



Modulhandbuch

Studiengang

**Internationales Management &
Entrepreneurship,**

Master of Arts (M.A.)

Fakultät für Wirtschaft

Heidelberg, 26.08.2020

Inhaltsverzeichnis

1	Studienverlauf	3
2	Modulkatalog	7
2.1	General Management.....	7
2.2	Marketing & Vertrieb	22
2.3	Corporate Finance & Accounting.....	32
2.4	Methoden.....	41
2.5	Recht & Steuern.....	48
2.6	Praktikum / Auslandsphase	55
2.7	Master-Thesis.....	61
3	Modultabelle.....	63

1 Studienverlauf

Das 20 Monate umfassende Studium des Masters of Arts (M.A.) Internationales Management & Entrepreneurship ist in drei zeitliche Abschnitte gegliedert. Das Studium beginnt mit einem zwölf-monatigen intensiven Präsenzstudium vor Ort an der SRH Hochschule Heidelberg. Es schließt sich ein viermonatiges Auslandsstudium an einer internationalen Partnerinstitution oder ein Praktikum mit Auslandsbezug an. Alternativ besteht die Möglichkeit zur eigenen Existenzgründung, begleitet durch das Gründer-Institut der SRH Hochschule Heidelberg. Die letzten vier Monate des Studiums sind für die Erstellung der Master-Thesis vorgesehen. Insgesamt umfasst das Masterprogramm 120 ECTS-Punkte.

Im Rahmen des Präsenzstudiums durchlaufen die Masterstudierenden fünf Modulgruppen, die alle wesentlichen Aspekte erfolgsorientierten Managements auf Basis einer theoretischen Fundierung durch die stetige Integration von Fallstudien und realen Praxisprojekten stark anwendungsorientiert vermittelt. Hierbei dienen insbesondere mittelständische Unternehmen als Anwendungsobjekt. Diese Präferenz resultiert u.a.

- aus der größeren Nähe der inhaltlichen Strukturen und Problemstellungen in mittelständischen Unternehmen im Vergleich zu jungen Start-Ups,
- der besseren Überschaubarkeit der betriebswirtschaftlichen Anwendungsfälle für studentische Projekte sowie
- der größeren Nachfrage von Mittelständlern für studentische Projekte aus der Praxis.

Die einzelnen Modulgruppen setzen sich jeweils aus zwei bis fünf aufeinander abgestimmten Modulen zusammen (s.a. Abschnitt 2). Zentrale Besonderheiten des Präsenzstudiums sind dessen spezieller zeitlicher Ablauf und die darauf basierenden Gestaltungsmöglichkeiten für ein kompetenzorientiertes, fokussiertes und intensiviertes Lehren und Lernen. Das Studienjahr gliedert sich in neun Fünfwochenblöcke, die mit Lehrpräsenz und darauf abgestimmtem Selbstlernstudium ausgefüllt werden. Innerhalb eines jeden Fünfwochenblocks werden maximal zwei Lehrveranstaltungen parallel abgehalten, sodass sich die Studierenden vollständig darauf konzentrieren können.

Eine Besonderheit im Präsenzteil ist das Modul *Current Topic*, in welchem neben betriebswirtschaftlichen Inhalten ebenfalls aktuelle Themen der nationalen und internationalen Wirtschaft von internationalen Experten – auch in englischer Sprache – behandelt werden. Die genaue Bezeichnung dieses Moduls wird rechtzeitig vor Beginn der Veranstaltung an die Studierenden kommuniziert.

Das Abschlussmodul des Präsenzstudiums bildet *Entrepreneurship*, welches als Schlüsselmodul die Inhalte der vorangegangenen Module aufgreift und zusammenführt. Darüber hinaus erlangen die Studierenden in diesem Modul zentrale Persönlichkeits- und Teamkompetenzen, wie sie in einem Gründungsprozess von zentraler Bedeutung sind.

Die aus diesem umfassenden Modul entstandenen Geschäftsideen können von den Studierenden in der zweiten Hälfte des Studiums im Rahmen eines Existenzgründerpraktikums im Inkubator, dem Gründer-Institut der SRH Hochschule Heidelberg, weiterentwickelt und ggf. bis zur Marktreife gebracht werden. Im Inkubator stehen den Studierenden sowohl Infrastruktur (Geschäftsräume, IT etc.) als auch fach- und sachkundige Unterstützung durch die praxiserfahrenen Experten des Gründerinstituts sowie ihrer Dozenten aus dem Master IME zur Verfügung. Aufgrund der sehr offenen und kooperativen Atmosphäre im Inkubator besteht darüber hinaus ein reger interdisziplinärer Austausch mit anderen Existenzgründern, die an ihren eigenen Projekten arbeiten.

Bei erfolgreichem Verlauf der Existenzgründung im Rahmen der Praktikumsphase verbleiben die Studierenden auch für die Thesis-Phase im Inkubator und erhalten die Möglichkeit das Thema ihrer Masterarbeit im Kontext ihrer Existenzgründung zu wählen und so ein möglichst hohes Maß an Synergie zu erzielen.

Alternativ zur eigenen Existenzgründung im Rahmen des Masterprogramms haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls Entrepreneurship in der zweiten Studienphase wahlweise die Möglichkeit zur Auswahl

- eines integrierten Auslandsstudiums an einer unserer Partneruniversitäten. Soweit sie sich für das Studium bei einem unserer MBA-Partner entscheiden, besteht die Option durch Verlängerung der Auslandsphase um je nach Studienverlauf ca. vier bis sechs Monate zum zusätzlichen Erwerb eines MBA-Abschlusses an einer renommierten amerikanischen oder französischen Universität.
- eines Praktikums im Ausland oder bei einem in Deutschland ansässigen international agierenden Unternehmen. In letzterem Fall ist sicherzustellen, dass wesentliche Teile der Tätigkeit einen internationalen Bezug aufweisen.

Im Anschluss an die Auslandsphase verfassen die Studierenden ihre Master-Thesis. Dem praxisorientierten Anspruch des Studiengangs folgend werden kooperative Projekte mit einem Praxispartner favorisiert und seitens der Betreuer auch entsprechend unterstützt. Auf diese Weise wird ein schneller und friktionsfreier Übergang in die Berufstätigkeit nachhaltig vorangetrieben.

Studienverlaufsplan

WISE 2020	Block 1	Block 2	Weihnachtsferien	Block 3	Block 4	ZW* 4-5	Osterferien	Block 5	Block 6	Block 7	ZW* 7-8	Sommerferien	Block 8
1. Jahr	12.10. - 13.11.20	16.11. - 18.12.20	21.12.20 - 06.01.21	11.01. - 12.02.21	15.02. - 19.03.21	22.03. - 01.04.21	02.04. - 09.04.21	12.04. - 14.05.21	17.05. - 18.06.21	21.06. - 23.07.21	26.07. - 06.08.21	09.08. - 20.08.21	23.08. - 24.09.21
Veranstaltung I	Controlling & Reporting	Business Research Methods		Internationales Marketing	Current Topic I Digitale Transformation	Leadership & Organisational Management		Brand Management	Wertschöpfungsmanagement	Accounting	Vertriebsmanagement		Entrepreneurship
Lehrpräsentationsstunden	40	60		60	40	40		60	40	40	40		60
ECTS	4	8			4	4		6	4	4	4		8
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Klein	Prof. Dr. phil. Benedikt Römmelt		Prof. Dr. rer. pol. Joachim Gläser	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Klein	Prof. Dr. rer. pol. Wolfgang Söhner		Prof. Dr. rer. pol. Andreas Klein	Prof. Dr. rer. pol. Friedrich Preis	Prof. Dr. rer. pol. Ziad Bekhaya	Prof. Dr. rer. pol. Frank Gebert		Prof. Dr. rer. pol. Andreas Klein
Veranstaltung II	Projekt- & Innovationsmanagement			Steuern	Krisenmanagement			Current Topic II Preismanagement in digitalen Märkten	Recht	International Corporate Finance			
Lehrpräsentationsstunden	40			20	40			20	40	40			
ECTS	4			2	4			2	4	4			
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Klein			Prof. Dr. iur. Kai Uwe Schroeder	Prof. Dr. rer. pol. Henning Werner			Prof. Dr. rer. pol. Andreas Klein	Prof. Dr. iur. Stephan Pfaff	Prof. Dr. rer. pol. Stephan Schöring			

2. Jahr	Okt. 2020	Nov. 2021	Dez. 2021	Jan. 2022	Feb. 2022	März 2022	April 2022	Mai 2022	Juni 2022	Juli 2022	Aug. 2022	Sept. 2022	Okt. 2022
mit Existenzgründung	Praktikum im Rahmen der eigenen Existenzgründung am Gründer-Institut (24 ECTS)				Master Thesis im Rahmen der eigenen Existenzgründung (24 ECTS)				<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="border-left: 1px solid black; border-right: 1px solid black; height: 100px; width: 20px;"></div> <div style="text-align: center;"> <p>20 Monate</p> <p>↓</p> </div> <div style="border-left: 1px solid black; border-right: 1px solid black; height: 100px; width: 20px;"></div> </div>				
mit Auslandspraktikum	Auslandspraktikum / Praktikum mit Auslandsbezug (24 ECTS)				Master Thesis (24 ECTS)								
mit Auslandssemester	Auslandstudium (24 ECTS)				Master Thesis (24 ECTS)								
mit MBA	MBA (24 ECTS)				MBA								

Veranstaltungssprache Englisch
ZW = Zwischenblock

Kompetenz-Fahrplan

Internationales Management & Entrepreneurship
M.A., Credit Points: 120

Fachkompetenz

Methodenkompetenz

Sozialkompetenz

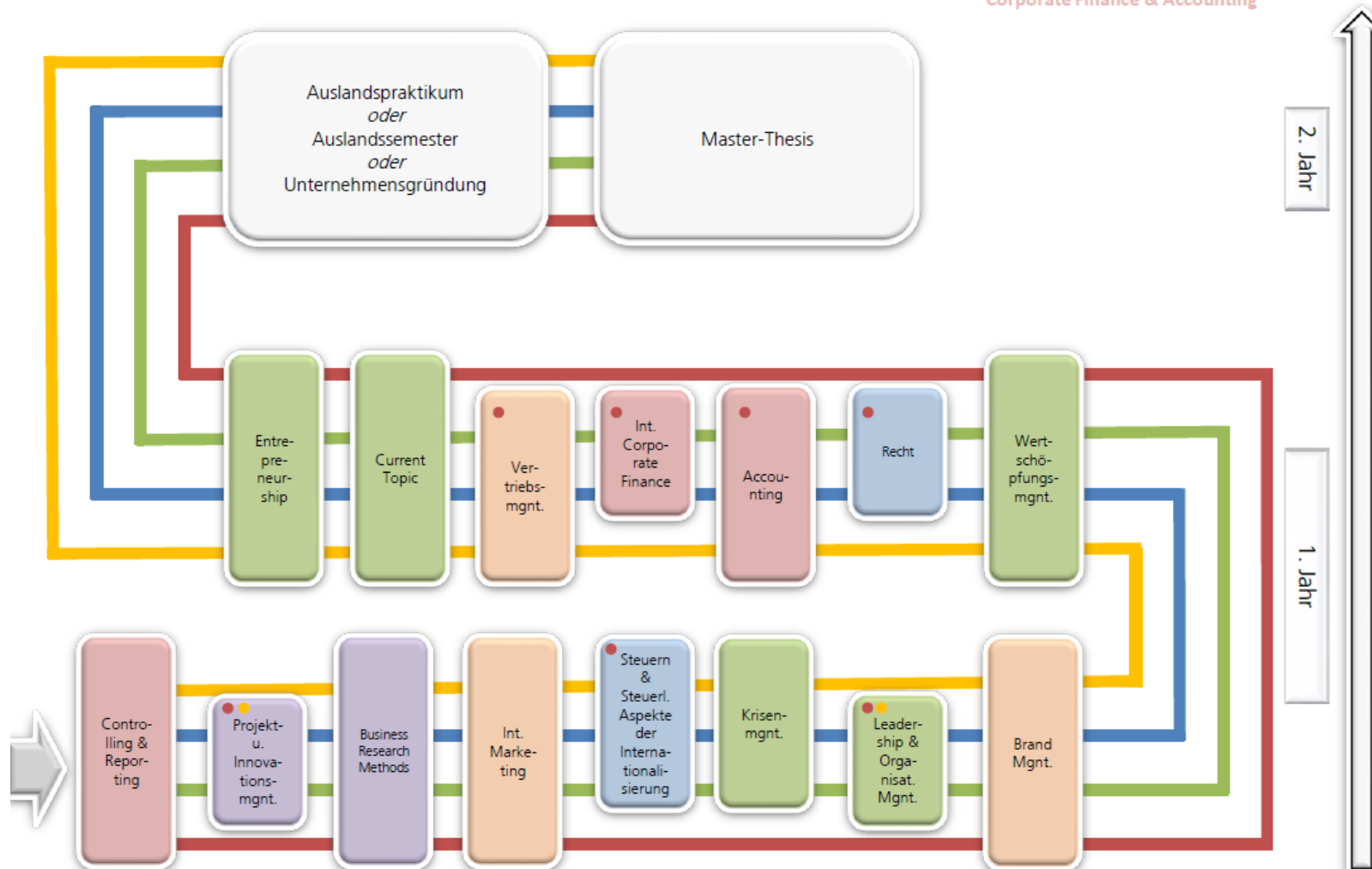
Selbstkompetenz

Themenblock:

General Management Methoden

Marketing & Vertrieb Recht & Steuern

Corporate Finance & Accounting



2 Modulkatalog

2.1 General Management

Entrepreneurship

SRH Hochschule Heidelberg, Studiengang: Internationales Management & Entrepreneurship											
Modulbezeichnung und ggf. Modulnummer: Entrepreneurship 1373-2462											
Studienabschnitt	Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Art <small>*Bei Abweichungen Präzisierung im Feld „Verwendbarkeit“</small>	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung <small>Hinweis: Berechnungsgrundlage in der Regel 1 ECTS = 30 Std. Abweichungen sind ausschließlich in Anlage 2 (Bachelor) oder 2a (Master) der SPO geregelt.</small>						
1/3	1x pro Jahr	5 Woche(n)	Pflichtfach	8	<table border="0"> <tr> <td>Workload gesamt</td> <td>240 Std. (100%)</td> </tr> <tr> <td>Präsenzzeit</td> <td>80 Std. (40%)</td> </tr> <tr> <td>Selbststudium</td> <td>160 Std. (60%)</td> </tr> </table>	Workload gesamt	240 Std. (100%)	Präsenzzeit	80 Std. (40%)	Selbststudium	160 Std. (60%)
Workload gesamt	240 Std. (100%)										
Präsenzzeit	80 Std. (40%)										
Selbststudium	160 Std. (60%)										
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortung						
Abgeschlossenes Bachelor-Studium in BWL	Unternehmensgründung & Business Development	1. Projektarbeit (PA)	2. -	1. Vorlesung (V)	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Klein						
		3. -	4. -	2. Gruppenarbeit (GA)							
		5. -		3. Kolloquium (Ko)							
				4. Praktikum / Praxis (P)							
				5. Rollenspiel (Ro)							
				6. -							
Qualifikationsziele / Learning Outcomes											
<p>Die Entwicklung und Konzeption neuer Geschäftsideen sowie ihre erfolgreiche Umsetzung auf Basis eines schlüssigen Geschäftsmodells ist ein zentraler Erfolgsfaktor in Unternehmen. Dies gilt nicht nur für Start-ups, sondern auch für etablierte Unternehmen, vor allem in dynamischen Märkten. Somit ist unternehmerisches Denken und Handeln eine unabdingbare Kompetenz für Fach- und Führungskräfte.</p>											
<p>Lernergebnisse Fachkompetenz</p> <p>Nach Besuch der Veranstaltung sind die Studierenden fachlich in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • eine konkrete Geschäftsidee zu generieren und zu entwickeln • einen Businessplan zu durchdenken und auszuarbeiten zu den Aspekten <ul style="list-style-type: none"> ○ Management Summary ○ Produkt- und Unternehmensidee ○ Managementteam ○ Markt und Wettbewerb ○ Marketing und Vertrieb ○ Unternehmensorganisation ○ Finanzplanung 											

- o Risikobewertung und Alternativszenarien

Lernergebnisse Methodenkompetenz

Sie beherrschen die Anwendung wesentlicher Techniken wie

- Kreativitätstechniken (Generierung der Geschäftsidee)
- Analysemethoden (Durchführung einer Marktanalyse)
- Transferfähigkeiten (Ableitung des Finanzplans)
- Fähigkeit zur Informationsbeschaffung (Datengenerierung) etc.

Lernergebnisse Selbstkompetenzen

Kompetenz und Adressierung in Modul	Förderung in der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz
Ambiguitätstoleranz	Auftretende Widersprüche werden im Rahmen der Veranstaltung mit dem Dozenten diskutiert.	Auftretende Widersprüche werden im Rahmen der Prüfungsleistung durch den Dozenten thematisiert.
Selbstreflektion	Zwischenergebnisse (bspw. die Business Model Canvas) und die von außen beobachtbare Arbeitsweise werden durch den Dozenten kommentiert und die Studierenden so zur Selbstreflexion angeregt.	Der Umgang mit den Kommentaren während der Veranstaltung wird im Rahmen der Prüfungsleistung berücksichtigt.
Zeitmanagement	Die Studierenden müssen im Rahmen der Gruppenarbeit regelmäßige Termine einhalten.	Für die gesamte Ausarbeitung und eine eventuelle Präsentation steht nur ein begrenzter, von den Studierenden einzuhaltender Zeitraum zur Verfügung.
Flexibilität	Sich in den Gruppendiskussionen ergebende Anpassungen in der Aufgabenstellung werden mit den Dozenten besprochen und im Nachgang umgesetzt.	Im Zuge der Kompetenzmessung müssen sich die Studierenden mit Änderungen in der Aufgabenstellung (bspw. durch die Veränderung von Umweltparametern) auseinandersetzen und darauf reagieren.
Selbstorganisation (Priorisierung)	Die umfangreichen Aufgaben im Rahmen einer Gründung sind nur durch Aufteilung innerhalb der studentischen Teams bearbeitbar.	
Entscheiderkompetenz	Die Offenheit der Aufgabenstellung erfordert Auswahlentscheidungen für ein bestimmtes Vorgehen.	Im Rahmen der Präsentationen müssen die Studierenden ihre im Vorfeld getroffenen Entscheidungen darlegen und verteidigen.

