismus für die wirtschaftliche Entwicklung eines Landes zu erklären.
- die Zusammenhänge internationaler Finanz- und Kapitalmärkte zu verstehen und in Bezug auf den Umgang mit Wechselkursrisiken zu beurteilen.
- die Bedeutung internationaler Organisationen wie der World Trade Organisation (WTO) oder des Internationalen Währungsfonds (IMF) für die globale Kooperation zu erklären.
- sich zu aktuellen Fragestellungen der internationalen Wirtschaftspolitik eine eigene Meinung zu bilden.

Seminar: Ethische Reflexion im Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ein Verständnis zu verschiedenen ontologischen Ansätzen und Anwendungen auf die Wirtschaftswissenschaft zu entwickeln.
- ihr Wissen über verschiedenen ethischen Theorien und Zugängen für das Management und aktuelle Diskussionen anzuwenden.
- Ansätze zur Identifikation, Reflexion und Überwindung von Trade-Offs zu entwickeln.
- einen geeigneten analytischen Reflexionsrahmen für die Bewertung betriebswirtschaftlicher Herausforderungen aufzubauen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich
Betriebswirtschaft & Management auf

**Bezüge zu anderen Studiengängen der
Hochschule**

Alle Master-Programme aus dem Bereich
Wirtschaft & Management

Management in einer globalisierten Welt

Kurscode: DLMINTMAB01_D

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Die Interdependenz von Volkswirtschaften, Märkten und Technologien hat in den vergangenen Jahrzehnten laufend zugenommen. Zu den ehemals drei bestimmenden Wirtschaftsräumen USA, Europa und Japan sind Emerging Markets zugestoßen, welche eine immer wichtigere Rolle im Welthandel spielen. Die globale Vernetzung schafft sowohl Chancen wie auch Risiken für international tätige Unternehmungen. Im Kurs Managing Across Borders erarbeiten sich die Studierenden ein vertieftes Verständnis globaler ökonomischer, politischer und technologischer Zusammenhänge als Grundlage für strategische Entscheidungen von international agierenden Firmen. Nebst der Kenntnis über internationalen Handel, internationale Finanz- und Kapitalmärkte sowie internationale Organisationen sollen die Studierenden insbesondere in der Lage sein, sich zu aktuellen Entwicklungen und Trends im internationalen Wirtschafts- und Geschäftsumfeld eine fundierte eigene Meinung zu bilden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Entwicklungen und Trends im globalen Wirtschaftsumfeld zu erfassen und als Grundlage für unternehmerische Entscheidungen anzuwenden.
- die Entwicklung der Globalisierung und des Welthandels in den letzten Jahrzehnten aufzuzeigen.
- die Ursachen und Auswirkungen von Protektionismus für die wirtschaftliche Entwicklung eines Landes zu erklären.
- die Zusammenhänge internationaler Finanz- und Kapitalmärkte zu verstehen und in Bezug auf den Umgang mit Wechselkursrisiken zu beurteilen.
- die Bedeutung internationaler Organisationen wie der World Trade Organisation (WTO) oder des Internationalen Währungsfonds (IMF) für die globale Kooperation zu erklären.
- sich zu aktuellen Fragestellungen der internationalen Wirtschaftspolitik eine eigene Meinung zu bilden.

Kursinhalt

1. Internationales Wirtschafts- und Geschäftsumfeld
 - 1.1 Ökonomisches Umfeld
 - 1.2 Politisches Umfeld
 - 1.3 Technologisches Umfeld

2. Globalisierung und internationale Wettbewerbsfähigkeit
 - 2.1 Definition und Entwicklung der Globalisierung
 - 2.2 Chancen und Risiken der Globalisierung
 - 2.3 Internationale Wettbewerbsfähigkeit
3. Internationaler Handel
 - 3.1 Theorien und Modelle des internationalen Handels
 - 3.2 Bedeutung des internationalen Handels für eine Volkswirtschaft
 - 3.3 Protektionismus als Bedrohung internationaler Geschäfte
4. Internationale Finanz- und Kapitalmärkte
 - 4.1 Bedeutung internationaler Finanz- und Kapitalmärkte für global agierende Unternehmen
 - 4.2 Internationale Wechselkurssysteme
 - 4.3 Absicherung von Wechselkursrisiken
5. Internationale Organisationen und wirtschaftliche Integration
 - 5.1 Internationale Organisationen als Grundlage der Weltwirtschaft (WTO, IWF und Weltbank)
 - 5.2 Regionale Wirtschaftsintegration als Triebfeder des internationalen Handels (EU, USMCA, RCEP, MERCOSUR)
6. Aktuelle Themen im internationalen Wirtschafts- und Geschäftsumfeld
 - 6.1 USA vs. China: Ringen um die politische und wirtschaftliche Vormachtstellung
 - 6.2 Emerging Markets: neue Akteure in der Weltwirtschaft
 - 6.3 Agenda 2030: Sustainable Development Goals (SDGs)

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Krugman, P. R., Obstfeld, M. & Melitz, M. J. (2019). Internationale Wirtschaft – Theorie und Politik der Außenwirtschaft (11. Aufl.). Pearson.
- Cavusgil, S. T., Knight, G. A. & Riesenberger, J. R. (2020). International business: The new realities (5. Aufl.). Pearson.
- Blanchard, O., & Illing, G. (2017). Makroökonomie (7. Aufl.). Pearson.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Seminar: Ethische Reflexion im Management

Kurscode: DLMNMSERM01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Im Kurs soll wirtschaftsphilosophisches und erkenntniswissenschaftliches Denken und Handeln praxisorientiert angewandt werden. Ethik im Sinne der Reflexion der eigenen Handlungsmöglichkeiten soll den Studierenden neue Perspektiven für die Problemlösungen aufzeigen. Dazu werden aktuelle Ansätze der Wissenschaftstheorien und der Anwendung im Management diskutiert und ein ethisches Reflexionsmodell entwickelt. Dies soll den Studierenden dabei helfen, eigene konkrete Anwendungsfelder zu finden und Lösungsstrategien zu entwickeln. Ziel ist es dabei, das klassische Trade-Off zwischen Wirtschaftlichkeit und ethischen Ansprüchen zu überwinden und so ein integratives Mindset im Denken und Handeln zu fördern.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ein Verständnis zu verschiedenen ontologischen Ansätzen und Anwendungen auf die Wirtschaftswissenschaft zu entwickeln.
- ihr Wissen über verschiedenen ethischen Theorien und Zugängen für das Management und aktuelle Diskussionen anzuwenden.
- Ansätze zur Identifikation, Reflexion und Überwindung von Trade-Offs zu entwickeln.
- einen geeigneten analytischen Reflexionsrahmen für die Bewertung betriebswirtschaftlicher Herausforderungen aufzubauen.

Kursinhalt

- Aktuelle Entwicklungen in der Wissenschaftstheorie und Philosophie: Übersicht zu verschiedenen ontologischen Ansätzen und Anwendungen auf die Wirtschaftswissenschaft. Übersicht zu verschiedenen ethischen Theorien und Zugängen für das Management und aktuelle Diskussionen dazu.

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Gestring, I. (2016): Ethik im Mittelstand. Grundlagen und Instrumente zur praktischen Umsetzung. 1. Auflage, Springer Gabler, Berlin.
- Glauner, F. (2016): CSR und Wertcockpits. Mess- und Steuerungssysteme der Unternehmenskultur. 2. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Henderson, R. (2020): Reimagining Capitalism in a World on Fire. 1. Auflage, PublicAffairs, New York.
- Homann, K. (2014): Sollen und Können. Grenzen und Bedingungen der Individualmoral. 1. Auflage, Ibero Verlag, Wien.
- Indset, A. (2020): Quantenwirtschaft. Was kommt nach der Digitalisierung. 1. Auflage, Econ., Düsseldorf.
- Schneider, A./Schmidpeter, R. (2015): Corporate Social Responsibility. Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis. 2. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Schüz, M. (2021): Angewandte Unternehmensethik: Grundlagen für Studium und Praxis. 2. Auflage, Pearson Verlag, London.
- Suchanek, A. (2015): Unternehmensethik: In Vertrauen investieren. 1. Auflage, UTB GmbH, Stuttgart.
- Von Müller, A. (2020): Die Selbstentfaltung der Welt. Eine Einladung, Zeit und Wirklichkeit neu zu denken und mit Komplexität anders umzugehen. 1. Auflage, Siedler Verlag, München.
- Wieland, J. (2014): Governance Ethics: Global value creation, economic organization and normativity. 1. Auflage, Springer International Publishing, Switzerland.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Seminar
-----------------------------------	---------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 120 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden	
Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Nachhaltige Entwicklung und Ethik von Technologien

Modulcode: DLMNMWNEET

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Sebastian Lempert (Internet of Things) / Prof. Dr. Karsten Hurrelmann (Seminar: Ethische Reflexion im Management)

Kurse im Modul

- Internet of Things (DLMDWWIOT01)
- Seminar: Ethische Reflexion im Management (DLMNMSERM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	<u>Internet of Things</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten <u>Seminar: Ethische Reflexion im Management</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Internet of Things

- Anwendungsfälle und Risiken für Verbraucher
- Business Use Cases und Risiken
- Sozialökonomische Fragen
- Ermöglichung von Technologien und Grundlagen der Vernetzung

Seminar: Ethische Reflexion im Management

In diesem Kurs werden bestehende Probleme aus der Praxis aus unterschiedlichen Branchen an die Studierenden herangetragen. Mithilfe von ethischer Reflexion und Ausarbeitung von Lösungsvorschlägen, Prozessen und Geschäftsmodellen soll die Überwindung des Trade-Off Denkens zwischen Profit und Nachhaltigkeit gefördert werden.