Lernergebnisse Sozialkompetenzen

Kompetenz und Adressierung in Modul	Förderung in der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz
Zielorientierte Durchführung von Gruppenbesprechungen	In den zeitlich begrenzten Besprechungen mit dem Dozenten sind die Studierenden gefordert, die aus ihrer Sicht relevanten Themen einzubringen.	Die Umsetzung der Ergebnisse der Gruppenbesprechungen mit dem Dozenten wird in der Prüfung berücksichtigt.
Teamfähigkeit	Zeigen sich Probleme im Rahmen der Gruppenarbeit, werden diese unter Anleitung des Dozenten geklärt.	Die Qualität der Gruppenarbeit wirkt sich entscheidend auf den Erfolg der Gruppenpräsentation aus.
Soziales Lernen	Im Rahmen von Rollenspielen, Gruppendiskussionen, etc. trainieren die Studierenden ihre Kommunikationsfähigkeit und Konfliktfähigkeit.	Ohne intensive Interaktion und zielgerichtete Zusammenarbeit ist eine Bearbeitung der Aufgabe kaum zu leisten.
Kritikfähigkeit	Die Studierenden müssen mit konstruktiver Kritik in den Gruppensitzungen umgehen.	
Durchsetzungsfähigkeit	Die Studierenden müssen sich innerhalb der Gruppe sowie ihre Ansichten ggf. auch gegen Widerstände der anderen Gruppenmitglieder durchsetzen.	Im Rahmen der Präsentationen müssen die Studierenden ihre Ansichten ggf. gegen Widerstände von Kommilitonen und der Lehrenden durchsetzen.

Constructive Alignment

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls haben die Masterstudierenden die Kompetenz, Geschäftsideen zu erkennen, zu bewerten und daraus einen nachvollziehbaren Businessplan zu entwickeln. Hierbei erlernen die Studierenden theoretische Konzepte geeignet zu adaptieren und auf Praxissituationen anzuwenden. Die reale Erstellung eines Businessplans im Rahmen einer selbstgewählten Businessidee durch die Studierenden ist dementsprechend ein zentrales Lernergebnis und Prüfungsleistung zugleich. Im Hinblick auf Validität und insb. Reliabilität erscheinen die Erstellung eines schriftlichen Businessplans und dessen Präsentation als das Prüfungsinstrument, um die im Vorfeld definierten Kompetenzen abzuprüfen und eine differenzierte Rückmeldung an die Studierenden zu gewährleisten. Diese Konstellation wird auch in der Praxis als Bewertungsmodell herangezogen, um Geschäftsideen und deren geplante Umsetzung zu bewerten.

Einführende Vorlesung und durchgängige Workshops schaffen die Voraussetzung für den erfolgreichen Abschluss.

Die in diesem Modul entwickelte Geschäftsidee kann durch die Studierenden im Rahmen des Praktikums und der Master-Thesis weiter vertieft und realisiert werden.

Lerninhalte

Als Basiskonzept wird die Business Model Canvas für die Veranstaltung gewählt. Die Business Model Canvas ist ein Modellierungskonzept, mit dessen Hilfe das Geschäftsmodell einer Organisation, eines Mitbewerbers oder jedes beliebigen Unternehmens beschrieben und durchdacht werden kann. Die Business Model Canvas wird weltweit und von führenden Unternehmen wie beispielsweise IBM, Ericsson, Deloitte angewendet (vgl. Business Model Canvas in Osterwald/Pigneur, 2011, S. 19). Die kreative Darstellung eines beliebigen Geschäftsmodells, der Praxisbezug und das hohe Ansehen, das die Business Model Canvas in der Wirtschaft genießt, sind Gründe für diese Entscheidung. Alle neuen Themenbereiche werden in das Basismodell integriert bzw. mit diesem oder dem Businessplan in Verbindung gebracht.

Die Lehrinhalte leiten sich somit größtenteils aus dem theoretischen Konzept ab, was auch der Gliederung des Vorlesungsskripts der Veranstaltung entspricht.

1. Entrepreneurship – der Einstieg ins Unternehmertum
2. Der Aufbau eines Businessplans
3. Geschäftsmodellkonzept – „Business Model Canvas“
4. Finanzierung
5. Management-Team

Literaturempfehlungen zur Vor- und Nachbereitung

- Abell, D. F. (1980). *Defining the Business: The Starting Point of Strategic Planning*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Adner, R. & Levinthal, D. (2008). Doing versus seeing: Acts of exploitation and perceptions of exploration. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(1), 43– 52.
- Al-Laham, A. (1996). *Strategieprozesse in deutschen Unternehmen – Verlauf, Struktur und Effizienz*. Wiesbaden: Gabler.
- Alvarez, S. A. & Barney, J. (2007). Discovery and creation: Alternative theories of entrepreneurial action. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(11), 11-26.
- Baker, T. & Nelson, R. (2005). Creating something from nothing - Resource construction through entrepreneurial bricolage. *Administrative Science Quarterly* 50, 329-366.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17, 99-120.
- Bhidé, A. (1996). The Questions every entrepreneur must answer. *Harvard Business Review*, 74, 120-130.
- Burgelman, R. A. (1983). A model of the interaction of strategic behavior, corporate context, and the concept of strategy. *Academy of Management Review*, 8(1), 61–70.
- Esser, W. (1994). Die Wertkette als Instrument der Strategischen Analyse. In Riekhof, H. (Hrsg.), *Praxis der Strategieentwicklung*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Glaum, M. (2002). Risikomanagement. In Hommel, U. & Knecht, T. C. (Hrsg.), *Wertorientiertes Start-up-Management: Grundlagen-Konzepte-Strategien* (S. 458-473). München: Vahlen.
- Göpfert, J. R. (2002). Die Entwicklung innovativer Produkte. In Hommel, U. & Knecht, T. C. (Hrsg.), *Wertorientiertes Start-up-Management: Grundlagen-Konzepte-Strategien* (S. 225-247). München: Vahlen.
- Kaish, S. & Gilad, B. (1991). Characteristics of opportunities search of entrepreneurs versus executives: Sources, interests, general alertness. *Journal of Business Venturing*, 6, 45-61.

- Kickul, J. & Gundry, L. (2002). Prospecting for strategic advantage: The proactive entrepreneurial personality and small firm innovation. *Journal of Small Business Management*, 40 (2), 85–97.
- Kirzner, I. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. *Journal for Economic Literature*, 35, 60-85.
- Kleinhietspaß, G. (2005). Businessplan – Aufbau neuer Geschäftsfelder. *CM Controller Magazin*, 30, 417-423.
- Kollmann, T., Christofor, J. & Kuckertz, A. (2007). Explaining individual entrepreneurial orientation: Conceptualisation of a cross-cultural research framework. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 3, 325–340.
- McKinsey&Company (2016). *Planen, gründen, wachsen*. Zürich: REDLINE.
- Meffert, H. (2019). *Marketing*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Ossola-Haring, C. (2017). *Familienunternehmen*. Nürnberg: Datev eG.
- Ossola-Haring, C. & Dürr, A. (2016). *Erfolgreich gründen. Start-up im Studium*. Konstanz/München: UVK Verlag.
- Osterwalder A. & Bland D. (2020). *Testing Business Ideas-Mit kleinem Einsatz durch schnelle Experimente zu großen Gewinnen*. Frankfurt/New York: Campus Verlag.
- Osterwalder, A. et. al. (2020). *The Invincible Company - So schaffen Sie eine Kultur der Innovation und Transformation, die Ihr Unternehmen unbesiegbar macht*. Frankfurt/New York: Campus Verlag.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2011). *Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer*. Frankfurt/New York: Campus Verlag.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2015). *Value Proposition Design*, Frankfurt/New York: Campus Verlag.
- Porter, M. E. (2004). *Wettbewerbsvorteile (Competitive Advantage)*. Frankfurt/Main: Campus Verlag.
- Quinn, J. (1979). Technological innovation, entrepreneurship, and strategy. *Sloan Management Review*, 20(3), 19–30.
- Rich, S. & Gumpert, D. (1985). How to write a Winning Business Plan. *Harvard Business Review*, 63, 156-167.
- Schumpeter, J. A. (1954). *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*. Berlin-Neukölln: Duncker & Humblot.
- Shane, S. & Vankataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25, 217-226.
- Stopford, J. M. & Baden-Fuller, C. W. F. (1994). Creating corporate entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 15 (7), 521–536.
- Voigt, K.-I. (2002). Der Businessplan als Controllinginstrument – einige Betrachtungen aus der Perspektive des Mittelstandes. *krp - Kostenrechnungspraxis*, 46, 236-238.
- Welge, M. K. & Al-Laham, A. (2008). *Strategisches Management: Grundlagen - Prozesse – Implementierung*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-based View of the firm. *Strategic Management Journal*, 5, 171-180.
- Zhou, J. (2008). New look at creativity in the entrepreneurial process. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(1), 1–5.
- Zinnbauer, Z. & Schwaiger, M. (2002). Methoden und Kriterien zur Bestimmung des Zielmarktes und zur Marktanalyse. In U. Hommel & T.C. Knecht (Hrsg.), *Wertorientiertes Start-up-Management: Grundlagen-Konzepte-Strategien* (S. 249-271). München: Vahlen.

Wertschöpfungsmanagement

SRH Hochschule Heidelberg, Studiengang: Internationales Management & Entrepreneurship											
Modulbezeichnung und ggf. Modulnummer: Wertschöpfungsmanagement 1373-2913-2											
Studienabschnitt	Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Art <small>*Bei Abweichungen Präzisierung im Feld „Verwendbarkeit“</small>	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung <small>Hinweis: Berechnungsgrundlage in der Regel 1 ECTS = 30 Std. Abweichungen sind ausschließlich in Anlage 2 (Bachelor) oder 2a (Master) der SPO geregelt.</small>						
1/3	1x pro Jahr	5 Woche(n)	Pflichtfach	4	<table border="0"> <tr> <td>Workload gesamt</td> <td>120 Std. (100%)</td> </tr> <tr> <td>Präsenzzeit</td> <td>40 Std. (33%)</td> </tr> <tr> <td>Selbststudium</td> <td>80 Std. (67%)</td> </tr> </table>	Workload gesamt	120 Std. (100%)	Präsenzzeit	40 Std. (33%)	Selbststudium	80 Std. (67%)
Workload gesamt	120 Std. (100%)										
Präsenzzeit	40 Std. (33%)										
Selbststudium	80 Std. (67%)										
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortung							
	Verwendung des Moduls im Masterstudien-gang Internationales Management & Entrepreneurship	1. Studienarbeit (StA) 2. Präsentation (Präs) 3. - 4. - 5. -	1. Gruppenarbeit (GA) 2. Problemorientiertes Lernen (PoL) 3. Exkursion (Exk) 4. - 5. - 6. -	Prof. Dr. rer. pol. Friedrich Preiß							
Qualifikationsziele / Learning Outcomes											
<p>Für die künftige Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens ist es von herausragender Bedeutung, dass interne und unternehmensübergreifende Wertschöpfungsketten optimal ausgestaltet und aufeinander angepaßt werden. Gilt dies für bereits bestehende Unternehmen, so wird es in der meist durch extreme Ressourcenknappheit gekennzeichneten Gründungsphase eines Unternehmens häufig sogar zum entscheidenden Erfolgsfaktor. Im Rahmen des Wertschöpfungsmanagement stellt sich somit die Frage nach der Optimierung und Gestaltung von Schlüsselaktivitäten, Schlüsselressourcen, Schlüsselpartnern.</p> <p>Durch ein systematisches Wertschöpfungsmanagement sind die Studierenden in der Lage, entlang der Wertschöpfungsketten Schwachstellen zu analysieren und zu evaluieren. Am Ende der Veranstaltung können die Studierenden konkrete Vorschläge anhand von Beispielen zur Synchronisierung aller Unternehmensprozesse generieren, um die geringste Verschwendung, den schnellsten Durchlauf und den geringsten Ressourcenbedarf zu realisieren.</p> <p>Lernergebnisse Fachkompetenz Fachlich können die Studierenden den kompletten Zusammenhang von globalen Wertschöpfungsketten analysieren und anhand von Optimierungsmodellen z.B. für das Produktions- und Logistikmanagement Verbesserungspotentiale entwickeln und definieren. Am Beispiel von international agierenden Unternehmen werden typische Wertschöpfungsketten erfasst und analysiert. In Gruppenarbeit werden dann Verbesserungspotentiale entwickelt und bewertet.</p> <p>Lernergebnisse Methodenkompetenz Evaluation der vermittelten und erlernten Methoden und Modelle und Ableiten konkreter Handlungsempfehlungen am Beispiel von Wertschöpfungsketten. Dabei steht die Perspektive des Unternehmertums (Entrepreneurship) im Zentrum. Zu den Methoden und</p>											

Modellen gehören z.B.:

- Entwicklung von Strategien und Geschäftsplänen
 - Cost Tracking – Geschäftsplan Erstellung
 - KPI entlang der Wertschöpfungskette
 - Supply Chain Entwicklung und Design
- Wertschöpfungscontrolling / Kennzahlenmanagement

Lernergebnisse Selbstkompetenzen

Kompetenz und Adressierung in Modul	Förderung in der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz
Selbstreflektion	Zwischenergebnisse (bspw. im Rahmen von Fallarbeiten) und die von außen beobachtbare Arbeitsweise werden durch den Dozenten kommentiert und die Studierenden so zur Selbstreflexion angeregt.	
Zeitmanagement	Die Studierenden müssen im Rahmen der Gruppenarbeit regelmäßige Termine einhalten.	Für die gesamte Ausarbeitung und eine eventuelle Präsentation steht nur ein begrenzter, von den Studierenden einzuhaltender Zeitraum zur Verfügung.
Flexibilität	Sich in den Gruppendiskussionen ergebende Anpassungen in der Aufgabenstellung werden mit den Dozenten besprochen und im Nachgang umgesetzt.	
Entscheiderkompetenz	Die Offenheit der Aufgabenstellung erfordert Auswahlentscheidungen für ein bestimmtes Vorgehen.	Im Rahmen der Prüfungsleistung (bspw. bei Präsentationen) müssen die Studierenden ihre im Vorfeld getroffenen Entscheidungen darlegen und verteidigen.

Lernergebnisse Sozialkompetenzen

Kompetenz und Adressierung in Modul	Förderung in der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz
Zielorientierte Durchführung von Gruppenbesprechungen	In den zeitlich begrenzten Besprechungen mit dem Dozenten sind die Studierenden gefordert, die aus ihrer Sicht relevanten Themen einzubringen.	
Teamfähigkeit	Zeigen sich Probleme im Rahmen der Gruppenarbeit, werden diese unter Anleitung des Dozenten geklärt	Die Qualität der Gruppenarbeit wirkt sich entscheidend auf den Erfolg der Gruppenpräsentation aus.
Soziales Lernen	Im Rahmen von Rollenspielen, Gruppendiskussionen, etc. trainieren die Studierenden ihre Kommunikationsfähigkeit und Konfliktfähigkeit.	
Kritikfähigkeit	Die Studierenden müssen mit konstruktiver Kritik in den Gruppensitzungen umgehen.	

Constructive Alignment

Das Modul ist so aufgebaut, dass die Aufgabenstellungen eng an praxisnahe Abläufe und Arbeitsweisen angelehnt sind. Die Gruppenarbeit orientiert sich an typischen, in der Praxis angewandten Fragestellungen zum Wertschöpfungsmanagement. Die Studierenden sind gefordert, sich im Selbststudium die erforderlichen Informationen und Inhalte zu organisieren und einen geeigneten Geschäftsplan zu erstellen. In der Präsentation werden die Evaluationspotentiale der Studierenden am Beispiel von internationalen Wertschöpfungsketten in Unternehmen abgeprüft. Die Studienarbeit belegt die Kompetenz zur Analyse, Synthese und Evaluation von Wertschöpfungsketten anhand eines praxisnahen Beispiels.

Lerninhalte

Nach erfolgreichem Abschluss der Veranstaltung haben die Masterstudierenden die Kompetenz, interne und

unternehmensübergreifende Prozessketten auf ihre Wertschöpfung hin zu analysieren und zu evaluieren und Maßnahmen zur Optimierung und kontinuierlichen Verbesserung von Wertschöpfungsketten zu diskutieren und zu konzipieren. Zu den wesentlichen Themenbereichen und Modellen gehören:

- Entwicklung eines Produktions- und Logistikmanagement
 - Philosophie und Werkzeuge von Lean Management
 - Kombination von Lean Production
- Wesentliche Elemente von Supply Chain Management
 - Total Cost of Ownership
 - Globalisierung und gesteigerte Kundenanforderungen
 - Gestaltungsmodelle des Supply Chain Management
- Wertschöpfung in Netzwerken / Bestandsmanagement
 - Wertschöpfungsketten
 - Make, Buy & Cooperate Design
 - Vertikale und horizontale Kooperationsstrategien
- Nachhaltigkeit und Wertschöpfung
 - Ressourcen- und umweltschonende Wertschöpfungssysteme
 - „GreenLogistics“ als strategischer Wettbewerbsfaktor

Literaturempfehlungen zur Vor- und Nachbereitung

- Beumer, C., Furmans, K., Kilger, C. & Grosche, T. (2009). *Logistik im Mittelstand*. Hamburg: DVV Media Group.
- Chopra, S. & Meindl, P. (2010). *Supply Chain Management* (4th Ed.). Wiesbaden: Springer Gabler.
- Heizer, J. H. & Render, B. (2013). *Operations Management*. Boston u.a.: Pearson.
- Kummer, S., Grün, O. & Jammernegg, W. (2014). *Grundlagen der Beschaffung, Produktion und Logistik* (3. Aufl.). München: Pearson.
- Ohno, T. (2009) *Das Toyota-Produktionssystem*. Frankfurt/Main: Campus Verlag.
- Sydow, J. & Möllering, G. (2009). *Produktion in Netzwerken* (2.Aufl.). München: Vahlen.
- Thonemann, U. (2015). *Operations Management* (3. Aufl.). Boston u.a.: Pearson.