Qualifikationsziele des Moduls

Internet of Things

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine breite Palette von Anwendungsfällen für das Internet der Dinge (IoT) zu unterscheiden und zu diskutieren.
- die verschiedenen Perspektiven des IoT zu verstehen und zu reflektieren.
- verschiedene Techniken anzuwenden, um Produkte aus dem Internet der Dinge zu entwickeln.
- Bewertung und Identifizierung geeigneter IoT-Kommunikationstechnologien und -Standards gemäß den gegebenen IoT-Produktanforderungen vorzunehmen.
- die jeweiligen theoretischen Grundlagen zu reflektieren, verschiedene Ansätze zu bewerten und geeignete Ansätze für praktische Fragen und Fälle anzuwenden.

Seminar: Ethische Reflexion im Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ein Verständnis zu verschiedenen ontologischen Ansätzen und Anwendungen auf die Wirtschaftswissenschaft zu entwickeln.
- ihr Wissen über verschiedenen ethischen Theorien und Zugängen für das Management und aktuelle Diskussionen anzuwenden.
- Ansätze zur Identifikation, Reflexion und Überwindung von Trade-Offs zu entwickeln.
- einen geeigneten analytischen Reflexionsrahmen für die Bewertung betriebswirtschaftlicher Herausforderungen aufzubauen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus den Bereichen Informatik & Software-Entwicklung und Betriebswirtschaft & Management auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus den Bereichen IT & Technik und Wirtschaft & Management

Internet of Things

Kurscode: DLMDWWIOT01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Das Internet der Dinge (IoT), einst eine grobe Vision, ist heute auf breiter Basis Realität geworden. Es gibt eine Vielzahl von Geräten und Dienstleistungen, die sowohl Verbrauchern als auch Unternehmen zur Verfügung stehen. Von intelligenten Häusern bis hin zu intelligenten Städten, von intelligenten Geräten bis hin zu intelligenten Fabriken - das Internet der Dinge beeinflusst Technologien unser Leben und unsere Umwelt. Dieser Kurs folgt einem Top-Down-Ansatz und diskutiert eine breite Palette von Aspekten, die mit dem Internet der Dinge verbunden sind. Es beginnt mit Use Cases und Risiken aus der Sicht von Kunden und Unternehmen und endet mit einer technischen Grundlage des Internet der Dinge. Um die technische Perspektive anzugehen, wird eine Reihe von Techniken vorgeschlagen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine breite Palette von Anwendungsfällen für das Internet der Dinge (IoT) zu unterscheiden und zu diskutieren.
- die verschiedenen Perspektiven des IoT zu verstehen und zu reflektieren.
- verschiedene Techniken anzuwenden, um Produkte aus dem Internet der Dinge zu entwickeln.
- Bewertung und Identifizierung geeigneter IoT-Kommunikationstechnologien und -Standards gemäß den gegebenen IoT-Produktanforderungen vorzunehmen.
- die jeweiligen theoretischen Grundlagen zu reflektieren, verschiedene Ansätze zu bewerten und geeignete Ansätze für praktische Fragen und Fälle anzuwenden.

Kursinhalt

1. Einführung in das Internet der Dinge
 - 1.1 Grundlagen und Motivation
 - 1.2 Potenziale und Herausforderungen
2. Soziale und wirtschaftliche Relevanz
 - 2.1 Innovationen für Verbraucher:innen
 - 2.2 Innovationen für die Industrie
 - 2.3 Auswirkungen der Digitalisierung auf Mensch und Arbeitsumfeld
 - 2.4 Datenschutz und IT-Sicherheit

3. Architekturen des Internets der Dinge
 - 3.1 Komponenten einer IoT-Gesamtsystemarchitektur
 - 3.2 Edge, Fog und Cloud Computing
 - 3.3 Grundlagen zu IoT-Hardware-Plattformen
 - 3.4 Beliebte IoT-Hardware-Plattformen
 - 3.5 Auto-ID-Technologien als IoT-Basistechnologien
4. Kommunikationsstandards und -technologien
 - 4.1 Grundlagen zu Kommunikationsprotokollen
 - 4.2 Kommunikationsprotokolle für das IoT und die Industrie 4.0
 - 4.3 Netzwerktopologien
 - 4.4 Nachrichtenübermittlungsmuster
 - 4.5 Auswahlkriterien für IoT-Kommunikationsprotokolle
5. Datenspeicherung und -verarbeitung
 - 5.1 Complex Event Processing
 - 5.2 Maschinelles Lernen (ML)
 - 5.3 Kombination von CEP und ML

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Chaouchi, H. (2013). The internet of things: Connecting objects. London: Wiley.
- Greengard, S. (2015). The internet of things. Cambridge, MA: MIT Press.
- Kellmerein, D., & Obodovski, D. (2013). The silent intelligence: The internet of things. San Francisco, CA: DND Ventures.
- Slama, D., Puhlmann, F., Morrish, J., & Bhatnagar, R. M. (2016). Enterprise IoT: Strategies and best practices for connected products and services. Beijing, Boston, Farnham, Sebastopol, Tokyo: O'Reilly.
- Weber, R. H., & Weber, R. (2010). Internet of things: Legal perspectives. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden	
Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Seminar: Ethische Reflexion im Management

Kurscode: DLMNMSERM01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Im Kurs soll wirtschaftsphilosophisches und erkenntniswissenschaftliches Denken und Handeln praxisorientiert angewandt werden. Ethik im Sinne der Reflexion der eigenen Handlungsmöglichkeiten soll den Studierenden neue Perspektiven für die Problemlösungen aufzeigen. Dazu werden aktuelle Ansätze der Wissenschaftstheorien und der Anwendung im Management diskutiert und ein ethisches Reflexionsmodell entwickelt. Dies soll den Studierenden dabei helfen, eigene konkrete Anwendungsfelder zu finden und Lösungsstrategien zu entwickeln. Ziel ist es dabei, das klassische Trade-Off zwischen Wirtschaftlichkeit und ethischen Ansprüchen zu überwinden und so ein integratives Mindset im Denken und Handeln zu fördern.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ein Verständnis zu verschiedenen ontologischen Ansätzen und Anwendungen auf die Wirtschaftswissenschaft zu entwickeln.
- ihr Wissen über verschiedenen ethischen Theorien und Zugängen für das Management und aktuelle Diskussionen anzuwenden.
- Ansätze zur Identifikation, Reflexion und Überwindung von Trade-Offs zu entwickeln.
- einen geeigneten analytischen Reflexionsrahmen für die Bewertung betriebswirtschaftlicher Herausforderungen aufzubauen.

Kursinhalt

- Aktuelle Entwicklungen in der Wissenschaftstheorie und Philosophie: Übersicht zu verschiedenen ontologischen Ansätzen und Anwendungen auf die Wirtschaftswissenschaft. Übersicht zu verschiedenen ethischen Theorien und Zugängen für das Management und aktuelle Diskussionen dazu.

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Gestring, I. (2016): Ethik im Mittelstand. Grundlagen und Instrumente zur praktischen Umsetzung. 1. Auflage, Springer Gabler, Berlin.
- Glauner, F. (2016): CSR und Wertcockpits. Mess- und Steuerungssysteme der Unternehmenskultur. 2. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Henderson, R. (2020): Reimagining Capitalism in a World on Fire. 1. Auflage, PublicAffairs, New York.
- Homann, K. (2014): Sollen und Können. Grenzen und Bedingungen der Individualmoral. 1. Auflage, Ibero Verlag, Wien.
- Indset, A. (2020): Quantenwirtschaft. Was kommt nach der Digitalisierung. 1. Auflage, Econ., Düsseldorf.
- Schneider, A./Schmidpeter, R. (2015): Corporate Social Responsibility. Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis. 2. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Schüz, M. (2021): Angewandte Unternehmensethik: Grundlagen für Studium und Praxis. 2. Auflage, Pearson Verlag, London.
- Suchanek, A. (2015): Unternehmensethik: In Vertrauen investieren. 1. Auflage, UTB GmbH, Stuttgart.
- Von Müller, A. (2020): Die Selbstentfaltung der Welt. Eine Einladung, Zeit und Wirklichkeit neu zu denken und mit Komplexität anders umzugehen. 1. Auflage, Siedler Verlag, München.
- Wieland, J. (2014): Governance Ethics: Global value creation, economic organization and normativity. 1. Auflage, Springer International Publishing, Switzerland.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Seminar
-----------------------------------	---------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 120 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden	
Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Responsible Leadership

Modulcode: DLMNMWRL

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Heike Schiebeck (Leadership) / Prof. Dr. Karsten Hurrelmann (Seminar: Ethische Reflexion im Management)

Kurse im Modul

- Leadership (MMAN02-02)
- Seminar: Ethische Reflexion im Management (DLMNMSERM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Leadership

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Seminar: Ethische Reflexion im Management

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Leadership**

- Grundlagen und Kriterien des Führungserfolges
- Führungstheorien im Wandel der Zeit
- Belastungen, Work-Life-Balance und Selbstmanagement
- Motivation, Kommunikation und Beurteilung
- Teams und Organisation
- Aktuelle Trends und Debatten

Seminar: Ethische Reflexion im Management

In diesem Kurs werden bestehende Probleme aus der Praxis aus unterschiedlichen Branchen an die Studierenden herangetragen. Mithilfe von ethischer Reflexion und Ausarbeitung von Lösungsvorschlägen, Prozessen und Geschäftsmodellen soll die Überwindung des Trade-Off Denkens zwischen Profit und Nachhaltigkeit gefördert werden.