SRH Hochschule Heidelberg, Studiengang: Internationales Management & Entrepreneurship					
Modulbezeichnung und ggf. Modulnummer: Leadership & Organisational Management 1373-2998					
Studienabschnitt	Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Art <small>*Bei Abweichungen Präzisierung im Feld „Verwendbarkeit“</small>	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung <small>Hinweis: Berechnungsgrundlage in der Regel 1 ECTS = 30 Std. Abweichungen sind ausschließlich in Anlage 2 (Bachelor) oder 2a (Master) der SPO geregelt.</small>
1/3	1x pro Jahr	5 Woche(n)	Pflichtfach	4	Workload gesamt 120 Std. (100%) Präsenzzeit 40 Std. (33%) Selbststudium 80 Std. (67%)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortung	
Grundlagen der Personalwirtschaft und Organisation	Verwendung des Moduls im Masterstudien-gang Internationales Management & Entrepreneurship	1. Mündliche Prüfung (MP) 2. - 3. - 4. - 5. -	1. Vorlesung (V) 2. Fallarbeit (FA) 3. Übung (Ü) 4. Projektarbeit (PA) 5. Gruppenarbeit (GA) 6. -	Prof. Dr. rer. pol. Wolfgang Söhner	
Qualifikationsziele / Learning Outcomes					
<p>Lernergebnisse Fachkompetenz Sie studieren und diskutieren die grundlegende Bedeutung von Trends und innovatorischen Veränderungen für die Unternehmensführung sowie die sich ergebenden Herausforderungen, insbesondere vor dem Hintergrund zunehmender Globalisierung. Sie können die Kernprozesse und die zugrundeliegenden Theorien des Personal- und Organisationsmanagements einordnen. Sie können die praktische Relevanz anhand konkreter Beispiele von Unternehmenssituationen einordnen und darüber hinaus beurteilen, ob und wie praktische Problemstellungen durch analytische oder empirische Forschung prinzipiell erschließbar sind. Sie haben sich substantiell mit verschiedenen Managementansätzen auseinandergesetzt. Sie können Situationsschilderungen anhand von Führungsmodellen und üblichen personalpsychologischen Konstrukten einstufen und geeignete Vorgehensweisen konzipieren. Sie kennen das betriebswirtschaftliche Instrumentarium im Detail. Sie sind in der Lage, Unternehmen zu analysieren, zu erwartende Wechselwirkungen im Einzelnen herzuleiten und für umfangreichere Fallbeispiele Optimierungspotentiale aufzuzeigen. Sie sind mit der übergreifenden Sicht der Unternehmensführung bestens vertraut. Anhand umfangreicher Fallbeispiele können sie typische Probleme und Vorgehensweisen des Change Managements sowie der Organisationsentwicklung beurteilen und beziehen dabei gezielt theoretisches Wissen mit ein.</p> <p>Lernergebnisse Methodenkompetenz Die Studierenden können sich eigenständig in der Fachliteratur orientieren. Sie können komplexere Fallbeispiele systematisch analysieren. Bei ihren Antworten kennzeichnen sie Annahmen und Schlussfolgerungen und sind in der Lage, alternative Vorgehensweisen am gleichen Fallbeispiel überzeugend zu entwickeln. In ihren Beiträgen während der Lehrveranstaltungen beziehen sie aktuelle Beispiele aus Fach- und Tagespresse mit ein.</p>					

Lernergebnisse Selbstkompetenzen		
<u>Kompetenz und Adressierung in Modul</u>	Förderung in der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz
Ambiguitätstoleranz		Auftretende Widersprüche werden mit dem Dozenten diskutiert.
Selbstreflektion	In Debatten, Vorträgen und deren Verteidigung lernen die Studierenden ihre Argumente zu reflektieren und Strategien zu optimieren.	Der Umgang mit den Kommentaren während der Veranstaltung wird im Rahmen der Prüfungsleistung berücksichtigt.
Zeitmanagement	Die Produktivität, also der Umgang mit dem zeitlichen Input, ist ständiges Feedback-Thema.	Für die Präsentation steht nur ein begrenzter, von den Studierenden einzuhaltender Zeitraum zur Verfügung.
Flexibilität	Anpassungen werden mit den Dozenten besprochen und umgesetzt.	
Selbstorganisation (Priorisierung)	Die umfangreichen Core-Leistungen sind nur durch Aufteilung innerhalb der studentischen Teams bearbeitbar.	
Entscheiderkompetenz		Im Rahmen der Prüfungsleistung müssen die Studierenden einzelne Strategien priorisieren, da es im vorgegebenen Zeitrahmen nicht möglich ist, alle denkbaren Wege zu gehen.
Lernergebnisse Sozialkompetenzen		
<u>Kompetenz und Adressierung in Modul</u>	Förderung in der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz
Zielorientierte Durchführung von Gruppenbesprechungen	In der Besprechung mit dem Dozenten sind die Studierenden aufgefordert, diese in ihrem Sinne zu nutzen und beispielsweise aus ihrer Sicht relevante Themen einzubringen.	
Teamfähigkeit	Zeigen sich Probleme im Rahmen der Gruppenarbeit, werden diese unter Anleitung des Dozenten geklärt.	
Soziales Lernen	Durch konstante Rückmeldung wird die gegenseitige Wertschätzung gefördert und lernschwächere Studierende unterstützt.	
Kritikfähigkeit	Die Studierenden müssen mit konstruktiver Kritik in den Gruppensitzungen umgehen.	
Durchsetzungsfähigkeit	Die Studierenden müssen sich innerhalb der Gruppe sowie ihre Ansichten ggf. auch gegen Widerstände der anderen Gruppenmitglieder durchsetzen.	
Constructive Alignment		
<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage, klassische Instrumente des Personal- und Organisationsmanagements anhand von umfangreicheren Fallbeispielen zu erproben. Sie kennen deren Wirkweise, können auf Gefahren von Nebenwirkungen verweisen, diese beurteilen und haben insbesondere die sinnvolle Koordinierung und Transformation von Maßnahmenbündeln in global tätigen Unternehmen im Blick. Sie können ferner diesen Instrumenteneinsatz vor dem Hintergrund theoretischer Erkenntnisse beleuchten und in praktische Konsequenzen einordnen. Darüber hinaus können sie die künftigen Herausforderungen gewichten und dazu Stellung nehmen. Das Erreichen dieser Lernziele stellen die Studierenden anhand einer mündlichen Prüfung unter Beweis. Durch veranstaltungsbegleitende Fallbearbeitung sowie durch zunehmend eigenständige Erarbeitung von Inhalten werden die Studierenden während der Veranstaltung systematisch zu diesem Lernergebnis hingeführt.</p>		

Lerninhalte

- Unternehmensführung
- Unternehmertum (Entrepreneurship) am Beispiel von Mittelstand, KMU, Familienunternehmen,
- Normatives Personalmanagement
 - Megatrends
 - HR-Organisation
 - Führungsphilosophie
 - Positive Leadership
 - Management nach F. Malik
 - Corporate Governance
 - Compliance
 - Unternehmenskultur
 - Organizational Behaviour
- Strategisches Personalmanagement
 - Zielorientierte Personalführung
 - Beschäftigung Schwerbehinderter
 - Kurzarbeitergeld (in Corona-Zeiten)
 - Mitarbeiterzufriedenheitsmessung
 - Bewertungsportale
- Leistungsorientierte Vergütung
 - Grundlagen
 - Vergütungsmodelle
 - Managementvergütung
 - Gefahren, Kritik
- Nachfolgemanagement

Literaturempfehlungen zur Vor- und Nachbereitung

- *personalmagazin*. Freiburg: Haufe-Lexware. Monatliches Erscheinen.
- *PERSONALquarterly*. Freiburg: Haufe-Lexware. Vierteljährliches Erscheinen.
- Berthel, J. & Becker, F.G. (2013). *Personalmanagement* (10. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Dillerup, R. & Stoi, R. (2013). *Unternehmensführung* (4. Aufl.). München: Vahlen.
- Müller-Stewens G. & Lechner, Ch. (2011). *Strategisches Management: Wie strategische Initiativen zum Wandel führen* (4. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschl.
- Picot, A., Dietl, H., Franck, E., Fiedler, M. & Royer, S. (2015). *Organisation: Theorie und Praxis aus ökonomischer Sicht* (7. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschl.
- Reinemann, H. (2011). *Mittelstandsmanagement*. Stuttgart: Schäffer-Poeschl.
- Scholz, Ch. (2014): *Grundzüge des Personalmanagements* (2. Aufl.). München: Vahlen.

SRH Hochschule Heidelberg, Studiengang: Internationales Management & Entrepreneurship					
Modulbezeichnung und ggf. Modulnummer: Krisenmanagement 1373-2914					
Studienabschnitt	Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Art <small>*Bei Abweichungen Präzisierung im Feld „Verwendbarkeit“</small>	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung <small>Hinweis: Berechnungsgrundlage in der Regel 1 ECTS = 30 Std. Abweichungen sind ausschließlich in Anlage 2 (Bachelor) oder 2a (Master) der SPO geregelt.</small>
1/3	1x pro Jahr	5 Woche(n)	Pflichtfach	4	Workload gesamt 120 Std. (100%) Präsenzzeit 40 Std. (33%) Selbststudium 80 Std. (67%)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortung	
Immatrikulation im Master IME	Verwendung des Moduls im Masterstudien-gang Internationales Management & Entrepreneurship	1. Mündliche Prüfung (MP) 2. Studienarbeit (StA) 3. - 4. - 5. -	1. Vorlesung (V) 2. Gruppenarbeit (GA) 3. Projektarbeit (PA) 4. - 5. - 6. -	Prof. Dr. rer. pol. Henning Werner	
Qualifikationsziele / Learning Outcomes					
<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage die Krisenursachen in Unternehmen zu analysieren und darauf aufbauend Maßnahmen zur Krisenbewältigung abzuleiten und das passende Sanierungsverfahren auszuwählen. Betrachtungsgegenstand sind mittelständische Unternehmen, keine Konzerne. Im Rahmen der Veranstaltung werden zahlreiche Krisenfälle aus der Praxis analysiert, um damit eine hohe Praxisorientierung zu gewährleisten. Die Studierenden sind nach dem Modul in der Lage grundsätzlich zu beurteilen, ob eine außergerichtliche Sanierung oder eine Sanierung durch ein Insolvenzverfahren die aus rechtlichen Gründen notwendige oder aus wirtschaftlichen Gesichtspunkten vorteilhafte Option zur Sanierung eines Unternehmens ist. Damit werden die Studierenden befähigt, einen aktiven Beitrag zur Bewältigung einer Unternehmenskrise zu leisten.</p> <p>Lernergebnisse Fachkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfung der Insolvenztatbestände • Merkmale unterschiedlicher Sanierungsverfahren (außergerichtliche Sanierung, präventiver restrukturierungsverfahren, Insolvenzplanverfahren) • Haftungsrisiken in der Krise • Sanierungskonzepte nach IDW S6 • Grundzüge des Insolvenzrechts • Aufbau von Insolvenzplänen <p>Lernergebnisse Methodenkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Befähigung zur systematischen Krisenursachenanalyse • Bewertung unterschiedlicher Sanierungsoptionen und -verfahren 					

Lernergebnisse Selbstkompetenz

Kompetenz und Adressierung in Modul	Förderung in der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz
Selbstreflektion	Studierende sind gefordert, im Verlauf des Moduls ihren Lernstand zu reflektieren. Dies erfolgt durch regelmäßige Lernstandskontrollen.	
Zeitmanagement	Im Rahmen von Projektaufgaben (Gruppenarbeiten) sind Termine einzuhalten.	
Selbstorganisation (Priorisierung)	Die umfangreichen Aufgaben im Rahmen der Gruppenarbeiten sind nur durch Aufgabenteilung, Selbstorganisation (Priorisierung) und Zeitmanagement zu bewältigen.	

Lernergebnisse Sozialkompetenz

Kompetenz und Adressierung in Modul	Förderung in der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz
Zielorientierte Durchführung von Gruppenbesprechungen	Diese Kompetenz ist unerlässlich, um die umfangreichen und zeitkritischen Gruppenaufgaben zu bewältigen.	
Teamfähigkeit	Die Teamfähigkeit der Studierenden wird im Rahmen der Gruppenaufgaben trainiert. Es erfolgt Feedback des Dozenten zur Gruppenarbeit.	
Soziales Lernen	Soziales Lernen erfolgt durch die Bearbeitung von Aufgaben im Team.	

Constructive Alignment

Im Rahmen der mündlichen Prüfung können die Lernergebnisse im Bereich der Fach-, Methoden-, Sozial- und Selbstkompetenzen überprüft werden.

Der Lernfortschritt der Studierenden lässt sich durch den gewählten Veranstaltungsaufbau, mit der Bearbeitung und dem Feedback zu den Fallbeispielen, kontinuierlich überprüfen und damit gezielt steuern. Nach jeder Unterrichtseinheit erhalten die Studierenden praxisorientierte Aufgaben, die sie selbstständig bearbeiten müssen.

Lerninhalte

- Haftungsrisiken in der Krise
- Krisenverläufe und -ursachen
- Merkmale unterschiedlicher Sanierungsverfahren (außergerichtliche Sanierung, präventiver restrukturierungsverfahren, Insolvenzplanverfahren)
- Sanierungskonzepte nach IDW S6
- Grundzüge des Insolvenzrechts
- Prüfung der Insolvenztatbestände
- Aufbau von Insolvenzplänen

Die Lehre ist forschungsbasiert, da im Rahmen der Lehr-/Lernveranstaltungen aktuelle Ergebnisse der eigenen Forschungsarbeiten vermittelt werden und die Studierenden gefordert sind, sich mit den entsprechenden Forschungsarbeiten auseinander zu setzen (vgl. Literaturempfehlungen).

Literaturempfehlungen zur Vor- und Nachbereitung

- Crone, A. & Werner, H. (2017). *Modernes Sanierungsmanagement* (5. Aufl.). München: Vahlen.

- Paul, T., Rudow, S, & Werner, H. (2016). *Studie zur Sanierung von kleinen und mittelgroßen Unternehmen - Eignung von Insolvenzplan und vorläufiger Eigenverwaltung aus Sicht der Volksbanken und Sparkassen* -. Heidelberg: Heidelberger Hochschulverlag.
- Jaroschinsky, A. & Werner, H. (2016). Anforderungen an die Erstellung von Sanierungskonzepten. *WPg*, 21.2016, 1196 – 1201.
- Jaroschinsky, A. & Werner, H. (2016). Sanierungskonzepte nach IDW S 6. *INDat Report*, 08_2016, 80 – 85.
- Jaroschinsky, A. & Werner, H. (2016). Beauftragung von Restrukturierungsgesellschaften. *WPg*, 11/2016, 631-636.
- Jaroschinsky, A. & Werner, H. (2015). *Studie im deutschen Restrukturierungsmarkt. Marktentwicklung, Beauftragung und Positionierung von Restrukturierungsgesellschaften*. Heidelberg: Heidelberger Hochschulverlag.

Gesetze und Standards:

- InsO, HGB, GmbHG, AktG, StGB
- IDW S 6 Standard zur Erstellung von Sanierungskonzepten (Stand: 20.08.2012)
- IDW S 11 Vorgehensweise zur Beurteilung von Insolvenztatbeständen (Stand: 06.05.2014)

Current Topic

SRH Hochschule Heidelberg, Studiengang: Internationales Management & Entrepreneurship					
Modulbezeichnung und ggf. Modulnummer: Current Topic					
Studienabschnitt	Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Art <small>*Bei Abweichungen Präzisierung im Feld „Verwendbarkeit“</small>	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung <small>Hinweis: Berechnungsgrundlage in der Regel 1 ECTS = 30 Std. Abweichungen sind ausschließlich in Anlage 2 (Bachelor) oder 2a (Master) der SPO geregelt.</small>
1/3	1x pro Jahr	5 Woche(n)	Pflichtfach	6	Workload gesamt 180 Std. (100%) Präsenzzeit 60 Std. (33%) Selbststudium 120 Std. (67%)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortung	
	Als Modul in Management- und betriebswirtschaftlichen Masterstudiengängen geeignet.	1. Referat (Ref) 2. - 3. - 4. - 5. -	1. Fallarbeit (FA) 2. Vorlesung (V) 3. Gruppenarbeit (GA) 4. - 5. - 6. -	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Klein	
Qualifikationsziele / Learning Outcomes					
<p>Current Topic qualifiziert die Teilnehmer im Hinblick auf aktuelle fachliche Entwicklungen in der nationalen und internationalen Wirtschaft. Einen wichtigen Schwerpunkt setzen dabei international ausgerichtete Themen, dem über das Thema hinaus auch dadurch Rechnung getragen wird, dass die jeweiligen Fachdozenten vorzugsweise Professoren einer ausländischen Partner-Universität sind.</p> <p>Beispiele für Themen sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Brand Management - E-Commerce Concepts, Marketing Issues and Innovation - Leadership & Management - Social Entrepreneurship - Strategic Management - Digital Business - Digitale Transformation - Preismanagement <p>Lernergebnisse Selbst- und Sozialkompetenzen</p> <p>Kompetenzen und ihre Adressierung im Modul ergeben sich aus dem jeweiligen Kontext der Veranstaltung</p>					

Constructive Alignment

In Abhängigkeit vom Inhalt der Veranstaltung.

Lerninhalte

In Abhängigkeit vom Inhalt der Veranstaltung.

Literaturempfehlungen zur Vor- und Nachbereitung

In Abhängigkeit vom Inhalt der Veranstaltung.

2.2 Marketing & Vertrieb

Internationales Marketing

SRH Hochschule Heidelberg, Studiengang: Internationales Management & Entrepreneurship															
Modulbezeichnung und ggf. Modulnummer: Internationales Marketing 1373-2915															
Studienabschnitt	Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Art <small>*Bei Abweichungen Präzisierung im Feld „Verwendbarkeit“</small>	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung <small>Hinweis: Berechnungsgrundlage in der Regel 1 ECTS = 30 Std. Abweichungen sind ausschließlich in Anlage 2 (Bachelor) oder 2a (Master) der SPO geregelt.</small>										
1/3	1x pro Jahr	5 Woche(n)	Pflichtfach	6	Workload gesamt	180 Std. (100%)									
					Präsenzzeit	60 Std. (33%)									
					Selbststudium	120 Std. (67%)									
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortung										
	Verwendung des Moduls im Masterstudien-gang Internationales Management & Entrepreneurship	1. Referat (Ref) 2. Präsentation (Präs) 3. - 4. - 5. -		1. Fallarbeit (FA) 2. Gruppenarbeit (GA) 3. Vorlesung (V) 4. - 5. - 6. -	Prof. Dr. rer. pol. Joachim Gläser										
Qualifikationsziele / Learning Outcomes															
<p>Die Studenten erwerben ein umfassendes, auf realen Begebenheiten basierendes Verständnis von internationalem Marketing. Nach erfolgreichem Besuch der Veranstaltung können Studierende für ein bereits bestehendes oder neu gegründetes Unternehmen eine Recherche für einen länderübergreifenden Markteintritt durchführen und zentrale Ergebnisse präsentieren. Insofern wird sowohl der Entrepreneur als auch der Intrapreneur-Gedanke in diesem Modul aus dem Blickwinkel des Internationalen Marketing vertieft.</p> <p>Lernergebnisse Fachkompetenz Die Studierenden sind in der Lage konkrete Marketing-spezifische Fragestellungen zu extrahieren, mit denen sich Unternehmen bei einem Markteintritt im Ausland konfrontiert sehen. Die Studierenden können Instrumente des Marketings sinnvoll auf reale Unternehmensfragen anwenden.</p> <p>Lernergebnisse Methodenkompetenz Die Studierenden sind in der Lage im Rahmen von konkreten Marktforschungsvorhaben die Relevanz von Sekundärdaten richtig einzuschätzen und Sekundärdaten problemadäquat zu erheben. Durch Marktforschung gewonnene Ergebnisse können die Studierenden bewerten und in Bezug auf die Fragestellung sinnvoll darstellen.</p> <p>Lernergebnisse Selbstkompetenzen</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kompetenz und Adressierung in Modul</th> <th>Förderung im der Veranstaltung</th> <th>Prüfungsrelevanz</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ambiguitätstoleranz</td> <td>Auftretende Widersprüche werden im Rahmen der Veranstaltung mit dem Dozenten diskutiert.</td> <td>Auftretende Widersprüche werden im Rahmen der Prüfungsleistung durch den Dozenten thematisiert.</td> </tr> <tr> <td>Selbstreflektion</td> <td>Zwischenergebnisse (bspw. im Rahmen der Vorbereitung der Abschlusspräsentationen</td> <td>Der Umgang mit den Kommentaren während der Veranstaltung wird im</td> </tr> </tbody> </table>							Kompetenz und Adressierung in Modul	Förderung im der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz	Ambiguitätstoleranz	Auftretende Widersprüche werden im Rahmen der Veranstaltung mit dem Dozenten diskutiert.	Auftretende Widersprüche werden im Rahmen der Prüfungsleistung durch den Dozenten thematisiert.	Selbstreflektion	Zwischenergebnisse (bspw. im Rahmen der Vorbereitung der Abschlusspräsentationen	Der Umgang mit den Kommentaren während der Veranstaltung wird im
Kompetenz und Adressierung in Modul	Förderung im der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz													
Ambiguitätstoleranz	Auftretende Widersprüche werden im Rahmen der Veranstaltung mit dem Dozenten diskutiert.	Auftretende Widersprüche werden im Rahmen der Prüfungsleistung durch den Dozenten thematisiert.													
Selbstreflektion	Zwischenergebnisse (bspw. im Rahmen der Vorbereitung der Abschlusspräsentationen	Der Umgang mit den Kommentaren während der Veranstaltung wird im													

	mit dem Kunden) und die von außen beobachtbare Arbeitsweise werden durch den Dozenten kommentiert und die Studierenden so zur Selbstreflexion angeregt.	Rahmen der Prüfungsleistung berücksichtigt.
Zeitmanagement	Die Studierenden müssen im Rahmen der Gruppenarbeit regelmäßige Termine einhalten.	Für die gesamte Ausarbeitung und die Präsentation steht nur ein begrenzter, von den Studierenden einzuhaltender Zeitraum zur Verfügung.
Flexibilität	Sich in den Gruppendiskussionen ergebende Anpassungen in der Aufgabenstellung werden mit den Dozenten besprochen und im Nachgang umgesetzt.	Im Zuge der Kompetenzmessung müssen sich die Studierenden mit Änderungen in der Aufgabenstellung (bspw. durch die Veränderung von Umweltparametern) auseinandersetzen und darauf reagieren.
Entscheiderkompetenz	Die Offenheit der Aufgabenstellung erfordert Auswahlentscheidungen für ein bestimmtes Vorgehen.	Im Rahmen der Abschlusspräsentationen müssen die Studierenden ihre im Vorfeld getroffenen Entscheidungen darlegen und verteidigen.

Lernergebnisse Sozialkompetenzen

<u>Kompetenz und Adressierung in Modul</u>	Förderung im der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz
Zielorientierte Durchführung von Gruppenbesprechungen	In den zeitlich begrenzten Besprechungen mit dem Dozenten sind die Studierenden gefordert, die aus ihrer Sicht relevanten Themen einzubringen.	Die Umsetzung der Ergebnisse der Gruppenbesprechungen mit dem Dozenten wird in der Prüfung berücksichtigt.
Teamfähigkeit	Zeigen sich Probleme im Rahmen der Gruppenarbeit, werden diese unter Anleitung des Dozenten geklärt.	Die Qualität der Gruppenarbeit wirkt sich entscheidend auf den Erfolg der Gruppenpräsentation aus.
Soziales Lernen	Im Rahmen von Rollenspielen, Gruppendiskussionen, etc. trainieren die Studierenden ihre Kommunikationsfähigkeit und Konfliktfähigkeit.	Ohne intensive Interaktion und zielgerichtete Zusammenarbeit ist eine Bearbeitung der Aufgabe kaum zu leisten.
Kritikfähigkeit	Die Studierenden müssen mit konstruktiver Kritik in den Gruppensitzungen umgehen.	
Durchsetzungsfähigkeit	Die Studierenden müssen sich innerhalb der Gruppe sowie ihre Ansichten ggf. auch gegen Widerstände der anderen Gruppenmitglieder durchsetzen.	Im Rahmen der Präsentationen müssen die Studierenden ihre Ansichten ggf. gegen Widerstände von Kunden und Lehrenden durchsetzen.

Constructive Alignment

Die abschließende Videokonferenz bildet die inhaltliche Klammer für die zentralen Kompetenzen, die in diesem Modul vermittelt werden. Vor diesem Hintergrund ist diese Konferenz das wichtigste Prüfungselement des Moduls. Die einzelnen Veranstaltungen wirken auf das erfolgreiche Absolvieren dieser Prüfung hin.

Lerninhalte

Speziell in Unternehmen, die ihre Internationalität steigern wollen, kommt dem internationalen Marketing von Produkten oder Dienstleistungen eine zentrale Aufgabe zu. In der Veranstaltung erarbeiten die Studierenden auf Masterniveau in Gruppenarbeit unter Unterstützung des Dozenten für Unternehmen Handlungsempfehlungen bei Marktauswahl- und Markteintrittsentscheidungen für die Expansion in ausländische Märkte.

Für die durchzuführende Marktuntersuchung sind u.a. folgende Themenbereiche zu behandeln:

- Marktfaktoren (Marktvolumen und Marktpotenzial)
- Marktchancen und Ländermarktrisiken
- Segmentierung

- Rechtliche Aspekte
- Marktanalysen (u.a. Zielgruppen- und Wettbewerbsanalyse)
- Relevante Produkteigenschaften (Features vs. Benefits)
- Distributionsstruktur
- Kommunikation
- Preisbildung

Die Wahl des Fokus ist abhängig von der konkreten Situation der beteiligten Unternehmen oder den Fallstudien.

Sofern die Marktstudie für ein Unternehmen vorzunehmen ist, läuft die Lehrveranstaltung in folgenden Schritten ab:

- I. Bildung der Teams, Kontaktaufnahme mit Unternehmen
- II. Erste Videokonferenz mit Unternehmen: Präzisierung der Aufgabe, Verständnis von Unternehmens, Produkt und Geschäftsmodell
- III. Fünf Impuls-Vorträge zu den Themen: Kundennutzen, Marktforschung, Pricing, Distribution, Kommunikation, dazu 5-7 Feedback-Runden, je nach Bedarf mit dem gesamten Kurs oder als Coaching für die einzelnen Gruppen
- IV. Präsentation: Vorstellung der Vorgehensweise, zentrale Ergebnisse (ohne Unternehmen)
- V. Zweite Videokonferenz mit Unternehmen: Darstellung von Ergebnissen und Handlungsempfehlungen, Abgabe des schriftlichen Berichts

Literaturempfehlungen zur Vor- und Nachbereitung

- Berndt, R., Fantapié Altobelli, C., Sander, M. (2016): Internationales Marketing-Management (5. Aufl.), Berlin..
- Ermer, B.; , Weinländer, M. (2017) : Internationales Marketing: Rahmenbedingungen, strategische Ansätze und Businessplan, Erlangen

Zentraler Artikel für das PEP UP Raster:

- Gläser, J. (2011). Hinführung zu unternehmerischem Denken und Handeln – Grundlagen einer zielorientierten Ausbildung für die Betriebswirtschaftslehre. In Chinesisch Deutsches Forum für anwendungsorientierte Hochschulausbildung (Hrsg.), Anwendungsorientierung (S. 83 ff.). 3. CDAH Tagung Nanjing, China.

. Weitere Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung spezifisch zu den Fragestellungen empfohlen.

SRH Hochschule Heidelberg, Studiengang: Internationales Management & Entrepreneurship					
Modulbezeichnung und ggf. Modulnummer: Brand Management 1373-2254					
Studienabschnitt	Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Art <small>*Bei Abweichungen Präzisierung im Feld „Verwendbarkeit“</small>	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung <small>Hinweis: Berechnungsgrundlage in der Regel 1 ECTS = 30 Std. Abweichungen sind ausschließlich in Anlage 2 (Bachelor) oder 2a (Master) der SPO geregelt.</small>
1/3	1x pro Jahr	5 Woche(n)	Pflichtfach	6	Workload gesamt 180 Std. (100%) Präsenzzeit 60 Std. (33%) Selbststudium 120 Std. (67%)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortung	
	Verwendung des Moduls im Masterstudien-gang Internationales Management & Entrepreneurship	1. Referat (Ref) 2. - 3. - 4. - 5. -	1. Vorlesung (V) 2. Gruppenarbeit (GA) 3. Problemorientiertes Lernen (PoL) 4. Projektarbeit (PA) 5. - 6. -	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Klein	
Qualifikationsziele / Learning Outcomes					
<p>Starke Marken schaffen Werte und sichern die Überlebensfähigkeit von Unternehmen (ob B2C- oder B2B-Märkte, bei Dienstleistungen oder Produkten in kommerziellen Unternehmen und nicht-kommerziellen Organisationen oder Start-ups). Markenführung ist eine wichtige Managementaufgabe für Führungskräfte, die Mut, Klarheit, Authentizität und strategisches Denken erfordert. Im Rahmen der Veranstaltung lernen die Studierenden die wesentlichen Aspekte des Brand Managements kennen und erlangen die Fähigkeit, dessen typische Verfahrensweisen und Methoden in einem konkreten Praxisbeispiel anzuwenden.</p> <p>Lernergebnisse Fachkompetenz Nach Besuch der Veranstaltung sind die Studierenden fachlich in der Lage, auf Basis eines klaren Markenverständnisses eine klare Markenidentität (Leitbild) zu entwickeln und eine strukturierte Markenarchitektur als Vorgabe abzuleiten. Sie sind grundlegend in der Lage eine Marke zu führen und ihre Entwicklung zu kontrollieren</p> <p>Lernergebnisse Methodenkompetenz Die Studierenden beherrschen die Anwendung der folgenden zentralen Methoden des Brand Management:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Markenpositionierungsmodelle = Brandbuilding-Tools (z.B. Markenstueerrad von Esch, Brand-Character-Modell von Grey, The Big Ideal von Ogilvy als Identitätsansatz für Markenführung) - Fähigkeiten zum Verständnis von Verbraucher-/Konsumentenverhalten (quantitative und qualitative Daten) - Neurowissenschaften - Markenwert-Bestimmung - Analysemethoden 					

Lernergebnisse Selbstkompetenzen		
<u>Kompetenz und Adressierung in Modul</u>	Förderung im der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz
Ambiguitätstoleranz	Auftretende Widersprüche werden im Rahmen der Veranstaltung mit dem Dozenten diskutiert.	
Selbstreflektion	Zwischenergebnisse (bspw. im Rahmen von Fallarbeiten) und die von außen beobachtbare Arbeitsweise werden durch den Dozenten kommentiert und die Studierenden so zur Selbstreflexion angeregt.	Der Umgang mit den Kommentaren während der Veranstaltung wird im Rahmen der Prüfungsleistung berücksichtigt.
Zeitmanagement	Die Studierenden müssen im Rahmen der Gruppenarbeit regelmäßige Termine einhalten.	Für die gesamte Ausarbeitung und eine eventuelle Präsentation steht nur ein begrenzter, von den Studierenden einzuhaltender Zeitraum zur Verfügung.
Flexibilität	Sich in den Gruppendiskussionen ergebende Anpassungen in der Aufgabenstellung werden mit den Dozenten besprochen und im Nachgang umgesetzt.	Im Zuge der Kompetenzmessung müssen sich die Studierenden mit Änderungen in der Aufgabenstellung (bspw. durch die Veränderung von Umweltparametern) auseinandersetzen und darauf reagieren.
Selbstorganisation (Priorisierung)	Die umfangreichen Aufgaben im Rahmen der Projektarbeit sind nur durch Aufteilung innerhalb der studentischen Teams bearbeitbar.	
Entscheiderkompetenz	Die Offenheit der Aufgabenstellung erfordert Auswahlentscheidungen für ein bestimmtes Vorgehen.	Im Rahmen der Präsentation müssen die Studierenden ihre im Vorfeld getroffenen Entscheidungen darlegen und verteidigen.

Lernergebnisse Sozialkompetenzen		
<u>Kompetenz und Adressierung in Modul</u>	Förderung im der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz
Zielorientierte Durchführung von Gruppenbesprechungen	In den zeitlich begrenzten Besprechungen mit dem Dozenten sind die Studierenden gefordert, die aus ihrer Sicht relevanten Themen einzubringen.	Die Umsetzung der Ergebnisse der Gruppenbesprechungen mit dem Dozenten wird in der Prüfung berücksichtigt.
Teamfähigkeit	Zeigen sich Probleme im Rahmen der Gruppenarbeit, werden diese unter Anleitung des Dozenten geklärt.	Die Qualität der Gruppenarbeit wirkt sich entscheidend auf den Erfolg der Gruppenpräsentation aus.
Soziales Lernen	Im Rahmen von Rollenspielen, Gruppendiskussionen, etc. trainieren die Studierenden ihre Kommunikationsfähigkeit und Konfliktfähigkeit.	Ohne intensive Interaktion und zielgerichtete Zusammenarbeit ist eine Bearbeitung der Aufgabe kaum zu leisten.
Kritikfähigkeit	Die Studierenden müssen mit konstruktiver Kritik in den Gruppensitzungen umgehen.	
Durchsetzungsfähigkeit	Die Studierenden müssen sich innerhalb der Gruppe sowie ihre Ansichten ggf. auch gegen Widerstände der anderen Gruppenmitglieder durchsetzen.	Im Rahmen der Präsentation müssen die Studierenden ihre Ansichten ggf. gegen Widerstände von Kunden und der Prüfer durchsetzen.

Constructive Alignment

Die Fähigkeit des Brand Buildings zählt zu den zentralen Wettbewerbsfaktoren für Unternehmen. Die Präsentation eines eigenen aktuellen "Markenprojekts" aus der Praxis gibt den Studierenden die Möglichkeit, marktbezogene Rahmenbedingungen sowie die eigene Marke zu verstehen, zu analysieren und weiterzuentwickeln. In Vorbereitung auf diese Präsentationsprüfung gilt es das Verständnis, dass seine starke, differenzierende Marke ein zentraler immaterieller Wertschöpfer im Unternehmen darstellt, zu entwickeln. Strategie und Techniken der Markenführung werden deshalb in der Veranstaltung detailliert vermittelt, dabei werden wissenschaftliche Erkenntnisse um praktische Erfahrungen ergänzt. Das Arbeiten mit den entsprechenden Brand-Building-Tools befähigt die Studierenden zum Aufbau von differenzierenden Markenpositionierungen. Sie werden befähigt, Markenarchitekturen zu verstehen und selbst zu entwickeln bzw. weiterzuentwickeln.

Lerninhalte

Die verwendeten Modelle: Brand-Character-Modell, Grey und Markensteuerrad, Prof. Esch sind Basistools der Projektarbeit im Modul Brandmanagement. Die Lerninhalte/Tools werden durch die aktuelle Projektaufgabe aktiv eingesetzt und befähigen die Studierenden, wie Markenführer zu denken und zu agieren. Sie erlernen, dass das Fundament erfolgreicher Markenführung die Aufgabe ist, Marken in den Köpfen der Konsumenten zu positionieren und dort langfristig durch ständiges Überprüfen und Weiterentwickeln zu halten.

Literaturempfehlungen zur Vor- und Nachbereitung

- Abbate, S. (2014). *Marken als Sinnstifter*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Böcher, H.-G. (2011). *Der Weg der Marke – wie aus Produkten Marken werden*. Frankfurt: dfv-Fachbuchverlag.
- Esch, F. R. (2014). *Strategie und Technik der Markenführung* (8. Aufl.). München: Vahlen.
- Esch, F.-R. (2016). *Identität – Das Rückgrat starker Marken*. Frankfurt: Campus.
- Haedrich, G., Tomczak, T. & Kartzke, P. (2003). *Strategische Markenführung* (3. Aufl.). Bern: Hauptverlag Bern.
- Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M. (2012). *Marketing-Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung* (11. Aufl.). Wiesbaden: Gabler Wiesbaden.

SRH Hochschule Heidelberg, Studiengang: Internationales Management & Entrepreneurship														
Modulbezeichnung und ggf. Modulnummer: Vertriebsmanagement 1373-2322														
Studienabschnitt	Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Art <small>*Bei Abweichungen Präzisierung im Feld „Verwendbarkeit“</small>	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung <small>Hinweis: Berechnungsgrundlage in der Regel 1 ECTS = 30 Std. Abweichungen sind ausschließlich in Anlage 2 (Bachelor) oder 2a (Master) der SPO geregelt.</small>									
1/3	1x pro Jahr	5 Woche(n)	Pflichtfach	4	Workload gesamt 120 Std. (100%) Präsenzzeit 40 Std. (33%) Selbststudium 80 Std. (67%)									
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortung									
	Verwendung des Moduls im Masterstudien-gang Internationales Management & Entrepreneurship	1. Präsentation (Präs) 2. - 3. - 4. - 5. -		1. Vorlesung (V) 2. Übung (Ü) 3. Projektentwicklung (PE) 4. Projektarbeit (PA) 5. Gruppenarbeit (GA) 6. -	Prof. Dr. rer. pol. Frank Gebert									
Qualifikationsziele / Learning Outcomes														
<p>Nach Beendigung sind die Studierenden in der Lage, die grundlegenden Schlüsselfaktoren für den erfolgreichen unternehmerischen sowie persönlichen Vertrieb von Angebotsleistungen zu erkennen, zu analysieren und praxisrelevant weiterzuentwickeln sowie umzusetzen.</p> <p>Lernergebnisse Fachkompetenz Die Studierenden werden in die Lage versetzt, auf Basis ihres hochschulbezogenen sowie beruflichen Entwicklungsniveaus die wesentlichen Weichenstellungen im Vertrieb von Angebotsleistungen, angefangen von der strategischen Positionierung einer Unternehmung über die Marktpolitik bis hin zum absatzpolitischen Verkauf, zu identifizieren und zu entwickeln. Sie erhalten Einblick in die verschiedenen Schlüsselbereiche absatzpolitischer Strategien und Konzepte auf internationaler Ebene anhand einer Vielzahl von Praxisbeispielen multinationaler Konzerne, die analysiert und erforscht werden. Sie beurteilen absatzpolitische Strategien und wenden diese praxisorientiert an.</p> <p>Lernergebnisse Methodenkompetenz Nach Abschluss der Veranstaltung können die Studierenden die Wachstumsstrategien und -instrumente eines Unternehmens analysieren, strukturieren und planen. Hierbei treffen die Studierenden Entscheidungen hinsichtlich der Auswahl - und Umsetzungsoptionen von absatzpolitischen Konzepten und Instrumenten.</p> <p>Lernergebnisse Selbstkompetenzen</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kompetenz und Adressierung in Modul</th> <th>Förderung im der Veranstaltung</th> <th>Prüfungsrelevanz</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ambiguitätstoleranz</td> <td>Auftretende Widersprüche werden im Rahmen der Veranstaltung mit dem Dozenten diskutiert.</td> <td>Auftretende Widersprüche werden im Rahmen der Prüfungsleistung durch den Dozenten thematisiert.</td> </tr> <tr> <td>Selbstreflektion</td> <td>Zwischenergebnisse (bspw. im Rahmen von Fallarbeiten) und die von außen beobachtbare Arbeitsweise werden durch</td> <td>Der Umgang mit den Kommentaren während der Veranstaltung wird im Rahmen der Prüfungsleistung</td> </tr> </tbody> </table>						Kompetenz und Adressierung in Modul	Förderung im der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz	Ambiguitätstoleranz	Auftretende Widersprüche werden im Rahmen der Veranstaltung mit dem Dozenten diskutiert.	Auftretende Widersprüche werden im Rahmen der Prüfungsleistung durch den Dozenten thematisiert.	Selbstreflektion	Zwischenergebnisse (bspw. im Rahmen von Fallarbeiten) und die von außen beobachtbare Arbeitsweise werden durch	Der Umgang mit den Kommentaren während der Veranstaltung wird im Rahmen der Prüfungsleistung
Kompetenz und Adressierung in Modul	Förderung im der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz												
Ambiguitätstoleranz	Auftretende Widersprüche werden im Rahmen der Veranstaltung mit dem Dozenten diskutiert.	Auftretende Widersprüche werden im Rahmen der Prüfungsleistung durch den Dozenten thematisiert.												
Selbstreflektion	Zwischenergebnisse (bspw. im Rahmen von Fallarbeiten) und die von außen beobachtbare Arbeitsweise werden durch	Der Umgang mit den Kommentaren während der Veranstaltung wird im Rahmen der Prüfungsleistung												

	den Dozenten kommentiert und die Studierenden so zur Selbstreflexion angeregt.	berücksichtigt.
Zeitmanagement	Die Studierenden müssen im Rahmen der Gruppenarbeit regelmäßige Termine einhalten.	Für die gesamte Ausarbeitung und eine eventuelle Präsentation steht nur ein begrenzter, von den Studierenden einzuhaltender Zeitraum zur Verfügung.
Flexibilität	In den Gruppendiskussionen sich ergebende Anpassungen in der Aufgabenstellung werden mit den Dozenten besprochen und im Nachgang umgesetzt.	Im Zuge der Kompetenzmessung müssen sich die Studierenden mit Änderungen in der Aufgabenstellung (bspw. durch die Veränderung von Umweltparametern) auseinandersetzen und darauf reagieren.
Selbstorganisation (Priorisierung)	Die umfangreichen Aufgaben im Rahmen der Gruppenarbeit sind nur durch Aufteilung innerhalb der studentischen Teams bearbeitbar.	
Entscheiderkompetenz	Die Offenheit der Aufgabenstellung erfordert Auswahlentscheidungen für ein bestimmtes Vorgehen.	Im Rahmen der Prüfungsleistung (bspw. bei Präsentationen) müssen die Studierenden ihre im Vorfeld getroffenen Entscheidungen darlegen und verteidigen.