Qualifikationsziele des Moduls**Leadership**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Frage, was gute Führung ist, unter Rückgriff auf die wichtigsten Führungstheorien und ihre empirische Validierung zu beantworten.
- Führung als Wertebalance zwischen den Anforderungen von Organisation, Mensch und Leistung zu strukturieren.
- aktuelle Erkenntnisse zu den Kernpunkten dieser Balance zu verstehen (Leistung: Selbstmanagement und Work/Life Balance der Führungskraft; Mensch: Motivation, Kommunikation und Beurteilung von Mitarbeitern und Teams; Organisation: Organisationskultur und Veränderungsmanagement).
- das erworbene anwendungs- und problemlösungsorientierte Verständnis des Führungsgeschehens sowie des Führungsverhaltens in der Unternehmenspraxis anzuwenden.

Seminar: Ethische Reflexion im Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ein Verständnis zu verschiedenen ontologischen Ansätzen und Anwendungen auf die Wirtschaftswissenschaft zu entwickeln.
- ihr Wissen über verschiedenen ethischen Theorien und Zugängen für das Management und aktuelle Diskussionen anzuwenden.
- Ansätze zur Identifikation, Reflexion und Überwindung von Trade-Offs zu entwickeln.
- einen geeigneten analytischen Reflexionsrahmen für die Bewertung betriebswirtschaftlicher Herausforderungen aufzubauen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich
Betriebswirtschaft & Management auf

**Bezüge zu anderen Studiengängen der
Hochschule**

Alle Master-Programme aus dem Bereich
Wirtschaft & Management

Leadership

Kurscode: MMAN02-02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

In der Wissensgesellschaft sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eines Unternehmens zu einer der wichtigsten Ressourcen geworden. Es gehört zu den grundlegenden Kompetenzen von Führungskräften, das Wissen und die Fähigkeiten von Individuen in der Organisation durch Leadership/Führung zu fordern und zu fördern. Die professionelle und systematische Führung von Mitarbeitern ist kritisch für den Erfolg eines Unternehmens im Wettbewerb. Vor diesem Hintergrund setzt sich der Kurs mit den notwendigen Kompetenzen einer Führungskraft in Unternehmen mit modernen, wissensbasierten Arbeitsorganisationen auseinander. Es werden zentrale Fragestellungen der modernen Führungstheorie und -praxis diskutiert. Im Mittelpunkt stehen dabei die Grundlagen der professionellen Führung, Führungs- und Motivationsinstrumente, Aspekte der situativen Führung sowie die Führungskommunikation und -interaktion im Rahmen der strategischen Führung und in Veränderungsprozessen. Sowohl methodisch-konzeptionelle Grundlagen der Führung als auch empirische Beispiele und Diskussionen zum Führungsverhalten in Organisationen bereiten die Teilnehmer auf die Herausforderungen der Führung, den Umgang mit Change sowie Teamentwicklung und Konfliktmanagement im Unternehmen vor.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Frage, was gute Führung ist, unter Rückgriff auf die wichtigsten Führungstheorien und ihre empirische Validierung zu beantworten.
- Führung als Wertebalance zwischen den Anforderungen von Organisation, Mensch und Leistung zu strukturieren.
- aktuelle Erkenntnisse zu den Kernpunkten dieser Balance zu verstehen (Leistung: Selbstmanagement und Work/Life Balance der Führungskraft; Mensch: Motivation, Kommunikation und Beurteilung von Mitarbeitern und Teams; Organisation: Organisationskultur und Veränderungsmanagement).
- das erworbene anwendungs- und problemlösungsorientierte Verständnis des Führungsgeschehens sowie des Führungsverhaltens in der Unternehmenspraxis anzuwenden.

Kursinhalt

1. Führung im Überblick
 - 1.1 Die Bedeutung „guter“ Führung
 - 1.2 Führung und Leadership - Begriffsdefinitionen
 - 1.3 Kriterien des Führungserfolges

2. Führungstheorien im Wandel der Zeit
 - 2.1 Die Eigenschaftstheorie
 - 2.2 Führungsstil und -person
 - 2.3 Berücksichtigung der Situation
 - 2.4 Systemische Führung
 - 2.5 Symbolische Führung
 - 2.6 Transaktionale und transformationale Führung
 - 2.7 Empirische Befunde und Fazit: Führung im Spannungsfeld
3. Neue Leadership Ansätze
 - 3.1 VUCA und Leadership
 - 3.2 Empowering Leadership
 - 3.3 Soziokratie und Holakratie
4. Belastungen, Work-Life-Balance und Selbstmanagement
 - 4.1 Belastungen
 - 4.2 Work-Life-Balance
 - 4.3 Selbstmanagement
5. Motivation, Kommunikation und Beurteilung
 - 5.1 Motivation
 - 5.2 Kommunikation
 - 5.3 Beurteilung
6. Teams und Organisation
 - 6.1 Führung von Teams
 - 6.2 Organisationskultur
 - 6.3 Shared Leadership
 - 6.4 Veränderungsmanagement
7. Aktuelle Trends und Debatten

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Bass, B. M. (2008): The Bass Handbook of Leadership. 4. Auflage, Free Press, New York.
- Berkel, K. (2007): Integrativ Führen – Führung als Wertebalance. In: Westermann, F. (Hrsg.): Entwicklungsquadrat. Theoretische Fundierung und praktische Anwendungen. Reihe: Psychologie für das Personalmanagement, Hogrefe, Göttingen.
- Felfe, J. (Hrsg.) (2014): Trends der psychologischen Führungsforschung. Neue Konzepte, Methoden und Erkenntnisse. Reihe: Psychologie für das Personalmanagement, Hogrefe, Göttingen.
- Kals, E. (2006): Arbeits- und Organisationspsychologie. Workbook. Belz, Weinheim.
- Lang, R. / Rybnikova, I. (2014): Aktuelle Führungstheorien und -konzepte. Springer-Gabler, Wiesbaden.
- Nerdinger, F. W. (2000): Erfolgreich führen. Grundwissen, Strategien, Praxisbeispiele. Bertz Taschenbuch, Weinheim.
- Northouse, P. G. (2018): Leadership. Theory and Practice. 8. Auflage, Sage, Thousand Oaks.
- Rosenstiel, L. von/ Regnet, E./ Domsch, M. E. (Hrsg.) (2014): Führung von Mitarbeitern. Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement. 7. Auflage, Schäfer Pöschel, Stuttgart.
- Schuler Heinz (Hrsg.) (2006): Lehrbuch der Personalpsychologie. 2. Auflage, Hogrefe, Göttingen.
- Stippler, M. et al. (Hrsg.) (2017): Führung. Überblick über Ansätze, Entwicklungen, Trends. 5. Auflage, Verlag Bertelsmann Stiftung, Gütersloh.
- Weibler, J. (2016): Personalführung. 3. Auflage, Vahlen, München.
- Yukl, G. (2013): Leadership in Organizations. 8. Auflage, Pearson, Edinburgh Gate.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Seminar: Ethische Reflexion im Management

Kurscode: DLMNMSERM01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Im Kurs soll wirtschaftsphilosophisches und erkenntniswissenschaftliches Denken und Handeln praxisorientiert angewandt werden. Ethik im Sinne der Reflexion der eigenen Handlungsmöglichkeiten soll den Studierenden neue Perspektiven für die Problemlösungen aufzeigen. Dazu werden aktuelle Ansätze der Wissenschaftstheorien und der Anwendung im Management diskutiert und ein ethisches Reflexionsmodell entwickelt. Dies soll den Studierenden dabei helfen, eigene konkrete Anwendungsfelder zu finden und Lösungsstrategien zu entwickeln. Ziel ist es dabei, das klassische Trade-Off zwischen Wirtschaftlichkeit und ethischen Ansprüchen zu überwinden und so ein integratives Mindset im Denken und Handeln zu fördern.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ein Verständnis zu verschiedenen ontologischen Ansätzen und Anwendungen auf die Wirtschaftswissenschaft zu entwickeln.
- ihr Wissen über verschiedenen ethischen Theorien und Zugängen für das Management und aktuelle Diskussionen anzuwenden.
- Ansätze zur Identifikation, Reflexion und Überwindung von Trade-Offs zu entwickeln.
- einen geeigneten analytischen Reflexionsrahmen für die Bewertung betriebswirtschaftlicher Herausforderungen aufzubauen.

Kursinhalt

- Aktuelle Entwicklungen in der Wissenschaftstheorie und Philosophie: Übersicht zu verschiedenen ontologischen Ansätzen und Anwendungen auf die Wirtschaftswissenschaft. Übersicht zu verschiedenen ethischen Theorien und Zugängen für das Management und aktuelle Diskussionen dazu.

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Gestring, I. (2016): Ethik im Mittelstand. Grundlagen und Instrumente zur praktischen Umsetzung. 1. Auflage, Springer Gabler, Berlin.
- Glauner, F. (2016): CSR und Wertcockpits. Mess- und Steuerungssysteme der Unternehmenskultur. 2. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Henderson, R. (2020): Reimagining Capitalism in a World on Fire. 1. Auflage, PublicAffairs, New York.
- Homann, K. (2014): Sollen und Können. Grenzen und Bedingungen der Individualmoral. 1. Auflage, Ibero Verlag, Wien.
- Indset, A. (2020): Quantenwirtschaft. Was kommt nach der Digitalisierung. 1. Auflage, Econ., Düsseldorf.
- Schneider, A./Schmidpeter, R. (2015): Corporate Social Responsibility. Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis. 2. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Schüz, M. (2021): Angewandte Unternehmensethik: Grundlagen für Studium und Praxis. 2. Auflage, Pearson Verlag, London.
- Suchanek, A. (2015): Unternehmensethik: In Vertrauen investieren. 1. Auflage, UTB GmbH, Stuttgart.
- Von Müller, A. (2020): Die Selbstentfaltung der Welt. Eine Einladung, Zeit und Wirklichkeit neu zu denken und mit Komplexität anders umzugehen. 1. Auflage, Siedler Verlag, München.
- Wieland, J. (2014): Governance Ethics: Global value creation, economic organization and normativity. 1. Auflage, Springer International Publishing, Switzerland.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Seminar
-----------------------------------	---------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 120 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden	
Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Sustainable product development

Module Code: DLMNMESPD_E

Module Type see curriculum	Admission Requirements none	Study Level MA	CP 10	Student Workload 300 h
--------------------------------------	---------------------------------------	--------------------------	-----------------	----------------------------------

Semester / Term see curriculum	Duration Minimum 1 semester	Regularly offered in WiSe/SoSe	Language of Instruction and Examination English
--	--	--	---

Module Coordinator

Prof. Dr. Dorian Mora (Product Development) / Prof. Dr. Karsten Hurrelmann (Seminar: Ethical Reflection in Management)

Contributing Courses to Module

- Product Development (DLMBPDDT01)
- Seminar: Ethical Reflection in Management (DLMNMSERM01_E)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Product Development

- Study Format "myStudies": Exam, 90 Minutes
- Study Format "Distance Learning": Exam, 90 Minutes

Seminar: Ethical Reflection in Management

- Study Format "Distance Learning": Written Assessment: Research Essay

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

Product Development

- Production planning techniques
- Design tasks
- Product development approaches
- Digital product development and organizational aspects

Seminar: Ethical Reflection in Management

In this course, real-life challenges from business practice of different industries are brought to the attention of the students. With the help of ethical reflection as well as the development of proposed solutions, processes and business models, the overcoming of trade-off thinking between profit and sustainability will be promoted.

Learning Outcomes

Product Development

On successful completion, students will be able to

- know the basic definitions and principles of (new) product development.
- understand the key skills in product development.
- discuss, differentiate, and select appropriate product development approaches with respect to a given scenario.
- work with digital product development tools and techniques like CAD, PDM and PLM at a basic level.
- develop own solutions and approaches to academic and practical questions.
- discuss, evaluate, and adapt different digital product development techniques and tools.

Seminar: Ethical Reflection in Management

On successful completion, students will be able to

- develop an understanding of various ontological approaches and applications to economics.
- apply their knowledge of various ethical theories and approaches to management and current discussions.
- develop approaches to identify, reflect on, and overcome trade-offs.
- build an appropriate analytical framework of reflection for evaluating business challenges.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Design and Business Administration & Management

Links to other Study Programs of the University

All Master Programs in the Design, Architecture & Construction and Business & Management fields

Product Development

Course Code: DLMBPDDT01

Study Level	Language of Instruction and Examination	Contact Hours	CP	Admission Requirements
MA	English		5	none

Course Description

This course aims to provide basic work and problem-solving methods for the successful development of products. It introduces the definition of key design tasks and various alternative product development approaches such as flow-based, lean product development, and design thinking. Finally, the students will become familiar with the use of computer-aided design (CAD) tools and how they integrate into modern product development approaches.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- know the basic definitions and principles of (new) product development.
- understand the key skills in product development.
- discuss, differentiate, and select appropriate product development approaches with respect to a given scenario.
- work with digital product development tools and techniques like CAD, PDM and PLM at a basic level.
- develop own solutions and approaches to academic and practical questions.
- discuss, evaluate, and adapt different digital product development techniques and tools.

Contents

1. Introduction
 - 1.1 Basic Definitions
 - 1.2 The Product Development Process
 - 1.3 Indicators and Metrics
 - 1.4 Product Development Models
 - 1.5 Current Trends in Product Development
2. The Product Development Process
 - 2.1 Planning
 - 2.2 Concept Development
 - 2.3 Design
 - 2.4 Testing and Refinement
 - 2.5 Production and Ramp-up

3. Product Development Approaches
 - 3.1 Lean Product Development
 - 3.2 Design Thinking
 - 3.3 Human-Centered Design
 - 3.4 User Experience Strategy
 - 3.5 Open Innovation
4. Digital Tools
 - 4.1 Computer-Aided Design
 - 4.2 Computer-Aided Quality
 - 4.3 Product Data Management
 - 4.4 Product Lifecycle Management
5. Organizational Perspective
 - 5.1 Incremental, Platform, and Breakthrough Development
 - 5.2 Building Teams
 - 5.3 Political Issues in Organizations
 - 5.4 Distributed New Product Development

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Kahn, K. B., Kay, S. E., Slotegraaf, R. J., & Uban, S. (Eds.). (2012). The PDMA handbook of new product development (3rd ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons. (Database: ProQuest).
- Ottosson, S. (2018). Developing and managing innovation in a fast changing and complex world: Benefiting from dynamic principles. Cham: Springer. (Database: ProQuest).
- Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2016). Product design and development (6th ed.). New York, NY: McGraw Hill.

Study Format myStudies

Study Format myStudies	Course Type Lecture
----------------------------------	-------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods	
Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Practice Exam <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Online Lecture
--	--------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods	
Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Practice Exam <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Seminar: Ethical Reflection in Management

Course Code: DLMNMSERM01_E

Study Level	Language of Instruction and Examination	Contact Hours	CP	Admission Requirements
MA	English		5	none

Course Description

In this course, economic-philosophical and epistemological thinking and action will be applied in a practice-oriented manner. Ethics in the sense of reflecting on one's own possibilities for action should show students new perspectives for problem solving. Current approaches to theories of science and their application in management are discussed and an ethical model of reflection is developed. This should help the students to find their own concrete fields of application and to develop solution strategies. The aim is to overcome the classic trade-off thinking between economic efficiency and ethical demands and thus to promote an integrative mindset in the students thinking and acting.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- develop an understanding of various ontological approaches and applications to economics.
- apply their knowledge of various ethical theories and approaches to management and current discussions.
- develop approaches to identify, reflect on, and overcome trade-offs.
- build an appropriate analytical framework of reflection for evaluating business challenges.

Contents

- Current developments in philosophy of science and philosophy: Overview of various ontological approaches and applications to economics.
- Overview of various ethical theories and approaches to management and current discussions thereof.

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Glauner, F. (2016): CSR and value cockpits. Measurement and control systems of corporate culture. 2nd edition, Gabler Verlag, Berlin.
- Schneider, A./Schmidpeter, R. (2015): Corporate Social Responsibility. Responsible Corporate Governance in Theory and Practice. 2nd edition, Gabler Verlag, Berlin.
- Von Müller, A. (2020): The self-development of the world. An invitation to rethink time and reality and to deal with complexity differently. 1st edition, Siedler Verlag. München.
- Wieland, J. (2014): Governance Ethics: Global value creation, economic organization and normativity. 1. Auflage, Springer International Publishing, Switzerland.

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Seminar
--	-------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: no
Type of Exam	Written Assessment: Research Essay

Student Workload					
Self Study 120 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 0 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods	
Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Guideline

Nachhaltige Unternehmensgründung

Modulcode: DLMNMWNUG

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Georg Berkel (Innovation und Entrepreneurship) / Prof. Dr. Karsten Hurrelmann (Seminar: Ethische Reflexion im Management)

Kurse im Modul

- Innovation und Entrepreneurship (DLMBIED01-01)
- Seminar: Ethische Reflexion im Management (DLMNMSERM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	<u>Innovation und Entrepreneurship</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten <u>Seminar: Ethische Reflexion im Management</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Innovation und Entrepreneurship**

- Innovationsmanagement und Entrepreneurship in einer globalisierten Welt
- Grundlagen der Entrepreneurship
- Geschäftsidee und Unternehmensgründung
- Finanzierungsquellen und Finanzierungsprozesse
- Internet, Digitales Business, und künstliche Intelligenz
- Strategische Allianzen
- Familienunternehmen

Seminar: Ethische Reflexion im Management

In diesem Kurs werden bestehende Probleme aus der Praxis aus unterschiedlichen Branchen an die Studierenden herangetragen. Mithilfe von ethischer Reflexion und Ausarbeitung von Lösungsvorschlägen, Prozessen und Geschäftsmodellen soll die Überwindung des Trade-Off Denkens zwischen Profit und Nachhaltigkeit gefördert werden.