Lernergebnisse Sozialkompetenzen

Kompetenz und Adressierung in Modul	Förderung im der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz
Zielorientierte Durchführung von Gruppenbesprechungen	In den zeitlich begrenzten Besprechungen mit dem Dozenten sind die Studierenden gefordert, die aus ihrer Sicht relevanten Themen einzubringen.	Die Umsetzung der Ergebnisse der Gruppenbesprechungen mit dem Dozenten wird in der Prüfung berücksichtigt.
Teamfähigkeit	Zeigen sich Probleme im Rahmen der Gruppenarbeit, werden diese unter Anleitung des Dozenten geklärt	Die Qualität der Gruppenarbeit wirkt sich entscheidend auf den Erfolg der Gruppenpräsentation aus.
Soziales Lernen	Im Rahmen von Rollenspielen, Gruppendiskussionen, etc. trainieren die Studierenden ihre Kommunikationsfähigkeit und Konfliktfähigkeit.	Ohne intensive Interaktion und zielgerichtete Zusammenarbeit ist eine Bearbeitung der Aufgabe kaum zu leisten.
Kritikfähigkeit	Die Studierenden müssen mit konstruktiver Kritik in den Gruppensitzungen umgehen.	
Durchsetzungsfähigkeit	Die Studierenden müssen sich innerhalb der Gruppe sowie ihre Ansichten ggf. auch gegen Widerstände der anderen Gruppenmitglieder durchsetzen.	Im Rahmen der Prüfung (bspw. Rollenspiel) müssen die Studierenden ihre Ansichten ggf. gegen Widerstände von Kommilitonen und der Lehrenden durchsetzen.

Constructive Alignment

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls haben die Studierenden die Kompetenz, Wachstums-, Vertriebs- und Verkaufsstrategien und deren relevanten Bausteine und Instrumente zu entwickeln, deren grundsätzliche Wirkungsweise einzuschätzen und planerisch zu erfassen. Die Erläuterung, Diskussion, Analyse und Beurteilung obiger Kompetenzinhalte anhand von realen Verhaltensmustern von Unternehmen in der Praxis versetzt die Studierenden grundsätzlich in die Lage, absatzpolitische und vertriebs- / verkaufsbezogene Strategien und Instrumente situativ abzuleiten und zu entwickeln, hierbei ihre Wirkungsweise realistisch einzuschätzen und zu planen. Dies ist das übergeordnete Lernziel der Veranstaltung, das in einer Teampräsentation individuell abgeprüft wird.

Lerninhalte

Die absatzpolitisch relevanten Konzepte und Methoden einer Unternehmung werden ganzheitlich, von der unternehmerischen Führung bis in die operative Umsetzung, Ebene für Ebene entwickelt, dargestellt und durch eine Vielzahl von Praxisbeispielen

kontinuierlich unterlegt und veranschaulicht. Hierbei gilt die Logik „vom Groben zum Feinen“: Unternehmenspositionierung > Unternehmerisches Zielsystem > Unternehmensstrategie > Absatzmarktpolitik > operative vertriebliche Instrumente und Strukturen > kundenorientierter Verkauf.

Permanente interaktive Durchdringung der einzelnen Themenbereiche durch die persönliche Besprechung von Fallbeispielen sowie Teamarbeit bezüglich praxisnaher Fallbeispiele, die es zu verstehen, zu analysieren und unter Anwendung von theoretischen Modellen zu entwickeln gilt, unterstützen die Kompetenzbildung der Studierenden.

Literaturempfehlungen zur Vor- und Nachbereitung

- Ausführliche Vorlesungsdokumentation mit vielschichtigen Fallbeispielen und ausführlichen Erläuterungen.
- Caspedes, Frank (2014). *Aligning Strategy and Sales*. Boston: Harvard Business Review Press.
- Hill, C. W. L., Jones, G. R. & Schilling, M. A. (2014): *Strategic Management: Theory & Cases – An Integrated Approach* (11th Aufl.). Boston: South-Western College Publication.
- Homburg, C. (2012). *Marketingmanagement* (4. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler.
- The Boston Consulting Group (1970). *Die Erfahrungskurve als Planungsinstrument*. Sonderkommentar.
- The Boston Consulting Group (2000). *Das Boston Consulting Strategiebuch*. München: Econ.
- Thommen, J.-P. & Achleitner, A.-K. (2009). *Allgemeine Betriebswirtschaftslehre* (6. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler.
- Wassel, S. (2013). *Management von Luxusmarken* (Bd. 9). Frankfurt: Peter Lang.
- Wöhe, G. (2008). *Einführung in die Betriebswirtschaftslehre* (23. Aufl.). München: Vahlen.

The Boston Consulting Group, Perspectives:

- Agrawal, S., Choudhury, S., Pokardas, G., Rastogi, G. & Srivastava, R. (2014). Going to Market in Developing Economies: Winning Big by Targeting Small 04/2014. *The Boston Consulting Group, Perspectives*. Zugriff am 07. März 2017 unter https://www.bcgperspectives.com/content/articles/go_to_market_strategy_sales_channels_going_market_developing_economies_winning_big_targeting_small/
- Bjørnland, D. F., Ditzel, C., Esquivias, P., Visser, J., Knox, S. & Sánchez-Rodríguez, V. (2015). What really shapes the customer experience 09/2015. *The Boston Consulting Group, Perspectives*. Zugriff am 07. März 2017 unter <https://www.bcgperspectives.com/content/articles/marketing-brand-strategy-what-really-shapes-customer-experience/>
- Chin, V., Dayal, R., Meyer, M., Nettesheim, C., Waltermann, B. & Yong, J. T. (2015). Overcoming Asia's Obstacles to Growth 09/2015. *The Boston Consulting Group, Perspectives*. Zugriff am 07. März 2017 unter <https://www.bcgperspectives.com/content/articles/globalization-growth-overcoming-asia-obstacles-growth/>
- Chin, V., Meyer, M., Tan, E. & Waltermann, B. (2014). Winning in ASEAN: How Companies Are Preparing for Economic Integration 07/2014. *The Boston Consulting Group, Perspectives*. Zugriff am 07. März 2017 unter https://www.bcgperspectives.com/content/articles/growth_globalization_winning_asean_how_companies_are_preparing_economic_integration/
- Chugani, S., Jacobsen, R., Parker, G., Poulsen, M.-B. & Urda, B. (2013). Staying Ahead of the Customer: Retail Transformation and Reinvention 09/2013. *The Boston Consulting Group, Perspectives*. Zugriff am 07. März 2017 unter https://www.bcgperspectives.com/content/articles/retail_transformation_large_scale_change_staying_ahead_customer_retail_transformation_reinvention/
- Hansell, G., Kotzen, J., Olsen, E., Farag, H. & Plaschke, F. (2014). Turnaround: Transforming Value Creation - The 2014 Value Creators Report 07/2014. *The Boston Consulting Group, Perspectives*. Zugriff am 07. März 2017 unter https://www.bcgperspectives.com/content/articles/value_creation_strategy_turnaround_transforming_value_creation/
- Khanna, D., Roos, A., Rueda-Sabater, E., Michael, D. C. & Gausemann, J. (2015). Think you need an emerging markets strategy? Think again 10/2015. *The Boston Consulting Group, Perspectives*. Zugriff am 07. März 2017 unter <https://www.bcgperspectives.com/content/articles/think-you-need-emerging-markets-strategy/>
- Kuo, Y., Walters, J., Gao, H., Wang, A., Yang, V., Yang, J., Lyu, Z. & Wan, H. (2015). The new China playbook 12/2015. *The Boston Consulting Group, Perspectives*. Zugriff am 07. März 2017 unter <https://www.bcgperspectives.com/content/articles/globalization-growth-new-china-playbook-young-affluent-e-savvy-consumers/>
- Mall, A., Rastogi, V. & Walters, J. (2012). Going to Market in Developing Economies: The Consumer Insight Advantage 01/2012. *The Boston Consulting Group, Perspectives*. Zugriff am 07. März 2017 unter

https://www.bcgperspectives.com/content/articles/consumer_insight_go_to_market_strategy_going_to_market_in_developing_economies/

- Mall, A., Rastogi, V. & Walters, J. (2012). Going to Market in Developing Economies: The Challenge of Channels 02/2012. *The Boston Consulting Group, Perspectives*. Zugriff am 07. März 2017 unter https://www.bcgperspectives.com/content/articles/go_to_market_strategy_sales_channels_going_to_market_developing_economies_challenge_channels/
- Mall, A., Rastogi, V. & Walters, J. (2012). Going to Market in Developing Economies: How to Improve In-Store Execution 03/2012. *The Boston Consulting Group, Perspectives*. Zugriff am 07. März 2017 unter https://www.bcgperspectives.com/content/articles/go_to_market_strategy_globalization_going_to_market_in_developing_economies_how_to_improve_in_store_execution/
- Nettesheim, C., Fæste, L., Khanna, D., Waltermann, B. & Ullrich, P. (2016). Transformation in emerging markets: From Growth to Competitiveness 2/2016. *The Boston Consulting Group, Perspectives*. Zugriff am 07. März 2017 unter <https://www.bcgperspectives.com/content/articles/globalization-growth-transformation-emerging-markets/>
- Reeves, M., Stalk, G. & Scognamiglio Pasini, F. L. (2013). BCG Classics Revisited: The Experience Curve 05/2013. *The Boston Consulting Group, Perspectives*. Zugriff am 07. März 2017 unter https://www.bcgperspectives.com/content/articles/growth_business_unit_strategy_experience_curve_bcg_classics_revisited/
- Reeves, M., Stalk, G. & Scognamiglio Pasini, F. L. (2013). BCG Classics Revisited: The Experience Curve 05/2013. *The Boston Consulting Group, Perspectives*. Zugriff am 07. März 2017 unter https://www.bcgperspectives.com/content/articles/growth_business_unit_strategy_experience_curve_bcg_classics_revisited/
- Silverstein, M. J., Bolden, D., Jacobsen, R. & Sajdeh, R. (2015). Eight lessons to secure infinite growth 08/2015. *The Boston Consulting Group, Perspectives*. Zugriff am 07. März 2017 unter <https://www.bcgperspectives.com/content/articles/brand-strategy-retail-rocket-series-eight-lessons-secure-infinite-growth/>
- The Boston Consulting Group (2016). Classics revisited 2016. *The Boston Consulting Group, Perspectives*. Zugriff am 07. März 2017 unter <https://www.bcgperspectives.com/content/articles/strategy-technology-digital-introverted-corporation/>
- The Boston Consulting Group (2014). When growing gets tough 10/2014. *The Boston Consulting Group, Perspectives*. Zugriff am 07. März 2017 unter https://www.bcgperspectives.com/content/articles/growth_go_to_market_strategy_when_growing_gets_tough_charting_our_path_value_creating/

2.3 Corporate Finance & Accounting

Controlling & Reporting

SRH Hochschule Heidelberg, Studiengang: Internationales Management & Entrepreneurship						
Modulbezeichnung und ggf. Modulnummer: Controlling & Reporting 1373-2916						
Studienabschnitt	Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Art <small>*Bei Abweichungen Präzisierung im Feld „Verwendbarkeit“</small>	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung <small>Hinweis: Berechnungsgrundlage in der Regel 1 ECTS = 30 Std. Abweichungen sind ausschließlich in Anlage 2 (Bachelor) oder 2a (Master) der SPO geregelt.</small>	
1/3	1x pro Jahr	5 Woche(n)	Pflichtfach	4	Workload gesamt	120 Std. (100%)
					Präsenzzeit	40 Std. (33%)
					Selbststudium	80 Std. (67%)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortung	
	Verwendung des Moduls im Masterstudien-gang Internationales Management & Entrepreneurship	1. Klausur (Kls) 2. Präsentation (Präs) 3. - 4. - 5. -		1. Vorlesung (V) 2. Gruppenarbeit (GA) 3. Problemorientiertes Lernen (PoL) 4. Rollenspiel (Ro) 5. - 6. -	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Klein	
Qualifikationsziele / Learning Outcomes						
<p>Controlling ist eine originäre Managementfunktion und unabdingbare Voraussetzung für die erfolgreiche Unternehmensführung eines bestehenden Unternehmens sowie im Rahmen einer Gründung. Dies gilt unabhängig von der Unternehmens bzw. Organisationsform vor allem in dynamischen Märkten. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls haben die Masterstudierenden die Kompetenz, einfache Controlling-Lösungen – beispielsweise im Rahmen einer Gründung - selbst aufzubauen sowie die für Unternehmen notwendigen Controlling-Strukturen & -Prozesse zu verstehen und mitzugestalten.</p> <p>Lernergebnisse Fachkompetenz Nach Besuch der Veranstaltung sind die Studierenden fachlich in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Berichte des operativen Controllings bzgl. Aufbau und Aussagegehalt zu verstehen • Geeignete Auswertungen selbst zu erstellen • Für das Berichtswesen notwendige Strukturen entsprechend des Informationsbedarfs gestalten bzw. anpassen zu können <p>Lernergebnisse Methodenkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind in der Lage ein Controlling-System mit Hilfe von PC-gestützten Tabellenkalkulationen zu konzipieren und aufzubauen. • Sie können die daraus gewonnenen Informationen in Form von selbsterstellten Berichten für die Entscheidungsunterstützung nutzen. 						

Lernergebnisse Selbstkompetenzen		
<u>Kompetenz und Adressierung in Modul</u>	Förderung im der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz
Ambiguitätstoleranz	Auftretende Widersprüche werden im Rahmen der Veranstaltung mit dem Dozenten diskutiert.	
Selbstreflektion	Zwischenergebnisse und die von außen beobachtbare Arbeitsweise werden durch den Dozenten kommentiert und die Studierenden so zur Selbstreflexion angeregt.	
Zeitmanagement	Die Studierenden müssen im Rahmen der Gruppenarbeit regelmäßige Termine einhalten.	Für die Präsentation, aber auch insb. für die schriftliche Prüfung steht nur ein begrenzter, von den Studierenden einzuhaltender Zeitraum zur Verfügung.
Flexibilität	In den Gruppendiskussionen sich ergebende Anpassungen in der Aufgabenstellung werden mit den Dozenten besprochen und im Nachgang umgesetzt.	
Selbstorganisation (Priorisierung)	Die umfangreichen Aufgaben im Rahmen der Erarbeitung der Angebotspräsentation sind nur durch Aufteilung innerhalb der studentischen Teams bearbeitbar.	
Entscheiderkompetenz	Die Offenheit der Aufgabenstellung erfordert Auswahlentscheidungen für ein bestimmtes Vorgehen.	Im Rahmen der Präsentation müssen die Studierenden ihre im Vorfeld getroffenen Entscheidungen darlegen und verteidigen.
Lernergebnisse Sozialkompetenzen		
<u>Kompetenz und Adressierung in Modul</u>	Förderung im der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz
Zielorientierte Durchführung von Gruppenbesprechungen	In den zeitlich begrenzten Besprechungen mit dem Dozenten sind die Studierenden gefordert, die aus ihrer Sicht relevanten Themen einzubringen.	Die Umsetzung der Ergebnisse der Gruppenbesprechungen mit dem Dozenten wird in der Prüfung berücksichtigt.
Teamfähigkeit	Zeigen sich Probleme im Rahmen der Gruppenarbeit, werden diese unter Anleitung des Dozenten geklärt.	Die Qualität der Gruppenarbeit wirkt sich entscheidend auf den Erfolg der Gruppenpräsentation aus.
Soziales Lernen	Im Rahmen von Rollenspielen, Gruppendiskussionen, etc. trainieren die Studierenden ihre Kommunikationsfähigkeit und Konfliktfähigkeit.	Ohne intensive Interaktion und zielgerichtete Zusammenarbeit ist eine Bearbeitung der Aufgabe kaum zu leisten.
Kritikfähigkeit	Die Studierenden müssen mit konstruktiver Kritik in den Gruppensitzungen umgehen.	
Durchsetzungsfähigkeit	Die Studierenden müssen sich innerhalb der Gruppe sowie ihre Ansichten ggf. auch gegen Widerstände der anderen Gruppenmitglieder durchsetzen.	Im Rahmen der Prüfung (Rollenspiel) müssen die Studierenden ihre Ansichten ggf. gegen Widerstände ihrer Zuhörer durchsetzen.
Constructive Alignment		
<p>Das wesentliche Lernergebnis der Veranstaltung ist der Erwerb der Kompetenz, die für Unternehmen notwendigen Controlling-Strukturen & -Prozesse verstehen und mitgestalten zu können. Dazu durchlaufen die Studierenden im Rahmen der Veranstaltung einen Forschungsprozess anhand einer praxisrelevanten Fragestellung. Sowohl die inhaltlichen Ergebnisse als auch die Reflexion über den Lern- und Forschungsprozess werden in einer abschließenden Projektpräsentation dargestellt. Um ein umfassendes, über das eigene Projekt hinausgehendes Verständnis sicherzustellen ist die Prüfung um eine Klausur ergänzt.</p>		

Lerninhalte

Das Rechnungswesen – ein stabiles Fundament

- Rechnungsgrößen
- Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung
- Kostenrechnung

Adressatenorientiertes Reporting

- Inhalte
- Gestaltung

Anwendungsfälle im operativen Controlling

- Gemeinkosten-Controlling
- Produktkosten-Controlling
- Sales and Distribution Management

Literaturempfehlungen zur Vor- und Nachbereitung

- Arbeitskreis Internes Rechnungswesen der Schmalenbach-Gesellschaft für Betriebswirtschaft e.V. (2017). *Säulen der Kostenrechnung: Originalquellen und Kommentierungen zu den Grundfragen und Konstruktionsprinzipien der Kostenrechnung*. München: Vahlen.
- Coenenberg, A. G. & Fischer, T. M. (2016). *Kostenrechnung und Kostenanalyse* (9., überarbeitete Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Friedl, G., Hofmann, C. & Pedell, B. (2017). *Kostenrechnung. Eine entscheidungsorientierte Einführung* (3., überarbeitete Aufl.). München: Vahlen.
- Jurasek, G. & Klein, A. (2010). *Schnelleinstieg Controlling mit SAP*. Freiburg/Berlin/München: Haufe Lexware.
- Kilger, W., Pampel, J. & Vikas, K. (2012). *Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung* (13. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler.
- Weber, J. & Schäffer, U. (2020). *Einführung in das Controlling* (16., überarbeitete und aktualisierte Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Weber, J., Schäffer, U. & Binder, C. (2020). *Einführung in das Controlling: Übungen und Fallstudien und Lösungen* (4., überarbeitete und erweiterte Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Zelazny, G. (2015). *Wie aus Zahlen Bilder werden. Der Weg zur visuellen Kommunikation* (7. Aufl.) Wiesbaden: Springer Gabler.