Qualifikationsziele des Moduls

Innovation und Entrepreneurship

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Wichtigkeit, Grundlagen und Dimensionen von Unternehmertum und seinen Derivaten (Intrapreneurship, Corporate Entrepreneurship, und Familienunternehmen) zu verstehen.
- die Chancen und Herausforderungen, die mit der Bewertung einer Geschäftsidee und der Gründung eines Unternehmens verbunden sind, zu analysieren.
- zwischen verschiedenen Motivationen unternehmerischer Tätigkeit zu unterscheiden und spezifische Zielesetzungen für Neuunternehmen zu entwickeln.
- ein Businessmodel zu entwickeln, inklusive den Maßstäben zur Bewertung des angestrebten nachhaltigen Wachstums.
- die verschiedenen Rechtsformen bei Unternehmensgründungen anzuwenden und die passende Rechtsform für ein spezifisches Geschäftsmodell auszuwählen.
- die unterschiedlichen Möglichkeiten zur Finanzierung von unternehmerischer Aktivität und Innovation zu verstehen, sowie zwischen diesen gemäß mittel- und langfristigen Vor- und Nachteilen abzuwägen.
- einen rigorosen Geschäftsplan zu entwickeln, der sowohl als Planungs- als auch als Finanzierungsinstrument verwendet werden kann.
- ganz grundsätzlich einen unternehmerischen Mindset anzuwenden, der ihnen in einer Vielzahl unterschiedlicher Kontexte ihrer beruflichen Entwicklung dienlich sein wird.

Seminar: Ethische Reflexion im Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ein Verständnis zu verschiedenen ontologischen Ansätzen und Anwendungen auf die Wirtschaftswissenschaft zu entwickeln.
- ihr Wissen über verschiedenen ethischen Theorien und Zugängen für das Management und aktuelle Diskussionen anzuwenden.
- Ansätze zur Identifikation, Reflexion und Überwindung von Trade-Offs zu entwickeln.
- einen geeigneten analytischen Reflexionsrahmen für die Bewertung betriebswirtschaftlicher Herausforderungen aufzubauen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Innovation und Entrepreneurship

Kurscode: DLMBIED01-01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

In der heutigen globalisierten und digitalen Welt stehen Unternehmern mehr Möglichkeiten der Entwicklung und Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen zur Verfügung als jemals zuvor. Dem Unternehmertum, gleich ob in Form von Entrepreneurship oder Intrapreneurship, treten allerdings auch besondere Herausforderungen entgegen. Um die typischen Fallstricke bei Gründung und Wachstum von Unternehmen vermeiden zu können, ist ein gesundes Verständnis von Innovationsmanagement und Unternehmensgründung unabdingbar. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Finanzierung unternehmerischer Aktivität, und zwar sowohl aus dem Blickwinkel des Unternehmers, als auch des Investors. Innovationen und unternehmerische Aktivität sind ferner Grundlage und Triebfeder unserer Volkswirtschaft. Aber auch wenn man andere Volkswirtschaften betrachtet ist offenkundig, dass Innovation und Unternehmertum in jeder Phase der wirtschaftlichen Entwicklung von entscheidender Bedeutung sind. So stoßen Kleinunternehmen in Entwicklungsländern den Aufbau von ökonomischen Institutionen an, sie schaffen Angebot, Nachfrage und schließlich Märkte. Sie legen den Grundstein für wirtschaftliche Entwicklung und Wachstum. In entwickelten Volkswirtschaften sind Innovation und Unternehmertum die treibenden Kräfte hinter Wettbewerb und Wettbewerbsfähigkeit im globalen Kontext. Die wichtigste Rolle spielen dabei – in allen Teilen der Welt – Familienunternehmen. Der rasante technologische und soziale Wandel in unseren Gesellschaften erfordert dabei zum einen die innovative Nutzung digitaler Technologien (Internet und künstliche Intelligenz), und zum anderen den flexiblen Umgang mit neuen Organisationsformen (strategischen Allianzen zwischen Unternehmen. Dieser Kurs zeigt Studierenden Ideen, Motive und Treiber unternehmerischer Tätigkeit und Innovation und führt sie gleichzeitig an praktische Aspekte der Identifikation, Analyse und Entwicklung von Innovationen und Geschäftsideen heran. Dabei wird auch auf eine Kernkompetenz des Unternehmers eingegangen – die Fähigkeit mit Investoren und Partnern zu verhandeln.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Wichtigkeit, Grundlagen und Dimensionen von Unternehmertum und seinen Derivaten (Intrapreneurship, Corporate Entrepreneurship, und Familienunternehmen) zu verstehen.
- die Chancen und Herausforderungen, die mit der Bewertung einer Geschäftsidee und der Gründung eines Unternehmens verbunden sind, zu analysieren.
- zwischen verschiedenen Motivationen unternehmerischer Tätigkeit zu unterscheiden und spezifische Zielesetzungen für Neuunternehmen zu entwickeln.
- ein Businessmodell zu entwickeln, inklusive den Maßstäben zur Bewertung des angestrebten nachhaltigen Wachstums.
- die verschiedenen Rechtsformen bei Unternehmensgründungen anzuwenden und die passende Rechtsform für ein spezifisches Geschäftsmodell auszuwählen.
- die unterschiedlichen Möglichkeiten zur Finanzierung von unternehmerischer Aktivität und Innovation zu verstehen, sowie zwischen diesen gemäß mittel- und langfristigen Vor- und Nachteilen abzuwägen.
- einen rigorosen Geschäftsplan zu entwickeln, der sowohl als Planungs- als auch als Finanzierungsinstrument verwendet werden kann.
- ganz grundsätzlich einen unternehmerischen Mindset anzuwenden, der ihnen in einer Vielzahl unterschiedlicher Kontexte ihrer beruflichen Entwicklung dienlich sein wird.

Kursinhalt

1. Entrepreneurship
 - 1.1 Entrepreneurship und Unternehmer
 - 1.2 Unternehmerbezogene Theorien des Entrepreneurships
 - 1.3 Die volkswirtschaftliche Signifikanz von Entrepreneurship
2. Strategie der Unternehmensgründung
 - 2.1 Unterschiedliche Gelegenheiten von Unternehmensgründungen
 - 2.2 Der Entrepreneur
 - 2.3 Geschäftsmodell und Strategie
3. Innovation und Innovationsmanagement
 - 3.1 Innovation
 - 3.2 Innovationsmanagement
 - 3.3 Der Schutz geistigen Eigentums
 - 3.4 Das BMW Empathic Design
4. Rechtsformen im internationalen Vergleich
 - 4.1 Deutschland
 - 4.2 USA

5. Die Finanzierung unternehmerischer Aktivität I: Finanzquellen
 - 5.1 Inkubatoren, Acceleratoren und Crowdfunding
 - 5.2 Business Angels
 - 5.3 Private Equity und Venture Capital
 - 5.4 Öffentliche Gründungsförderung
6. Die Finanzierung unternehmerischer Aktivität II: Finanzierungsprozesse
 - 6.1 Die Investorensicht: Deal Sourcing und Deal Screening
 - 6.2 Die Unternehmersicht: Verhandlung mit Investoren
 - 6.3 Valuierung von Unternehmensgründungen
7. Der Businessplan
 - 7.1 Zweck und Zielsetzung des Businessplans
 - 7.2 Erwartungen in Bezug auf den Businessplan
 - 7.3 Struktur und Inhalt des Businessplans
 - 7.4 Richtlinien zum Erstellen eines Businessplans
8. Digitale Geschäftsmodelle und künstliche Intelligenz
 - 8.1 E-Business
 - 8.2 Künstliche Intelligenz
 - 8.3 Globotics
9. Cooperative Strategy: Allianzen und Joint Ventures
 - 9.1 Cooperative Strategy
 - 9.2 Der richtige „Fit“
 - 9.3 Die richtige „Form“
10. Familienunternehmen
 - 10.1 Definition
 - 10.2 Volkswirtschaftliche Bedeutung
 - 10.3 Stärken und Schwächen

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Alemany L. /Andreoli J.: (2018): Entrepreneurial Finance. The Art and Science of Growing Ventures, Cambridge University Press.
- Barringer, B. R./Ireland, R. D. (2019): Entrepreneurship. Successfully Launching New Ventures. 6. Auflage, Pearson Harlow (UK).
- Bertrand, M. /Schoar, A. (2006). The role of family in family firms. Journal of economic perspectives, 20(2), 73-96.
- Bessant, J./Tidd, J. (2011): Innovation and Entrepreneurship. 2. Auflage, Wiley, Chichester (UK).
- Child J./Faulkner D. /Tallmann S./Hsieh L. (o.J):. Cooperative Strategy: Managing Alliances and Networks. 3. Auflage, Oxford University Press.
- Dinnar, S. /Susskind, L. E. (2019): Entrepreneurial Negotiation. Understanding and Managing the Relationships that Determine Your Entrepreneurial Success. Springer, Berlin.
- Evans, V. (2015): Writing a Business Plan. How to Win Backing to Start Up or Grow Your Business. 2nd Edition Pearson, Harlow (UK).
- Fleming, L. (2007): Breakthroughs and the 'Long tail' of innovation. In: MIT Sloan Management Review, 49. Jg., Heft 1, S. 69–74.
- Fueglistaller, U./ Fust, A./ Müller, C./ Müller, S./ Zellweger, Th;(2019): Entrepreneurship: Modelle – Umsetzung – Perspektiven Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Springer Gabler, Berlin.
- Gassmann O./Frankenberger K./Csik M. (2013): Geschäftsmodelle entwickeln. 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator. Hanser, München.
- Gassmann, O. /Sutter, P. (2013): Praxiswissen Innovationsmanagement. Von der Idee zum Markterfolg. Hanser, München.
- Grichnik, D. (2016): Entrepreneurial Living. Unternimm dein Leben. In 7 Zügen zur Selbständigkeit. Hanser, München.
- Grichnik, D. et al. (2017): Entrepreneurship. Unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmungen. 2. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Hauschildt, J./Salomo, S. (2011): Innovationsmanagement. 5. Auflage, Vahlen, München.
- Pott O. (2015): Entrepreneurship. Unternehmensgründung, Businessplan und Finanzierung, Rechtsformen und gewerblicher Rechtsschutz. 2., überarbeitete Auflage, Springer, Berlin.
- Richard Baldwin (2019): The Globotics Upheaval: Globalisation, Robotics and the Future of Work.
- Scarborough, N. M. (2012): Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management. 7. Auflage, Pearson, Harlow (UK), S. 17–47.
- Simon C. Parker (2018): The Economics of Entrepreneurship. 2nd Edition, Cambridge University Press.
- Zellweger, T. (2017): Managing the Family Business. Elgar.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Seminar: Ethische Reflexion im Management