SRH Hochschule Heidelberg, Studiengang: Internationales Management & Entrepreneurship					
Modulbezeichnung und ggf. Modulnummer: International Corporate Finance 1373-3171					
Studienabschnitt	Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Art <small>*Bei Abweichungen Präzisierung im Feld „Verwendbarkeit“</small>	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung <small>Hinweis: Berechnungsgrundlage in der Regel 1 ECTS = 30 Std. Abweichungen sind ausschließlich in Anlage 2 (Bachelor) oder 2a (Master) der SPO geregelt.</small>
1/3	1x pro Jahr	5 Woche(n)	Pflichtfach	4	Workload gesamt 120 Std. (100%) Präsenzzeit 40 Std. (33%) Selbststudium 80 Std. (67%)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortung
	Verwendung des Moduls im Masterstudien-gang Internationales Management & Entrepreneurship	1. Klausur (Kls) 2. - 3. - 4. - 5. -		1. Vorlesung (V) 2. Übung (Ü) 3. Gruppenarbeit (GA) 4. Fallarbeit (FA) 5. - 6. -	Prof. Dr. rer. pol. Stephan Schöning
Qualifikationsziele / Learning Outcomes					
<p>Die Studierenden lernen wichtige Aspekte der International Corporate Finance kennen und können diese umsetzen und bewerten. Sie sind somit in der Lage, erlangtes Wissen weitgehend selbstständig in der Praxis, insbesondere auch im Kontext von Unternehmensübernahmen, anzuwenden. Die internationale Ausrichtung des Moduls ergibt sich aus der Orientierung am (globalen) Kapitalmarkt und seiner Funktionsweise, die unabhängig von der Unternehmensgröße stets für alle kapitalmarktorientierten Unternehmen bzw. kapitalmarktorientierten Finanzierungsinstrumente gilt. Über Case Studies, die sich mit Fällen aus der Praxis beschäftigen, werden der Praxisbezug und die Spezifika von Mittelstandsunternehmen explizit aufgegriffen. Die Orientierung an Unternehmen wird durch Einbindung von Praktikern gewährleistet.</p>					
<p>Lernergebnisse Fachkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden kennen nach erfolgreichem Absolvieren der Veranstaltung die Grundaussagen fundamentaler Kapitalmarkttheorien (Portfeuille-Theorie nach Markowitz, CAPM, Irrelevanz der Kapitalstruktur nach Modigliani-Miller, Theorien zur Relevanz der Kapitalstruktur) und können deren Bedeutung für die Bewertungspraxis von Unternehmen einordnen. Die Studierenden haben einen Überblick über den Ablauf und die wesentlichen Phasen einer Unternehmensübernahme bzw. eines Unternehmenszusammenschlusses Die Studierenden kennen als die wesentlichen Verfahren zur Unternehmensbewertung das Discounted Cashflow Verfahren und die Multiple-Methode und können ihre Anwendbarkeit etwa in Bezug auf Unternehmensübernahmen einschätzen. Die Studierenden können Instrumente zur Finanzierung vor allem international ausgerichteter Unternehmen bewerten und somit auf ihre praktische Eignung überprüfen. Die Studierenden kennen die Funktionsweise der Risikomanagementinstrumente „Futures“, „Options“, „Swaps“ und „Forwards“ und können deren Bedeutung für das praktische Risikomanagement international agierender Unternehmen 					

einordnen.

Lernergebnisse Methodenkompetenz

- Die Studierenden können nach erfolgreichem Absolvieren der Veranstaltung die Aussagen der Kapitalmarkttheorien präzise wiedergeben und damit reale Sachverhalte erklären und kritisch diskutieren.
- Die Studierenden sind in der Lage, Methoden zur Unternehmensbewertung anzuwenden sowie Ergebnisse von Unternehmensbewertungen vor allem im Hinblick auf Unternehmensübernahmen kritisch zu beurteilen.
- Die Studierenden sind in der Lage, Verfahren in Zusammenhang mit der Due Diligence bei Unternehmensübernahmen anzuwenden.
- Die Studierenden können beurteilen und kritisch diskutieren, welche Finanzierungsinstrumente vor allem im Zusammenhang mit der Übernahme international ausgerichteter Unternehmen sinnvoll sind.
- Die Studierenden können beurteilen wann und wie der Einsatz von Risikomanagementinstrumenten vor allem bei international agierenden Unternehmen zur Beherrschung des systematischen Risikos sinnvoll ist.

Lernergebnisse Selbstkompetenzen

<u>Kompetenz und Adressierung in Modul</u>	Förderung in der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz
Ambiguitätstoleranz	Auftretende Widersprüche werden im Rahmen der Veranstaltung mit dem Dozenten diskutiert.	
Selbstreflexion	Zwischenergebnisse (bspw. im Rahmen von Fallarbeiten) und die von außen beobachtbare Arbeitsweise werden durch den Dozenten kommentiert und die Studierenden so zur Selbstreflexion angeregt.	
Zeitmanagement	Die Studierenden müssen Case Studies innerhalb einer vorgegebenen, festen Zeit lösen.	Für die Bearbeitung der Klausur steht nur ein begrenzter, von den Studierenden einzuhaltender Zeitraum zur Verfügung.
Flexibilität	Die Studierenden müssen sich wiederholt auf neue Case Studies und Fragestellungen einstellen.	

Lernergebnisse Sozialkompetenzen

<u>Kompetenz und Adressierung in Modul</u>	Förderung in der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz
Zielorientierte Durchführung von Gruppenbesprechungen	Die Studierenden erarbeiten in Kleingruppen Lösungswege für Case Studies und präsentieren und begründen die Ergebnisse.	
Teamfähigkeit	Die Studierenden bearbeiten Case Studies in Kleingruppen.	
Kritikfähigkeit	Die Studierenden schulen durch Feedback den Umgang mit falschen Denkansätzen und Ergebnissen bei der Lösung von Case Studies.	

Constructive Alignment

Der Schwerpunkt im Modul „International Corporate Finance“ liegt auf Fach- und Methodenkompetenzen. Durch die interaktiv ausgestalteten Veranstaltungen erarbeiten sich die Studierenden anhand vieler Praxisbeispiele Fach- und Methodenkenntnisse und können somit die folgenden Case Studies erfolgreich bewältigen. In der schriftlichen Prüfung wird das vermittelte Fach- und Methodenwissen anhand von Case Study-artigen Aufgaben explizit abgefragt. Die Studierenden lernen in der Veranstaltung anhand von Case Studies sowie beim Bearbeiten von Übungsaufgaben, wie Bewertungs-, Finanzierungs- und Risikomanagementmethoden für international agierende, mittelständische Unternehmen angewendet werden und konkrete Fälle zu bearbeiten sind.

Lerninhalte

Aufbauend auf den Inhalten aus dem Bachelorstudium in den Modulen „Bilanzierung“, „Kosten- und Leistungsrechnung“, „Buchführung“ und vor allem „Investition und Finanzierung“ werden die Studierenden in die Grundlagen der Kapitalmarkttheorien eingeführt. In diesem Zusammenhang werden sowohl das systematische als auch das unsystematische Risiko sowie deren Bedeutung für die Bewertung von Unternehmen vermittelt. Dies ist die Grundlage dafür, ein besseres Gesamtverständnis für die im Zusammenhang von Unternehmensübernahmen angewendeten Bewertungsverfahren zu entwickeln und diese kritisch diskutieren zu können. Die Unternehmensbewertung als Kernelement eines Merger & Acquisitions-Prozesses wird verdeutlicht und anschließend die damit im Zusammenhang stehenden modernen Finanzierungsmethoden (wie z.B. Private Equity) behandelt. Speziell für das Management von unternehmerischen Risiken werden abschließend Instrumente wie „Futures“, „Options“, „Forwards“ und „Swaps“ behandelt.

Literaturempfehlungen zur Vor- und Nachbereitung

- Berk, J. & DeMarzo, P. (2019). *Grundlagen der Finanzwirtschaft*, 4. Aufl. (jeweils aktuellste Auflage des Lehr- und Übungsbuches). Halbergmoos: Pearson.
- Brealey, R. A., Myers, S. C. & Allen, F. (2017). *Principles of corporate finance*, 13. Aufl. (auch ältere Auflagen sind geeignet), New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Copeland, T.E., Weston, F. Shastri, K. (2010). *Finanzierungstheorie und Unternehmenspolitik*, 4. Aufl. München: Pearson Studium.
- Gräfer, H., Schiller, B. & Rösner, S. (2014). *Finanzierung: Grundlagen, Institutionen, Instrumente und Kapitalmarkttheorie (ESVbasics)*. 8. Aufl. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Perridon, L., Steiner, M. & Rathgeber, A. (2017). *Finanzwirtschaft der Unternehmung*, 17. Aufl. (auch ältere Auflagen sind geeignet). München: Vahlen.

Ergänzend/Vertiefend/Selbststudium

- Ballwieser, W. (2016). *Unternehmensbewertung, Prozess, Methoden und Probleme*, 5. Aufl., Stuttgart: Schaeffer-Poeschel Verlag.
- Becker, W. et. al. (2015). *Finanzierung im Mittelstand*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Casey, C. (2012). Kapitalstrukturanalyse und Trade-Off-Theorie – Theoretische Überlegungen und branchenspezifische Reaktionsmuster der DAX-Gesellschaften. *BFuP*, 64 (2012), S 163-189.
- Drukarczyk, J., Schüler, A. (2016): *Unternehmensbewertung*, 7. Aufl., München: Verlag Franz Vahlen.
- Exler, M. (2013). *Bewertung und Verkauf mittelständischer Unternehmen*. Herne: nwb.
- Henselmann, K. et al. (2015). *Unternehmensbewertung: Praxisfälle mit Lösungen*. Herne: nwb.
- Müller, S., Brackschulze, K. & Mayer-Fiedrich, M. D. (2011). *Finanzierung mittelständischer Unternehmen nach Basel III*. München: Vahlen.
- Theiselmann, R. (2009). *Corporate Finance Recht für Finanzmanager*. München: Vahlen.

SRH Hochschule Heidelberg, Studiengang: Internationales Management & Entrepreneurship					
Modulbezeichnung und ggf. Modulnummer: Accounting 1373-1411					
Studienabschnitt	Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Art <small>*Bei Abweichungen Präzisierung im Feld „Verwendbarkeit“</small>	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung <small>Hinweis: Berechnungsgrundlage in der Regel 1 ECTS = 30 Std. Abweichungen sind ausschließlich in Anlage 2 (Bachelor) oder 2a (Master) der SPO geregelt.</small>
1/3	1x pro Jahr	5 Woche(n)	Pflichtfach	4	Workload gesamt 120 Std. (100%) Präsenzzeit 40 Std. (33%) Selbststudium 80 Std. (67%)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortung
Bilanzierung, Buchführung, Investition & Finanzierung, Kosten- & Leistungsrechnung	Verwendung des Moduls im Masterstudien-gang Internationales Management & Entrepreneurship	1. Klausur (Kls)	2. - 3. - 4. - 5. -	1. Vorlesung (V) 2. Gruppenarbeit (GA) 3. Fallarbeit (FA) 4. - 5. - 6. -	Prof. Dr. rer. pol. Ziad Bakhaya
Qualifikationsziele / Learning Outcomes					
<p>Die Studierenden lernen ausgewählte Aspekte der nationalen und/oder internationalen Rechnungslegung sowie Themen mit Bezug zu angrenzenden Fachgebieten (z.B. nichtfinanzielle Berichterstattung) kennen. Durch die Behandlung dieser Grundzüge werden die Studierenden gewissermaßen mit der „Sprache“ der finanziellen Berichterstattung vertraut. Sie sind in der Lage, erlerntes Wissen weitgehend selbstständig auf praxisrelevante Fallbeispiele anzuwenden. Darüber hinaus sind sie in der Lage accountingbezogene Fragestellungen im Team zu erarbeiten und zu präsentieren.</p>					
<p>Lernergebnisse Fachkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden erlernen und verstehen die Grundprinzipien der Finanzbuchführung und wenden diese auf konkrete Geschäftsvorfälle an. Die Studierenden erlernen und vertiefen Ihre Kenntnisse über rechnungslegungsbezogene Vorschriften des deutschen Handelsrechts zur Lösung von komplexen praxisorientierten Fragestellungen mittelständischer/kapitalmarktorientierter Unternehmen. Dabei werden auch ausgewählte Aspekte der internationalen Rechnungslegung behandelt. Die Studierenden vertiefen Ihre Kenntnisse über bestehende Ermessensspielräume und Wahlrechte bei der Bilanzierung und Bewertung bei der Aufstellung und Interpretation von Jahresabschlüssen. Die Studierenden setzen sich kritisch mit aktuellen Entwicklungen der accountingbezogenen Forschung auseinander (z.B. Integrated Reporting, Non-GAAP Measures). 					
<p>Lernergebnisse Methodenkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden verbessern ihre Fähigkeiten zu wissenschaftlichen Arbeiten unter Hinzuziehung relevanter Quellen 					

aktueller Accounting-Forschung.

- Die Studierenden sind in der Lage, selbstständig die wichtigsten Gesetze des externen Rechnungswesens zur Lösung praxisorientierter Sachverhalte in mittelständischen Unternehmen anzuwenden.
- Die Studierenden sind in der Lage Bilanzen zu analysieren und die wirtschaftliche Lage und finanzielle Leistungsfähigkeit mit Hilfe von Kennzahlen zu beurteilen.
- Sie können die Lösungswege zur Bewältigung der Aufgabenstellung schriftlich darstellen und die ausgearbeiteten Lösungen präsentieren.

Lernergebnisse Selbstkompetenzen

<u>Kompetenz und Adressierung in Modul</u>	Förderung in der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz
Ambiguitätstoleranz	Auftretende Widersprüche werden im Rahmen der Veranstaltung mit dem Dozenten diskutiert.	
Selbstreflektion	Zwischenergebnisse (bspw. im Rahmen von Fallarbeiten) und die von außen beobachtbare Arbeitsweise werden durch den Dozenten kommentiert und die Studierenden so zur Selbstreflexion angeregt.	Der Umgang mit den Kommentierungen während der Veranstaltung wird im Rahmen der Klausur berücksichtigt.
Zeitmanagement	Die Studierenden müssen im Rahmen der Gruppenarbeit regelmäßige Termine einhalten.	Für die Prüfung steht den Studierenden nur ein begrenzter, von den Studierenden einzuhaltender Zeitraum zur Verfügung.
Flexibilität	Sich in den Gruppendiskussionen ergebende Anpassungen in der Aufgabenstellung werden mit den Dozenten besprochen und im Nachgang umgesetzt.	Im Zuge der Kompetenzmessung müssen sich die Studierenden mit Änderungen in der Aufgabenstellung (bspw. durch die Veränderung von Umweltparametern) auseinandersetzen und darauf reagieren.
Selbstorganisation (Priorisierung)	Die umfangreichen Aufgaben sind nur durch Aufteilung innerhalb der studentischen Teams bearbeitbar.	
Entscheiderkompetenz	Die Offenheit der Aufgabenstellung erfordert Auswahlentscheidungen für eine bestimmte Bearbeitung/ ein bestimmtes Vorgehen.	Im Rahmen der Prüfungsleistung müssen die Studierenden ihre im Vorfeld getroffenen Entscheidungen darlegen und verteidigen.

Lernergebnisse Sozialkompetenzen

<u>Kompetenz und Adressierung in Modul</u>	Förderung in der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz
Zielorientierte Durchführung von Gruppenbesprechungen	In den zeitlich begrenzten Besprechungen mit dem Dozenten sind die Studierenden gefordert, die aus ihrer Sicht relevanten Themen einzubringen.	
Teamfähigkeit	Zeigen sich Probleme im Rahmen der Gruppenarbeit, werden diese unter Anleitung des Dozenten geklärt.	
Soziales Lernen	Im Rahmen von Rollenspielen, Gruppendiskussionen, etc. trainieren die Studierenden ihre Kommunikationsfähigkeit und Konfliktfähigkeit.	
Kritikfähigkeit	Die Studierenden müssen mit konstruktiver Kritik in den Gruppensitzungen umgehen.	
Durchsetzungsfähigkeit	Die Studierenden müssen sich innerhalb der Gruppe sowie ihre Ansichten ggf. auch gegen Widerstände der anderen Gruppenmitglieder durchsetzen.	

Constructive Alignment

Die Studierenden lernen durch die Vorlesung (einschließlich zahlreicher praxisrelevanter Übungen), Jahresabschlüsse zu verstehen und zu analysieren und die wirtschaftliche Lage und finanzielle Leistungsfähigkeit zu beurteilen. Sie sind darüber hinaus durch die Gruppenarbeit befähigt, Fragestellungen zum Themenkomplex Accounting in kurzer Zeit zu strukturieren, zu lösen und zu präsentieren.

Durch die Prüfungsform „Klausur“ werden das erworbene Fachwissen und die Fähigkeit zur Anwendung der Methoden auf praxisorientierte Fallbeispiele in adäquater Form überprüft.

Lerninhalte

Im Themenbereich Accounting werden zunächst Grundzüge der Buchführung dargestellt und damit die technischen Grundvoraussetzungen zum Verständnis von Bewertung und Bilanzierung vermittelt. Weiter werden die zentralen Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften des deutschen Handelsrechts erläutert und auf praxisnahe Fallbeispiele angewendet. Die Studierenden lernen, Bilanzen und Ergebnisrechnungen u.a. anhand der Erläuterungen im Jahresabschluss zu verstehen und zu interpretieren. Darüber hinaus werden aktuelle, praxisrelevante Bereiche der internationalen Rechnungslegung (IFRS – International Financial Reporting Standards) und rechnungslegungsnahe Themen im Rahmen von Gruppenarbeiten behandelt. Diese sind von den Studierenden in geeigneter Form zu präsentieren (z.B. Integrated Reporting, Non-GAAP measures).

Literaturempfehlungen zur Vor- und Nachbereitung

- Brösel, G. (2014). *Bilanzanalyse* (15. Aufl.). Berlin: Erich Schmidt.
- Coenenberg, A. G., Haller, A. & Schultze, W. (2014). *Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse: Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundsätze - HGB, IFRS, US-GAAP, DRS* (23., überarbeitete Aufl.). Stuttgart: Schäffer Poeschl.
- Pellens, B., Fülbier, R. U., Gassen, J. & Sellhorn, T. (2014). *Internationale Rechnungslegung* (9. Aufl.). Stuttgart: Schäffer Poeschl.

2.4 Methoden

Business Research Methods

SRH Hochschule Heidelberg, Studiengang: Internationales Management & Entrepreneurship						
Modulbezeichnung und ggf. Modulnummer: Business Research Methods 1373-2918						
Studienabschnitt	Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Art <small>*Bei Abweichungen Präzisierung im Feld „Verwendbarkeit“</small>	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung <small>Hinweis: Berechnungsgrundlage in der Regel 1 ECTS = 30 Std. Abweichungen sind ausschließlich in Anlage 2 (Bachelor) oder 2a (Master) der SPO geregelt.</small>	
1/3	1x pro Jahr	5 Woche(n)	Pflichtfach	8	Workload gesamt	240 Std. (100%)
					Präsenzzeit	80 Std. (33%)
					Selbststudium	160 Std. (67%)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortung	
Grundkenntnisse in wissenschaftlichem Arbeiten und Forschungsmethoden	Verwendung des Moduls im Masterstudien-gang Internationales Management & Entrepreneurship	1. Projektarbeit (PA) 2. - 3. - 4. - 5. -		1. Vorlesung (V) 2. Übung (Ü) 3. Projektentwicklung (PE) 4. Projektarbeit (PA) 5. Gruppenarbeit (GA) 6. -	Prof. Dr. phil. Benedikt Röttgelt	
Qualifikationsziele / Learning Outcomes						
<p>Unabhängig von Alter und Größe eines Unternehmens müssen täglich Entscheidungen getroffen werden, die auf Daten, Studien und Forschungsergebnissen basieren. Diese grundlegende Regel hat mit der zunehmenden Digitalisierung von Märkten und Gesellschaft weiter an Bedeutung gewonnen. Deshalb muss ein Manager die Aussagekraft dieser Entscheidungsgrundlagen einschätzen können.</p> <p>Am Beispiel typischer Fragestellungen wie sie sich bei der Konzipierung neuer Geschäftsmodelle, neue Produkte oder Märkte ergeben werden die Studierenden deshalb mit dem forschungslogischen Ablauf vertraut gemacht, lernen ihn kennen und anwenden. Dazu durchlaufen die Studierenden im Rahmen einer Projektarbeit die Phasen der Klärung der Fragestellung, der Formulierung der Forschungshypothesen, der Entwicklung eines Untersuchungsdesigns und passenden Untersuchungsinstruments, der Datenerhebung, -auswertung und -interpretation. Am Ende des Moduls sind die Studierenden in der Lage die Ergebnisse dem Auftraggeber zielgruppengerecht zu präsentieren. Dies unterstützt sie dabei, künftig selbst Forschung zu betreiben, aber auch darin, fremde Publikationen und Forschungsergebnisse verstehen, einordnen und auch kritisch beleuchten zu können.</p>						
Lernergebnisse Fachkompetenz						
<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden erarbeiten und formulieren Forschungshypothesen. Die Studierenden konzipieren ein Forschungsdesign. Die Studierenden beurteilen, welche Form der Datengewinnung anhand der Fragestellung angemessen ist. Die Studierenden sind in der Lage ihre Ergebnisse vor dem Hintergrund der Forschungsfrage und theoretischer Ansätze kritisch zu diskutieren. 						
Lernergebnisse Methodenkompetenz						
<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können Datenerhebungen selbstständig durchführen. Die Studierenden wählen je nach Datenlage die angemessene Analyse-methode aus und wenden diese adäquat an. 						

- Die Studierenden interpretieren Forschungsergebnisse in inhaltlich und methodisch korrekter Weise, ordnen diese in bisheriges Wissen ein und beurteilen mögliche Einschränkungen hinsichtlich der gewählten Erhebungsmethoden.
- Die Studierenden verbessern ihre mathematischen Fähigkeiten (insbesondere statistische Verfahren)

Lernergebnisse Selbstkompetenzen

Kompetenz und Adressierung in Modul	Förderung in der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz
Ambiguitätstoleranz	Im Rahmen der Auswahl adäquater Forschungsdesigns entscheiden sich die Studierenden auf Basis diverser Kriterien. Häufig widerspricht die hohe Erfüllung eines Kriteriums der Erfüllbarkeit eines anderen Kriteriums (z.B. Validität vs. Effizienz). Die auftretenden Widersprüche werden im Rahmen der Veranstaltung mit dem Dozenten diskutiert.	Für die auftretenden Zielkonflikte müssen begründete ausgewogene Lösungen erarbeitet und in Projektbericht und -präsentation vorgestellt werden.
Umgang mit Kritik	Studierende müssen mit positiven und negativen Rückmeldungen im Rahmen der Teammeetings umgehen.	
Selbstreflektion	Zwischenergebnisse (bspw. entwickeltes Untersuchungsdesign und -instrument) und die von außen beobachtbare Arbeitsweise werden durch den Dozenten kommentiert und die Studierenden so zur Selbstreflexion angeregt.	
Zeitmanagement	Die Studierenden müssen im Rahmen der Projektarbeit regelmäßige Meilensteine zu gesetzten Terminen erreichen.	Für die gesamte Ausarbeitung und die Präsentation steht nur ein begrenzter, von den Studierenden einzuhaltender Zeitraum zur Verfügung.
Flexibilität	Im Rahmen der Projektarbeit entsteht durch äußere Einflüsse regelmäßig Anpassungsbedarf inhaltlicher und zeitlicher Natur. Die Anpassungen werden mit dem Dozenten und evtl. externen Auftraggebern abgestimmt.	Im Zuge der Kompetenzmessung müssen sich die Studierenden mit Änderungen in der Aufgabenstellung (bspw. durch die Veränderung von Umweltparametern) auseinandersetzen und darauf reagieren.
Selbstorganisation (Priorisierung)	Die umfangreichen Aufgaben im Rahmen der Projektarbeit sind nur durch Aufteilung innerhalb der studentischen Teams bearbeitbar.	Die begrenzten zeitlichen Ressourcen der Abschlusspräsentation sowie der beschränkte Umfang des Berichts zwingen die Studierenden zur selbstorganisierten Priorisierung der Inhalte.
Entscheiderkompetenz		Im Rahmen der Prüfungsleistung (bspw. bei Präsentationen) müssen die Studierenden ihre im Vorfeld getroffenen Entscheidungen darlegen und verteidigen.

Lernergebnisse Sozialkompetenzen

Kompetenz und Adressierung in Modul	Förderung in der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz
Zielorientierte Durchführung von Gruppenbesprechungen	In den zeitlich begrenzten Besprechungen mit dem Dozenten sind die Studierenden gefordert, die aus ihrer Sicht relevanten Themen einzubringen. Zudem werden Teamsprecher bestimmt, die für die Koordination innerhalb der Teams und mit dem Dozenten verantwortlich sind.	Die Umsetzung der Ergebnisse der Gruppenbesprechungen mit dem Dozenten wird in der Prüfung berücksichtigt.
Teamfähigkeit	Zeigen sich Probleme im Rahmen der Teamprojekte, werden diese unter Anleitung des Dozenten geklärt.	Die Qualität der Gruppenarbeit wirkt sich entscheidend auf den Erfolg der Ergebnispräsentation aus.
Soziales Lernen	Die Studierenden trainieren ihre Kommunikationsfähigkeit und Konfliktfähigkeit im Rahmen der Entwicklung der Designs und Instrumente der jeweiligen	Ohne intensive Interaktion und zielgerichtete Zusammenarbeit ist eine Bearbeitung der Aufgabe kaum zu leisten.

	Projekte sowie der Projektarbeit im Team.	
Kritikfähigkeit	Die Studierenden müssen mit konstruktiver Kritik in den Gruppensitzungen umgehen.	
Durchsetzungsfähigkeit	Die Studierenden müssen sich innerhalb der Gruppe sowie ihre Ansichten ggf. auch gegen Widerstände der anderen Gruppenmitglieder durchsetzen.	
Constructive Alignment		
<p>Das Ziel dieses Moduls ist es, theoretische und praktische Kenntnisse und Erfahrungen im Umgang mit wissenschaftlichen Fragestellungen zu erlangen. Dazu durchlaufen die Studierenden im Rahmen der Veranstaltung einen Forschungsprozess anhand einer praxisrelevanten Fragestellung. Die Aufgabenstellung erfolgt durch Praxispartner aus Unternehmen mit internationalem Bezug. Sowohl die inhaltlichen Ergebnisse als auch die Reflexion über den Lern- und Forschungsprozess werden in einer abschließenden Projektpräsentation und einer dazugehörigen schriftlichen Ausarbeitung dargestellt. In der Veranstaltung wird mit abwechselnden Input-, Übungs- und Feedbackphasen gearbeitet, so dass eine zunehmende Eigenständigkeit des forscherschen Handelns erreicht wird.</p>		
Lerninhalte		
<ul style="list-style-type: none"> • Ziele empirischer Sozialforschung • Der Forschungsprozess • Wissenschaftstheoretische Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> ○ Hypothesen, Theorien und Gesetze ○ Operationalisierung und Messung ○ Variablen & Indikatoren ○ Skalen, Skalentypen und zulässige statistische Verfahren ○ Gütekriterien der Messung (Objektivität, Reliabilität & Validität) ○ Indizes und Skalierungsverfahren • Forschungsdesign und Untersuchungsformen <ul style="list-style-type: none"> ○ Qualitative vs. quantitative Designs ○ Beobachtung (inklusive Sonderformen wie Panels, Experimente, Mystery Shopping) ○ Befragung (standardisierte und explorative Interviews) • Auswahlverfahren <ul style="list-style-type: none"> ○ Grundgesamtheit, Vollerhebungen und Stichproben ○ Zufallsstichproben und bewusste/willkürliche Auswahl • Datenerhebungstechniken <ul style="list-style-type: none"> ○ Befragung, Beobachtung und Inhaltsanalyse ○ Datenaufbereitung • Datenanalyse und Interpretation <ul style="list-style-type: none"> ○ beschreibende Statistik ○ schließende Statistik ○ grundlegende Anwendungen multivariater Verfahren (Varianz-, Regressions-, Clusteranalyse, SEM) • Einführung in statistische Software (SPSS) <p>Aufbereitung von Daten in zielgruppenorientierten Präsentationen</p>		
Literaturempfehlungen zur Vor- und Nachbereitung		
<ul style="list-style-type: none"> • Argyrous, G. (2011): Statistics for Research. With a Guide to SPSS, 3rd Edition, London et al. • Atteslander, P. (2010). Methoden der empirischen Sozialforschung. Berlin: Erich Schmidt Verlag. 		

- Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (2018). *Multivariate Analysemethoden* (15. Aufl.). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Bell, E., Bryman, A. & Harley, B. (2019). *Business research methods* (5th ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Bjørner, T. (2015). *Qualitative methods for consumer research. The value of the qualitative approach in theory and practice*. Kopenhagen: Hans Reitzels Forlag.
- Bogdan, R. & Biklen, S. K. (2007). *Qualitative research for education. An introduction to theory and methods* (5th ed.). Boston: Pearson/Allyn and Bacon.
- Böhler, H. (2004). *Marktforschung* (3. Aufl.). Stuttgart: Kohlhammer.
- Bortz, J. & Döring, L. (2016). *Forschungsmethoden und Evaluation: für Human- und Sozialwissenschaftler* (5. Auflage). Heidelberg: Springer.
- Bortz, J. & Schuster, C. (2010). *Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler* (7. Aufl.). Berlin, Heidelberg, New York: Springer.
- Bryman, A. & Bell, E. (2015). *Business research methods* (4th ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Bühl, A. (2016). *SPSS 23. Einführung in die moderne Datenanalyse* (15. Aufl.). Hallbergmoos: Pearson.
- Chapman, C. & Feit, E. M. (2019). *R For Marketing Research and Analytics*. Cham: Springer International Publishing.
- Coolican, H. (2014). *Research Methods and Statistics in Psychology* (6th ed.). Hoboken: Taylor and Francis.
- Creswell, J. W. & Creswell, J. D. (2018). *Research design. Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Los Angeles: SAGE.
- Eriksson, P. & Kovalainen, A. (2016). *Qualitative methods in business research* (2nd ed.). Los Angeles: SAGE.
- Fantapié Altobelli, C. & Hoffmann, S. (2011). *Grundlagen der Marktforschung*. Konstanz: UVK Lucius.
- Fantapié Altobelli, C. (2017). *Marktforschung. Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele* (UTB Betriebswirtschaftslehre, 8342, 3. Aufl.). Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH; UVK/Lucius.
- Field, A. (2018). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics. And Sex, Drugs and Rock 'N' Roll* (5th ed.). London: Sage.
- Magerhans, A. (2016). *Marktforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Mayring, P. (2010). *Einführung in die qualitative Sozialforschung*. Weinheim: Beltz.
- Mayring, P. (2010). *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. Weinheim: Beltz.
- McCormick, K.; Salcedo, J. (2017): *SPSS Statistics for Data Analysis and Visualization*, Indianapolis.
- Naderer, G. & Balzer, E. (2011). *Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis. Grundlagen, Methoden und Anwendungen* (2. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.
- Pochiraju, B. & Seshadri, S. (2019). *Essentials of Business Analytics*. Cham: Springer International Publishing.
- Sarstedt, M. & Mooi, E. (2019). *A Concise Guide to Market Research. The Process, Data, and Methods Using IBM SPSS Statistics* (Springer Texts in Business and Economics, 3rd ed.). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2019). *Research methods for business students* (8 ed.). New York: Pearson.
- Schuster, T. & Liesen, A. (2017). *Statistik für Wirtschaftswissenschaftler* (2. Aufl.). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Steffen, A. & Doppler, S. (2019). *Einführung in die Qualitative Marktforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Je nach vertiefendem Themenschwerpunkt werden zusätzliche Literaturempfehlungen in der Veranstaltung bekannt gegeben.

SRH Hochschule Heidelberg, Studiengang: Internationales Management & Entrepreneurship														
Modulbezeichnung und ggf. Modulnummer: Projekt- und Innovationsmanagement 1373-3173														
Studienabschnitt	Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Art <small>*Bei Abweichungen Präzisierung im Feld „Verwendbarkeit“</small>	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung <small>Hinweis: Berechnungsgrundlage in der Regel 1 ECTS = 30 Std. Abweichungen sind ausschließlich in Anlage 2 (Bachelor) oder 2a (Master) der SPO geregelt.</small>									
1/3	1x pro Jahr	5 Woche(n)	Pflichtfach	4	Workload gesamt 120 Std. (100%) Präsenzzeit 40 Std. (33%) Selbststudium 80 Std. (67%)									
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortung										
	Verwendung des Moduls im Masterstudien-gang Internationales Management & Entrepreneurship	1. Präsentation (Präs) 2. - 3. - 4. - 5. -	1. Gruppenarbeit (GA) 2. Planspiel (PS) 3. Rollenspiel (Ro) 4. Vorlesung (V) 5. - 6. -	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Klein										
Qualifikationsziele / Learning Outcomes														
<p>Im Rahmen der Veranstaltung lernen die Studierenden die wesentlichen Aspekte des Projekts- & Innovationsmanagements kennen und erlangen die Fähigkeit, typische Verfahrensweisen und Methodenanzuwenden. Neben klassischen Methoden und Techniken wie Gantt und Netzplantechnik werden auch im Gründungskontext beliebte agile Methoden wie Design Thinking und Scrum vermittelt.</p> <p>Lernergebnisse Fachkompetenz Nach Besuch der Veranstaltung sind die Studierenden fachlich in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufbau und Struktur von Projekten sowie die Aufgaben und Verantwortlichkeiten zu verstehen und zu beurteilen sowie • eigenverantwortlich Innovations- und andere Projekte zu konzipieren und umzusetzen. <p>Lernergebnisse Methodenkompetenz Sie beherrschen grundlegende Methoden des Projekt- und Innovationsmanagements zum Initiieren, Planen, Kontrollieren bzw. Steuern und Abschließen von Projekten und können diese in konkreten Projekten anwenden.</p> <p>Lernergebnisse Selbstkompetenzen</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th><u>Kompetenz und Adressierung in Modul</u></th> <th>Förderung im der Veranstaltung</th> <th>Prüfungsrelevanz</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ambiguitätstoleranz</td> <td>Auftretende Widersprüche werden im Rahmen der Veranstaltung mit dem Dozenten diskutiert.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Selbstreflektion</td> <td>Zwischenergebnisse und die von außen beobachtbare Arbeitsweise werden durch den Dozenten kommentiert und die Studierenden so zur Selbstreflexion angeregt.</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						<u>Kompetenz und Adressierung in Modul</u>	Förderung im der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz	Ambiguitätstoleranz	Auftretende Widersprüche werden im Rahmen der Veranstaltung mit dem Dozenten diskutiert.		Selbstreflektion	Zwischenergebnisse und die von außen beobachtbare Arbeitsweise werden durch den Dozenten kommentiert und die Studierenden so zur Selbstreflexion angeregt.	
<u>Kompetenz und Adressierung in Modul</u>	Förderung im der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz												
Ambiguitätstoleranz	Auftretende Widersprüche werden im Rahmen der Veranstaltung mit dem Dozenten diskutiert.													
Selbstreflektion	Zwischenergebnisse und die von außen beobachtbare Arbeitsweise werden durch den Dozenten kommentiert und die Studierenden so zur Selbstreflexion angeregt.													

Zeitmanagement	Die Studierenden müssen im Rahmen der Gruppenarbeit regelmäßige Termine einhalten.	Für die Präsentation steht nur ein begrenzter, von den Studierenden einzuhaltender Zeitraum zur Verfügung.
Flexibilität	Aus der „Flipped-Classroom-Situation“ sich ergebende Anpassungen an die Aufgabenstellung werden mit den Dozenten besprochen und im Nachgang umgesetzt.	
Selbstorganisation (Priorisierung)	Die Aufgabe ist nur durch Aufteilung innerhalb der studentischen Teams bearbeitbar.	
Entscheiderkompetenz		Im Rahmen der Präsentation müssen die Studierenden ihre im Vorfeld getroffenen Entscheidungen darlegen und verteidigen.