Kurscode: DLMNMSERM01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Im Kurs soll wirtschaftsphilosophisches und erkenntniswissenschaftliches Denken und Handeln praxisorientiert angewandt werden. Ethik im Sinne der Reflexion der eigenen Handlungsmöglichkeiten soll den Studierenden neue Perspektiven für die Problemlösungen aufzeigen. Dazu werden aktuelle Ansätze der Wissenschaftstheorien und der Anwendung im Management diskutiert und ein ethisches Reflexionsmodell entwickelt. Dies soll den Studierenden dabei helfen, eigene konkrete Anwendungsfelder zu finden und Lösungsstrategien zu entwickeln. Ziel ist es dabei, das klassische Trade-Off zwischen Wirtschaftlichkeit und ethischen Ansprüchen zu überwinden und so ein integratives Mindset im Denken und Handeln zu fördern.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ein Verständnis zu verschiedenen ontologischen Ansätzen und Anwendungen auf die Wirtschaftswissenschaft zu entwickeln.
- ihr Wissen über verschiedenen ethischen Theorien und Zugängen für das Management und aktuelle Diskussionen anzuwenden.
- Ansätze zur Identifikation, Reflexion und Überwindung von Trade-Offs zu entwickeln.
- einen geeigneten analytischen Reflexionsrahmen für die Bewertung betriebswirtschaftlicher Herausforderungen aufzubauen.

Kursinhalt

- Aktuelle Entwicklungen in der Wissenschaftstheorie und Philosophie: Übersicht zu verschiedenen ontologischen Ansätzen und Anwendungen auf die Wirtschaftswissenschaft. Übersicht zu verschiedenen ethischen Theorien und Zugängen für das Management und aktuelle Diskussionen dazu.

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Gestring, I. (2016): Ethik im Mittelstand. Grundlagen und Instrumente zur praktischen Umsetzung. 1. Auflage, Springer Gabler, Berlin.
- Glauner, F. (2016): CSR und Wertcockpits. Mess- und Steuerungssysteme der Unternehmenskultur. 2. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Henderson, R. (2020): Reimagining Capitalism in a World on Fire. 1. Auflage, PublicAffairs, New York.
- Homann, K. (2014): Sollen und Können. Grenzen und Bedingungen der Individualmoral. 1. Auflage, Ibero Verlag, Wien.
- Indset, A. (2020): Quantenwirtschaft. Was kommt nach der Digitalisierung. 1. Auflage, Econ., Düsseldorf.
- Schneider, A./Schmidpeter, R. (2015): Corporate Social Responsibility. Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis. 2. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Schüz, M. (2021): Angewandte Unternehmensethik: Grundlagen für Studium und Praxis. 2. Auflage, Pearson Verlag, London.
- Suchanek, A. (2015): Unternehmensethik: In Vertrauen investieren. 1. Auflage, UTB GmbH, Stuttgart.
- Von Müller, A. (2020): Die Selbstentfaltung der Welt. Eine Einladung, Zeit und Wirklichkeit neu zu denken und mit Komplexität anders umzugehen. 1. Auflage, Siedler Verlag, München.
- Wieland, J. (2014): Governance Ethics: Global value creation, economic organization and normativity. 1. Auflage, Springer International Publishing, Switzerland.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Seminar
-----------------------------------	---------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 120 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden	
Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Interkulturelles Management

Modulcode: DLMNMWIKM

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Dario Müller (Interkulturelles Management) / Prof. Dr. Karsten Hurrelmann (Seminar: Ethische Reflexion im Management)

Kurse im Modul

- Interkulturelles Management (DLMINTIM01_D)
- Seminar: Ethische Reflexion im Management (DLMNMSERM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	<u>Interkulturelles Management</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten <u>Seminar: Ethische Reflexion im Management</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Interkulturelles Management**

- Grundlagen und Einordnung des interkulturellen Managements
- Rolle und Bedeutung von interkulturellem Management für Unternehmungen
- Diversität und Management-Stile im interkulturellen Management
- Unternehmerische Entscheidungsdimensionen des interkulturellen Managements
- Brennpunkte des interkulturellen Managements
- Interkulturelles Management in ausgewählten Ländern

Seminar: Ethische Reflexion im Management

In diesem Kurs werden bestehende Probleme aus der Praxis aus unterschiedlichen Branchen an die Studierenden herangetragen. Mithilfe von ethischer Reflexion und Ausarbeitung von Lösungsvorschlägen, Prozessen und Geschäftsmodellen soll die Überwindung des Trade-Off Denkens zwischen Profit und Nachhaltigkeit gefördert werden.

Qualifikationsziele des Moduls**Interkulturelles Management**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- interkulturelles Management als eigenständige Disziplin in der Betriebswirtschaftslehre zu erkennen und einzuordnen.
- wichtige Kulturtheorien und Kulturdimensionen als Grundlage für unternehmerische Entscheidungen in einem internationalen Kontext zu nutzen.
- relevante Kernkompetenzen einer Unternehmung für erfolgreiches interkulturelles Management zu analysieren und in konkreten Situationen anzuwenden.
- kulturspezifische Einflüsse auf die Strategie, das Marketing und das Personalwesen von international tätigen Unternehmungen zu identifizieren und zu steuern.
- wichtige Aspekte von interkulturellem Management in der Führung, der Kommunikation und der Zusammenarbeit in internationalen Teams anzuwenden.
- kulturelle Sensitivität und ein vertieftes Verständnis für die internationale Kooperation mit ausgewählten Kulturkreisen (Deutschland, USA, China) zu demonstrieren.

Seminar: Ethische Reflexion im Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ein Verständnis zu verschiedenen ontologischen Ansätzen und Anwendungen auf die Wirtschaftswissenschaft zu entwickeln.
- ihr Wissen über verschiedenen ethischen Theorien und Zugängen für das Management und aktuelle Diskussionen anzuwenden.
- Ansätze zur Identifikation, Reflexion und Überwindung von Trade-Offs zu entwickeln.
- einen geeigneten analytischen Reflexionsrahmen für die Bewertung betriebswirtschaftlicher Herausforderungen aufzubauen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich
Betriebswirtschaft & Management auf

**Bezüge zu anderen Studiengängen der
Hochschule**

Alle Master-Programme aus dem Bereich
Wirtschaft & Management

Interkulturelles Management

Kurscode: DLMINTIM01_D

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Mit der zunehmenden Globalisierung der Wirtschaft haben sich die Anforderungen an Führungskräfte und Mitarbeitende erhöht, in einem internationalen Umfeld erfolgreich zu agieren. Der gekonnte Umgang mit den Eigenheiten anderer Kulturen gehört dabei zu einer wichtigen Kernkompetenz von international tätigen Unternehmungen. In der Betriebswirtschaftslehre hat sich deshalb eine eigenständige Disziplin des Interkulturellen Managements entwickelt, um das Verhalten und die Zusammenarbeit von Menschen aus Ländern und Organisationen rund um den Globus zu untersuchen und Handlungsempfehlungen für gelingende Interaktionen auf unternehmerischer und persönlicher Ebene abzuleiten. Der Kurs Interkulturelles Management bietet den Studierenden einen konzeptionellen Rahmen für ein systematisches Verständnis des Kulturbegriffs, kultureller Synergien und Unterschiede sowie der Konvergenz und Divergenz kultureller Normen und Werte. Die Studierenden eignen sich die Kenntnisse und interkulturellen Fähigkeiten an, die für das Management und die Arbeit über Grenzen und Kulturen hinweg in einem sich wandelnden globalen Geschäftsumfeld erforderlich sind.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- interkulturelles Management als eigenständige Disziplin in der Betriebswirtschaftslehre zu erkennen und einzuordnen.
- wichtige Kulturtheorien und Kulturdimensionen als Grundlage für unternehmerische Entscheidungen in einem internationalen Kontext zu nutzen.
- relevante Kernkompetenzen einer Unternehmung für erfolgreiches interkulturelles Management zu analysieren und in konkreten Situationen anzuwenden.
- kulturspezifische Einflüsse auf die Strategie, das Marketing und das Personalwesen von international tätigen Unternehmungen zu identifizieren und zu steuern.
- wichtige Aspekte von interkulturellem Management in der Führung, der Kommunikation und der Zusammenarbeit in internationalen Teams anzuwenden.
- kulturelle Sensitivität und ein vertieftes Verständnis für die internationale Kooperation mit ausgewählten Kulturkreisen (Deutschland, USA, China) zu demonstrieren.

Kursinhalt

1. Grundlagen und Einordnung des interkulturellen Managements
 - 1.1 Interkulturelles Management als eigenständige Disziplin in der Betriebswirtschaftslehre
 - 1.2 Wichtige Kulturkonzepte als Grundlage des interkulturellen Managements

- 1.3 Wichtige Kulturdimensionen als Grundlage für interkulturelles Verständnis
2. Rolle und Bedeutung von interkulturellem Management für Unternehmungen
 - 2.1 Internationale Entwicklungen und Kontexte für Unternehmungen
 - 2.2 Zusammenhang zwischen Landeskultur und Unternehmenskultur
 - 2.3 Unternehmerische Kernkompetenzen für erfolgreiches interkulturelles Management
3. Diversität und Management-Stile im interkulturellen Management
 - 3.1 Umgang mit Diversität in Unternehmungen
 - 3.2 Management-Stile in individualistischen und kollektivistischen Kulturen
 - 3.3 Rekonziliation („reconciliation“) kultureller Dilemmata
4. Unternehmerische Entscheidungsdimensionen des interkulturellen Managements
 - 4.1 Strategie
 - 4.2 Marketing
 - 4.3 Personalwesen (HRM)
5. Brennpunkte des interkulturellen Managements
 - 5.1 Interkulturelle Führung und Corporate Governance
 - 5.2 Interkulturelle Kommunikation
 - 5.3 Interkulturelles Teamwork
6. Interkulturelles Management in ausgewählten Ländern
 - 6.1 Deutschland
 - 6.2 USA
 - 6.3 China

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Browaeyns, M-J. / Price, R. (2015): Understanding Cross-Cultural Management. 3rd Edition, Pearson, Upper Saddle River.
- Deresky, H. (2017): International Management: Managing Across Borders and Cultures. 9th Edition, Pearson Education Limited, Harlow.
- Steers, R. M. / Nardon, L. / Sanchez-Runde, C. J. (2016): Management across Cultures. Developing Global Competencies. Cambridge University Press, Cambridge.
- Thomas, D.C. / Inkson, K. (2017): Cultural Intelligence: Surviving and Thriving in the Global Village. 3rd Edition, Berrett-Koehler Publishers, Oakland.
- Trompenaars, F. (2012): Riding the Waves of Culture. Understanding Cultural Diversity in Global Business. 3rd Edition, N. Brealey Publishing, London/Boston.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Seminar: Ethische Reflexion im Management

Kurscode: DLMNMSERM01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Im Kurs soll wirtschaftsphilosophisches und erkenntniswissenschaftliches Denken und Handeln praxisorientiert angewandt werden. Ethik im Sinne der Reflexion der eigenen Handlungsmöglichkeiten soll den Studierenden neue Perspektiven für die Problemlösungen aufzeigen. Dazu werden aktuelle Ansätze der Wissenschaftstheorien und der Anwendung im Management diskutiert und ein ethisches Reflexionsmodell entwickelt. Dies soll den Studierenden dabei helfen, eigene konkrete Anwendungsfelder zu finden und Lösungsstrategien zu entwickeln. Ziel ist es dabei, das klassische Trade-Off zwischen Wirtschaftlichkeit und ethischen Ansprüchen zu überwinden und so ein integratives Mindset im Denken und Handeln zu fördern.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ein Verständnis zu verschiedenen ontologischen Ansätzen und Anwendungen auf die Wirtschaftswissenschaft zu entwickeln.
- ihr Wissen über verschiedenen ethischen Theorien und Zugängen für das Management und aktuelle Diskussionen anzuwenden.
- Ansätze zur Identifikation, Reflexion und Überwindung von Trade-Offs zu entwickeln.
- einen geeigneten analytischen Reflexionsrahmen für die Bewertung betriebswirtschaftlicher Herausforderungen aufzubauen.

Kursinhalt

- Aktuelle Entwicklungen in der Wissenschaftstheorie und Philosophie: Übersicht zu verschiedenen ontologischen Ansätzen und Anwendungen auf die Wirtschaftswissenschaft. Übersicht zu verschiedenen ethischen Theorien und Zugängen für das Management und aktuelle Diskussionen dazu.

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Gestring, I. (2016): Ethik im Mittelstand. Grundlagen und Instrumente zur praktischen Umsetzung. 1. Auflage, Springer Gabler, Berlin.
- Glauner, F. (2016): CSR und Wertecockpits. Mess- und Steuerungssysteme der Unternehmenskultur. 2. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Henderson, R. (2020): Reimagining Capitalism in a World on Fire. 1. Auflage, PublicAffairs, New York.
- Homann, K. (2014): Sollen und Können. Grenzen und Bedingungen der Individualmoral. 1. Auflage, Ibero Verlag, Wien.
- Indset, A. (2020): Quantenwirtschaft. Was kommt nach der Digitalisierung. 1. Auflage, Econ., Düsseldorf.
- Schneider, A./Schmidpeter, R. (2015): Corporate Social Responsibility. Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis. 2. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Schüz, M. (2021): Angewandte Unternehmensethik: Grundlagen für Studium und Praxis. 2. Auflage, Pearson Verlag, London.
- Suchanek, A. (2015): Unternehmensethik: In Vertrauen investieren. 1. Auflage, UTB GmbH, Stuttgart.
- Von Müller, A. (2020): Die Selbstentfaltung der Welt. Eine Einladung, Zeit und Wirklichkeit neu zu denken und mit Komplexität anders umzugehen. 1. Auflage, Siedler Verlag, München.
- Wieland, J. (2014): Governance Ethics: Global value creation, economic organization and normativity. 1. Auflage, Springer International Publishing, Switzerland.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Seminar
-----------------------------------	---------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 120 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden	
Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

AI and Mastering AI Prompting

Module Code: DLMEAIMAIP

Module Type see curriculum	Admission Requirements none	Study Level MA	CP 10	Student Workload 300 h
--------------------------------------	---------------------------------------	--------------------------	-----------------	----------------------------------

Semester / Term see curriculum	Duration Minimum 1 semester	Regularly offered in WiSe/SoSe	Language of Instruction and Examination English
--	--	--	---

Module Coordinator Prof. Dr. Claudia Heß (Artificial Intelligence) / N.N. (Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques)

Contributing Courses to Module
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Artificial Intelligence (DLMAIAI01) ▪ Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques (DLMPAIECPT01)

Module Exam Type	
Module Exam	<p>Split Exam</p> <p><u>Artificial Intelligence</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Study Format "Distance Learning": Exam, 90 Minutes • Study Format "myStudies": Exam, 90 Minutes <p><u>Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Study Format "Distance Learning": Written Assessment: Project Report
Weight of Module see curriculum	

Module Contents**Artificial Intelligence**

- History of AI
- Expert Systems
- Neuroscience
- Modern AI Systems
- AI Application Areas

Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques

In this module, students delve into the world of generative AI applications, creating AI-generated content such as text, images, and videos. They learn to design, analyze, and evaluate different prompting techniques in these systems and apply them within their respective fields of study.

Learning Outcomes**Artificial Intelligence**

On successful completion, students will be able to

- remember the historical developments in the field of artificial intelligence.
- analyze the different application areas of artificial intelligence.
- comprehend expert systems.
- apply Prolog to simple expert systems.
- comprehend the brain and cognitive processes from a neuro-scientific point of view.
- understand modern developments in artificial intelligence.

Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques

On successful completion, students will be able to

- comprehend and implement various prompting techniques in generative AI applications.
- analyze, assess, and combine different prompt techniques for various expected AI outputs.
- implement ethical considerations into the design and execution of various generative AI applications.
- design, implement, and refine effective prompts and their combinations for real-world scenarios through various hands-on exercises.
- showcase creative and innovative thinking and reasoning in the application of advanced prompting techniques to solve multidimensional problems in their specialized area of study.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Data Science & Artificial Intelligence

Links to other Study Programs of the University

All Master Programs in the IT & Technology field

Artificial Intelligence

Course Code: DLMAIAI01

Study Level	Language of Instruction and Examination	Contact Hours	CP	Admission Requirements
MA	English		5	none

Course Description

The quest for artificial intelligence has captured humanity's interest for many decades and has been an active research area since the 1960s. This course will give a detailed overview of the historical developments, successes, and set-backs in AI, as well as the development and use of expert systems in early AI systems. In order to understand cognitive processes, the course will give a brief overview of the biological brain and (human) cognitive processes and then focus on the development of modern AI systems fueled by recent developments in hard- and software. Particular focus will be given to discussion of the development of "narrow AI" systems for specific use cases vs. the creation of general artificial intelligence. The course will give an overview of a wide range of potential application areas in artificial intelligence, including industry sectors such as autonomous driving and mobility, medicine, finance, retail, and manufacturing.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- remember the historical developments in the field of artificial intelligence.
- analyze the different application areas of artificial intelligence.
- comprehend expert systems.
- apply Prolog to simple expert systems.
- comprehend the brain and cognitive processes from a neuro-scientific point of view.
- understand modern developments in artificial intelligence.

Contents

1. History of AI
 - 1.1 Historical Developments
 - 1.2 AI Winter
 - 1.3 Notable Advances in AI
2. Expert Systems
 - 2.1 Overview Over Expert Systems
 - 2.2 Introduction to Prolog
3. Neuroscience
 - 3.1 The (Human) Brain

3.2 Cognitive Processes

4. Modern AI Systems

4.1 Recent Developments in Hard- and Software

4.2 Narrow vs General AI

4.3 NLP and Computer Vision

5. AI Application Areas

5.1 Autonomous Vehicles & Mobility

5.2 Personalized Medicine

5.3 FinTech

5.4 Retail & Industry

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Chowdhary, K. R. (2020). Fundamentals of Artificial Intelligence. Springer India.
- Russell, S. & Norvig, P. (2022). Artificial intelligence. A modern approach (4th ed.). Pearson Education.
- Ward, J. (2020). The student's guide to cognitive neuroscience. (4th ed.). Taylor & Francis Group.

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Online Lecture
--	--------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Practice Exam <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Study Format myStudies

Study Format myStudies	Course Type Lecture
----------------------------------	-------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Practice Exam <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques

Course Code: DLMPAIECPT01

Study Level	Language of Instruction and Examination	Contact Hours	CP	Admission Requirements
MA	English		5	none

Course Description

In this course, students explore the exciting world of prompting in various generative AI applications. They involve themselves in hands-on exercises that combine various prompting techniques to create new AI-generated content, including text, images, and videos. Through these exercises, students learn how to effectively use, analyze, combine, and assess these systems within their specialized fields of study.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- comprehend and implement various prompting techniques in generative AI applications.
- analyze, assess, and combine different prompt techniques for various expected AI outputs.
- implement ethical considerations into the design and execution of various generative AI applications.
- design, implement, and refine effective prompts and their combinations for real-world scenarios through various hands-on exercises.
- showcase creative and innovative thinking and reasoning in the application of advanced prompting techniques to solve multidimensional problems in their specialized area of study.

Contents

- In this course, students engage in a practical application of a generative AI use case by choosing from the options provided in the extensive supplementary guide. The course presents practical examples as study materials and exercises with both individual and combined prompting techniques for open-source text, image, and video generation use cases. The exercises are crafted to inspire and lead students in executing their distinct generative AI use case work and provide guidance on describing the use case and selecting a mixture of prompting techniques. Additionally, students are led to critically evaluate the design, implementation, and the outcomes from both technical and ethical perspectives.

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Dang, H., Mecke, L., Lehmann, F., Goller, S., & Buschek, D. (2022). How to prompt? Opportunities and challenges of zero- and few-shot learning for human-AI interaction in creative applications of generative models. arXiv. <https://arxiv.org/pdf/2209.01390.pdf>
- Epstein, Z., Hertzmann, A., Herman, L., Mahari, R., Frank, M. R., Groh, M., Schroeder, H., Smith, A., Akten, M., Fjeld, J., Farid, H., Leach, N., Pentland, A. S., & Russakovsky, O. (2023). Art and the science of generative AI: A deeper dive. arXiv. <https://arxiv.org/pdf/2306.04141.pdf>
- Gozalo-Brizuela, R., & Garrido-Merchán, E. C. (2023). A survey of generative AI applications. arXiv. <https://arxiv.org/pdf/2306.02781.pdf>
- Wei, J., Wang, X., Schuurmans, D., Bosma, M., Ichter, B., Xia, F., Chi, E. H., Le., Q. V., & Zhou, D. (2023). Chain-of-thought prompting elicit reasoning in large language models. arXiv. <https://arxiv.org/pdf/2201.11903.pdf>

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Project
--	-------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: no
Type of Exam	Written Assessment: Project Report

Student Workload					
Self Study 120 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 0 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods	
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Guideline

Masterarbeit

Modulcode: DLMMAB

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen Gemäß Studien- und Prüfungsordnung	Niveau MA	CP 15	Zeitaufwand Studierende 450 h
----------------------------------	---	---------------------	-----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Studiengangsleiter:in (SGL) (Masterarbeit) / Studiengangsleiter:in (SGL) (Kolloquium)

Kurse im Modul

- Masterarbeit (DLMMAB01)
- Kolloquium (DLMMAB02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Masterarbeit

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Masterarbeit

Kolloquium

- Studienformat "Fernstudium": Kolloquium

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

<p>Lehrinhalt des Moduls</p> <p>Masterarbeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Masterarbeit <p>Kolloquium</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kolloquium zur Masterarbeit 	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Masterarbeit</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Anwendung der fachlichen und methodischen Kompetenzen, die sie im Studium erworben haben, zu bearbeiten. ▪ eigenständig – unter fachlich-methodischer Anleitung eines akademischen Betreuers – ausgewählte Aufgabenstellungen mit wissenschaftlichen Methoden zu analysieren, kritisch zu bewerten sowie entsprechende Lösungsvorschläge zu erarbeiten. ▪ eine dem Thema der Masterarbeit angemessene Erfassung und Analyse vorhandener (Forschungs-)Literatur vorzunehmen. ▪ eine ausführliche schriftliche Ausarbeitung unter Einhaltung wissenschaftlicher Methoden zu erstellen. <p>Kolloquium</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Beachtung akademischer Präsentations- und Kommunikationstechniken vorzustellen. ▪ das in der Masterarbeit gewählte wissenschaftliche und methodisch Vorgehen reflektiert darzustellen. ▪ themenbezogene Fragen von Fachexperten (Gutachter der Masterarbeit) aktiv zu beantworten. 	
<p>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</p> <p>Alle Module im Masterprogramm</p>	<p>Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule</p> <p>Alle Masterprogramme im Fernstudium</p>

Masterarbeit

Kurscode: DLMMAB01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		13.5	Gemäß Studien- und Prüfungsordnung

Beschreibung des Kurses

Ziel und Zweck der Masterarbeit ist es, die im Verlauf des Studiums erworbenen fachlichen und methodischen Kompetenzen in Form einer akademischen Abschlussarbeit mit thematischem Bezug zum Studienschwerpunkt erfolgreich anzuwenden. Inhalt der Masterarbeit kann eine praktisch-empirische oder aber theoretisch-wissenschaftliche Problemstellung sein. Studierende sollen unter Beweis stellen, dass sie eigenständig unter fachlich-methodischer Anleitung eines akademischen Betreuers eine ausgewählte Problemstellung mit wissenschaftlichen Methoden analysieren, kritisch bewerten und Lösungsvorschläge erarbeiten können. Das von dem Studierenden zu wählende Thema aus dem jeweiligen Studienschwerpunkt soll nicht nur die erworbenen wissenschaftlichen Kompetenzen unter Beweis stellen, sondern auch das akademische Wissen des Studierenden vertiefen und abrunden, um seine Berufsfähigkeiten und -fertigkeiten optimal auf die Bedürfnisse des zukünftigen Tätigkeitsfeldes auszurichten.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Anwendung der fachlichen und methodischen Kompetenzen, die sie im Studium erworben haben, zu bearbeiten.
- eigenständig – unter fachlich-methodischer Anleitung eines akademischen Betreuers – ausgewählte Aufgabenstellungen mit wissenschaftlichen Methoden zu analysieren, kritisch zu bewerten sowie entsprechende Lösungsvorschläge zu erarbeiten.
- eine dem Thema der Masterarbeit angemessene Erfassung und Analyse vorhandener (Forschungs-)Literatur vorzunehmen.
- eine ausführliche schriftliche Ausarbeitung unter Einhaltung wissenschaftlicher Methoden zu erstellen.

Kursinhalt

- Im Rahmen der Masterarbeit muss die Problemstellung sowie das wissenschaftliche Untersuchungsziel klar herausgestellt werden. Die Arbeit muss über eine angemessene Literaturliteraturanalyse den aktuellen Wissensstand des zu untersuchenden Themas widerspiegeln. Der Studierende muss seine Fähigkeit unter Beweis stellen, das erarbeitete Wissen in Form einer eigenständigen und problemlösungsorientierten Anwendung theoretisch und/oder empirisch zu verwerten.

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Hunziker, A.W. (2010): Spass am wissenschaftlichen Arbeiten. So schreiben Sie eine gute Semester-, Bachelor- oder Masterarbeit. 4. Auflage, SKV, Zürich.
- Wehrlin, U. (2010): Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben. Leitfaden zur Erstellung von Bachelorarbeit, Masterarbeit und Dissertation – von der Recherche bis zur Buchveröffentlichung. AVM, München.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Thesis-Kurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Masterarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium/ Tutorielle Betreuung	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
405 h	0 h	0 h	0 h	0 h	405 h

Lehrmethoden
Die Studierenden schreiben ihre Masterarbeit eigenständig unter der methodischen und wissenschaftlicher Anleitung eine akademischen Betreuers.

Kolloquium

Kurscode: DLMMAB02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		1.5	Gemäß Studien- und Prüfungsordnung

Beschreibung des Kurses

Das Kolloquium wird nach Einreichung der Masterarbeit durchgeführt. Es erfolgt auf Einladung der Gutachter. Im Rahmen des Kolloquiums müssen die Studierenden unter Beweis stellen, dass sie den Inhalt und die Ergebnisse der schriftlichen Arbeit in vollem Umfang eigenständig erbracht haben. Inhalt des Kolloquiums ist eine Präsentation der wichtigsten Arbeitsinhalte und Untersuchungsergebnisse durch den Studierenden, und die Beantwortung von Fragen der Gutachter.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Beachtung akademischer Präsentations- und Kommunikationstechniken vorzustellen.
- das in der Masterarbeit gewählte wissenschaftliche und methodisch Vorgehen reflektiert darzustellen.
- themenbezogene Fragen von Fachexperten (Gutachter der Masterarbeit) aktiv zu beantworten.

Kursinhalt

- Das Kolloquium umfasst eine Präsentation der wichtigsten Ergebnisse der Masterarbeit, gefolgt von der Beantwortung von Fachfragen der Gutachter durch den Studierenden.

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Renz, K.-C. (2016): Das 1 x 1 der Präsentation. Für Schule, Studium und Beruf. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Thesis-Kurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Kolloquium

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium/ Tutorielle Betreuung	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
45 h	0 h	0 h	0 h	0 h	45 h

Lehrmethoden
Moderne Präsentationstechnologien stehen zur Verfügung.