Lernergebnisse Sozialkompetenzen

Kompetenz und Adressierung in Modul	Förderung im der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz
Zielorientierte Durchführung von Gruppenbesprechungen	In den zeitlich begrenzten Besprechungen mit dem Dozenten sind die Studierenden gefordert, die aus ihrer Sicht relevanten Themen einzubringen.	
Teamfähigkeit	Zeigen sich Probleme im Rahmen der Gruppenarbeit, werden diese unter Anleitung des Dozenten geklärt.	
Soziales Lernen	Im Rahmen von Rollenspielen, Gruppendiskussionen, etc. trainieren die Studierenden ihre Kommunikationsfähigkeit und Konfliktfähigkeit.	
Kritikfähigkeit	Die Studierenden müssen mit konstruktiver Kritik in den Gruppensitzungen umgehen.	
Durchsetzungsfähigkeit	Die Studierenden müssen sich innerhalb der Gruppe sowie ihre Ansichten ggf. auch gegen Widerstände der anderen Gruppenmitglieder durchsetzen.	Im Rahmen der Präsentation müssen die Studierenden ihre Ansichten ggf. gegen Widerstände von Kommilitonen und der Lehrenden durchsetzen.

Constructive Alignment

Als zentrales Lernergebnis der Veranstaltung ist die Kompetenz zu sehen, Innovations- und andere Projekte in Unternehmen zielführend mitzugestalten und umsetzen zu können. Dazu erarbeiten sich die die Studierenden im Rahmen der Veranstaltung diverse Instrumente des Projekt- und Innovationsmanagements. Sowohl die inhaltlichen Ergebnisse als auch die Reflexion über den Lern- und Forschungsprozess werden in einer abschließenden Projektpräsentation (Flipped Classroom) dargestellt.

Lerninhalte

- Grundlagen Projektmanagement
- Effektives und effizientes Innovieren – Grundlagen und kritische Erfolgsfaktoren
- Methoden des Projekt- und Innovationsmanagements
- Wirtschaftlichkeitsrechnung
- Multiprojektmanagement

Literaturempfehlungen zur Vor- und Nachbereitung

- Gassmann, O. (2006). *Praxiswissen Projektmanagement, Bausteine, Instrumente, Checklisten* (2., aktualisierte Aufl.). München: Hanser Wirtschaft.

- Gleich, R. & Schimank, C. (2015): Innovationscontrolling. Innovationssystem, -portfolio und -projekte erfolgreich steuern. Freiburg/München: Haufe.
- Gloger, B & Margetich, J. (2018): Das Scrum-Prinzip. Agile Organisationen aufbauen und gestalten. Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Hauschildt, J. u.a. (2016): Innovationsmanagement. München: Vahlen.
- Kuster, J. & Huber, E. u. a. (2018). *Handbuch Projektmanagement*(4., erweiterte Aufl.). Berlin: Springer.
- Lewrick, M., Link, P. & Leifer, L. (Hrsg.) (2018): Das Design Thinking Playbook. Mit traditionellen, aktuellen und zukünftigen Erfolgsfaktoren (2. Auflage 2018). München: Vahlen
- Litke, H.-D., Ilonka Kunow & Schulz-Wimmer H. (2012). *Projektmanagement - Best of (STS-Taschenguide)* (2. Aufl.). Freiburg/München: Haufe.
- Neumann, M. (2017). *Projekt-Safari: Das Handbuch für souveränes Projektmanagement* (2. Aufl.). Frankfurt a. M.: Campus Verlag.
- Pionczyk A. (2011). *Projektmanagement* (1. Aufl.). Berlin: Bibliographisches Institut.
- Patzak G. & Rattay G. (2014). *Projektmanagement: Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen* (6. Aufl.). Wien: Linde Verlag.
- Vahs, D./Alexander Brem, A. (2015). Innovationsmanagement: Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung Gebundene Ausgabe. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

2.5 Recht & Steuern

Steuern; Handels- und Gesellschaftsrecht & Transaktionsbegleitendes Arbeitsrecht

SRH Hochschule Heidelberg, Studiengang: Internationales Management & Entrepreneurship													
Modulbezeichnung und ggf. Modulnummer: Steuern; Handels- und Gesellschaftsrecht; Transaktionsbegleitendes Arbeitsrecht 1373-3828													
Studienabschnitt	Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Art <small>*Bei Abweichungen Präzisierung im Feld „Verwendbarkeit“</small>	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung <small>Hinweis: Berechnungsgrundlage in der Regel 1 ECTS = 30 Std. Abweichungen sind ausschließlich in Anlage 2 (Bachelor) oder 2a (Master) der SPO geregelt.</small>								
1/3	1x pro Jahr	5 Woche(n)	Pflichtfach	6	<table border="0"> <tr> <td>Workload gesamt</td> <td>180 Std. (100%)</td> </tr> <tr> <td>Präsenzzeit</td> <td>60 Std. (33%)</td> </tr> <tr> <td>Selbststudium</td> <td>120 Std. (67%)</td> </tr> </table>	Workload gesamt	180 Std. (100%)	Präsenzzeit	60 Std. (33%)	Selbststudium	120 Std. (67%)		
Workload gesamt	180 Std. (100%)												
Präsenzzeit	60 Std. (33%)												
Selbststudium	120 Std. (67%)												
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortung								
	Verwendung des Moduls im Masterstudien-gang Internationales Management & Entrepreneurship	1. Referat (Ref)	2. Referat (Ref)	3. -	4. -	5. -	1. Fallarbeit (FA)	2. Gruppenarbeit (GA)	3. Vorlesung (V)	4. Rollenspiel (Ro)	5. Planspiel (PS)	6. -	Prof. Dr. iur. Stephan Oliver Pfaff
Qualifikationsziele / Learning Outcomes													
<p>Die Studierenden haben nach Abschluss der Veranstaltung vertiefte Rechtskenntnisse, erweitertes praktisches Problembewusstsein im Wirtschaftsrecht und können praktische Lösungsmöglichkeiten im Bereich des Handels-, und Gesellschaftsrechts finden. Darüber hinaus soll ein erster Überblick in den Bereich Compliance gegeben werden. Die Studierenden erwerben außerdem Transferfähigkeiten, indem sie Wissen auf unbekannte Fallkonstellationen anwenden.</p> <p>Das Arbeitsrecht ist fester Bestandteil gesellschaftsrechtlicher Strukturierungsmaßnahmen. Nach erfolgreichem Abschluss der Veranstaltung haben die Masterstudierenden die Kompetenz transaktionsbegleitende arbeitsrechtliche Fragestellungen einzuschätzen und zu beantworten und die geeigneten Lösungsmöglichkeiten gemeinsam mit arbeitsrechtlichen Berufsträgern zu entwickeln.</p> <p>Lernergebnisse Fachkompetenz</p> <p>Vertiefung der Rechtskenntnisse und Erweiterung des praktischen Problembewusstseins im Arbeitsrecht und Aneignung von praktischen Lösungsmöglichkeiten im Bereich des transaktionsbegleitenden Arbeitsrechts. Erwerb von Transferfähigkeiten auf unbekannte Fallkonstellationen.</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden erarbeiten die Grundlagen der relevanten Rechtsquellen im transaktionsbegleitenden Arbeitsrecht und können diese entsprechend zuordnen. Die Studierenden beurteilen die Grundlagen der relevanten Rechtsquellen im Handels- und Gesellschaftsrecht und können diese entsprechend zuordnen. Die Studierenden lernen die Herangehensweise an praktische Problemstellungen kennen und können reale Sachverhalte selbstständig beurteilen sowie praktische Lösungsmöglichkeiten erarbeiten. Die Studierenden sind in der Lage, die erlernten Kenntnisse auf andere, ähnliche gelagerte Sachverhalte zu transferieren. 													

- Durch die Einbeziehung aktueller höchstrichterlicher Entscheidungen wird gewährleistet, dass die Studierenden jederzeit eine enge Beziehung zur Rechtsentwicklung und Forschung entwickeln. Die Diskussionen aus der Veranstaltung sollen schließlich im nächsten Schritt in die Definition neuer Forschungsfragen eingebunden werden. Hier besteht das Angebot, dass die Studierenden diese im Rahmen von wissenschaftlichen Abschlussarbeiten selbst erarbeiten.

Lernergebnisse Methodenkompetenz

- Die Studierenden können selbstständig die relevanten Rechtsquellen lesen und verstehen und auf neue Sachverhalte übertragen.
- Daneben lernen die Studierenden zentrale Fragen aktueller Forschung kennen und können diese hinsichtlich ihrer Bedeutung einordnen.
- Sie können die Lösungswege zur Bewältigung der Aufgabenstellung schriftlich darstellen und die gewählten Lösungen adäquat vor einem Fachpublikum präsentieren und vertreten.

Lernergebnisse Selbstkompetenzen

<u>Kompetenz und Adressierung in Modul</u>	Förderung in der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz
Ambiguitätstoleranz	Im Rahmen der Auswahl adäquater Forschungsansätze entscheiden sich die Studierenden auf Basis von diversen Auffassungen.	
Zeitmanagement	Im Rahmen von Projektarbeiten sind unterschiedliche Meilensteine einzuhalten, zu deren Erreichen der Dozent Feedback gibt.	Für die Präsentation steht nur ein begrenzter Zeitrahmen zur Verfügung. Diesen müssen die Studierenden beachten.
Flexibilität	Bedingt durch äußere Einflüsse besteht regelmäßig Anpassungsbedarf in inhaltlicher und zeitlicher Hinsicht. Veränderungen und Korrekturen werden mit dem Dozenten abgestimmt.	Die Ergebnisse der notwendigen Anpassung sind Voraussetzung zur Erfüllung der jeweiligen Projektziele.
Selbstorganisation (Priorisierung)	Umfangreiche Aufgabenstellungen sind nur durch gleichmäßige Aufteilung innerhalb der studentischen Teams zu bewältigen. Der Dozent gibt regelmäßig Rückmeldungen.	Der begrenzte zeitliche Rahmen der Abschlusspräsentation sowie der limitierte Umfang des Referats zwingen die Studierenden zur selbstorganisierten Priorisierung ihrer Inhalte.

Lernergebnisse Sozialkompetenzen

<u>Kompetenz und Adressierung in Modul</u>	Förderung in der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz
Zielorientierte Durchführung von Gruppenbesprechungen	Definition von Gruppensprechern, die für die Koordination innerhalb der Gruppen und Abstimmung mit dem Dozenten verantwortlich sind.	
Teamfähigkeit	Zeigen sich Probleme im Rahmen der Gruppenarbeit, werden diese unter Anleitung des Dozenten geklärt.	
Soziales Lernen	Im Rahmen von Gruppenarbeiten trainieren die Studierenden ihre Kommunikationsfähigkeit und Konfliktfähigkeit.	
Kritikfähigkeit	Die Studierenden müssen mit konstruktiver Kritik in den Gruppensitzungen umgehen.	
Durchsetzungsfähigkeit	Die Studierenden müssen sich innerhalb der Gruppe sowie ihre Ansichten ggf. auch gegen Widerstände der anderen Gruppenmitglieder durchsetzen.	Im Rahmen der Präsentation müssen die Studierenden ihre Ansichten ggf. gegen Widerstände von Kommilitonen und der Lehrenden durchsetzen.

Constructive Alignment

Die Studierenden haben nach Abschluss der Veranstaltung vertiefte Rechtskenntnisse, erweitertes praktisches Problembewusstsein im Wirtschaftsrecht und können praktische Lösungsmöglichkeiten im Bereich des Handels-, und Gesellschaftsrechts finden. Darüber hinaus soll ein erster Überblick in den Bereich Compliance gegeben werden. Die Studierenden erwerben außerdem Transferfähigkeiten, indem sie Wissen auf unbekannte Fallkonstellationen anwenden.

Ausgehend von der Zielsetzung, die Studierenden zu einem qualifizierten Gespräch mit einem spezialisierten Berufsträger zu befähigen und ausgehend von der dazu passenden Prüfungsform, werden die für Arbeitgeber und Unternehmer relevanten Vorschriften und Anspruchsgrundlagen gemeinsam erarbeitet.

Durch die gewählte Prüfungsform lässt sich das Erreichen der Taxonomiestufen überprüfen. Die Studierenden werden darauf vorbereitet, die Kernprobleme komplexer und umfangreicher arbeitsrechtlicher Fragestellungen und Problemkreise zu erkennen und gegenüber verschiedenen Anspruchsgruppen (unternehmensintern und –extern) zu kommunizieren. Ziel ist es dabei, die wichtigsten Aspekte verständlich aufzubereiten, so dass die Leistungsüberprüfung in Form einer Präsentation erfolgt. Bei der Präsentation versteht sich der Lehrende als Unternehmensvertreter bzw. Entscheidungsträger im Unternehmen, der eine sinnvolle und ausgewogene Aufarbeitung und Darstellung der möglichen arbeits-, handels- und gesellschaftsrechtlichen Risiken wünscht.

Lerninhalte

Im Bereich des **Handelsrechtes** werden die Studierenden mit den Grundsätzen des Handelsgesetzbuches vertraut gemacht.

Die Veranstaltung gliedert sich wie folgt:

- Kaufmannsbegriff
- Handelsregister
- Kaufmännische Hilfspersonen
- Prokura und Generalvollmacht
- Handelsvertreter
- Handelsgeschäfte

Vermittlung der Grundlagen und Grundbegriffe des **Gesellschaftsrechtes** durch Kenntnisse über die zulässigen Organisationsformen von Gesellschaften, Gründung/Gründungsvoraussetzungen, deren innerer Struktur, Außenbeziehungen, insbesondere Haftung und Vertretungsmacht:

- Gesellschaft des Bürgerlichen Rechts
- OHG
- Partnerschaftsgesellschaft
- KG
- GmbH & Co.KG
- GmbH
- AG

Vermittlung der Grundlagen und Grundbegriffe des **transaktionsbegleitenden Arbeitsrechts**. Darüber hinaus werden die Studierenden mit folgenden Grundsätzen vertraut gemacht:

- Betriebsübergang
- Umwandlungen nach dem UmwG
- Betriebsänderungen
- Arbeitsrechtliche Aspekte des Unternehmenskaufs
- Einbindung der Arbeitnehmervertretung

Literaturempfehlungen zur Vor- und Nachbereitung

Jeweils in der aktuellen Auflage:

- Dieterich, T., Hanau, P., Schaub, G. et al. *Erfurter Kommentar zum Arbeitsrecht* (aktuelle Aufl.). München: C. H. Beck.
- Küttner, W. *Personalbuch* (aktuelle Aufl.). München: C. H. Beck.
- Müssig, P. *Wirtschaftsprivatrecht* (aktuelle Aufl.). Heidelberg: R. v. Decker.
- Aktuelle Entscheidungen des Bundesarbeitsgerichts zum transaktionsbegleitenden Arbeitsrecht.

- Brox, H. & Henssler, M. *Handelsrecht* (aktuelle Aufl.). München: C. H. Beck.
- Canaris, C.-W. *Handelsrecht* (aktuelle Aufl.). München: C. H. Beck.
- Grefe, C. *Unternehmenssteuern* (aktuelle Aufl.). Ludwigshafen: Kiehl.
- Kindler, P. *Grundkurs Handels- und Gesellschaftsrecht* (aktuelle Aufl.). München: C. H. Beck.
- Klunzinger, E. *Grundzüge des Gesellschaftsrechts* (aktuelle Aufl.). München: Vahlen.
- Klunzinger, E. *Grundzüge des Handelsrechts* (aktuelle Aufl.). München: Vahlen.
- Wilke, K.-M. *Internationales Steuerrecht* (aktuelle Aufl.). Herne: nwb.

SRH Hochschule Heidelberg, Studiengang: Internationales Management & Entrepreneurship					
Modulbezeichnung und ggf. Modulnummer: Steuern; Handels- und Gesellschaftsrecht					
Steuern M-1373-3828					
Studienabschnitt	Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Art <small>*Bei Abweichungen Präzisierung im Feld „Verwendbarkeit“</small>	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung <small>Hinweis: Berechnungsgrundlage in der Regel 1 ECTS = 25 Std. Abweichungen sind ausschließlich in Anlage 2 (Bachelor) oder 2a (Master) der SPO geregelt.</small>
1/3	1x pro Jahr	5 Woche(n)	Pflichtfach	2	Workload gesamt 60 Std. (100%) Präsenzzeit 20 Std. (33%) Selbststudium 40 Std. (67%)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortung	
	Verwendung des Moduls im Masterstudien-gang Internationales Management & Entrepreneurship	1. Mündliche Prüfung (MP) 2. - 3. - 4. - 5. -	1. Vorlesung (V) 2. Fallarbeit (FA) 3. - 4. - 5. - 6. -	Steuern: Prof. Dr. iur. Kai Uwe Schroeder	
Qualifikationsziele / Learning Outcomes					
<p>Das Steuerrecht beeinflusst heute praktisch alle Bereiche der Wirtschaftswissenschaften. Es ist nicht nur in der Unternehmenspraxis, sondern auch im Alltag der Studierenden von hoher praktischer Relevanz. Gleichzeitig handelt es sich um ein Segment, in dem ein ständiger Wandel vorliegt, so dass Wissen schnell veraltet, was eine besondere Gefahr insbesondere für kleine und für mittelständische Unternehmen, aber auch für Existenzgründer darstellt. Im Gegensatz zu Großunternehmen verfügen diese in der Regel nicht über eigene oder nur über kleine Steuerabteilungen. Somit ist die Zusammenarbeit mit einem Steuerberater – bereits in der Gründung wie auch im laufenden Betrieb – in aller Regel notwendige Voraussetzung für den langfristigen Erfolg der Unternehmung.</p> <p>Übergeordnetes Qualifikationsziel des Moduls ist es daher, die Studierenden in die Lage zu versetzen, mit Steuerberatern ein qualifiziertes Gespräch über Chancen und Risiken der aktuellen und zukünftigen steuerlichen Gestaltung zu führen. Gleichzeitig sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, zentrale steuerliche Risiken für Unternehmen selbst zu erkennen und einschätzen zu können, wann eine Unterstützung durch externe Berater notwendig ist.</p>					
Lernergebnisse Fachkompetenz					
<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden kennen, aufbauend auf den Kenntnissen aus dem Bachelorstudium, die relevanten Rechtsquellen und können diese hinsichtlich ihrer Intention durch den Gesetzgeber und die Gerichtsbarkeit (FG, BFH) bewerten. Die Studierenden kennen die grundlegenden steuerrechtlich relevanten Fragen, die im Zusammenhang mit einer Unternehmensgründung einhergehen. Dazu gehören auch Aspekte, die sich aus der Gründung einer Personen- bzw. Kapitalgesellschaft ergeben. Die Studierenden lernen die Herangehensweise an komplexere praktische Problemstellungen kennen und können Sachverhalte selbstständig beurteilen sowie praktische Lösungsmöglichkeiten erarbeiten. Die Studierenden können die erlernten Kenntnisse auf andere, ähnlich gelagerte Fälle übertragen und steueroptimale Strukturen konzipieren. Durch die Einbeziehung aktueller Publikationen ist sichergestellt, dass die Studierenden jederzeit eine enge Beziehung 					

zum Status quo der Forschung, wie auch der praktischen Auslegung aktueller Urteile aufbauen. Die Diskussionen aus der Veranstaltung sollen schließlich im nächsten Schritt in die Definition neuer Forschungsfragen eingebunden werden. Hier besteht das Angebot, dass die Studierenden diese im Rahmen von wissenschaftlichen Abschlussarbeiten selbst bearbeiten.

Lernergebnisse Methodenkompetenz

- Die Studierenden sind in der Lage, selbstständig die wichtigsten relevanten Steuergesetze zu lesen und zu verstehen bzw. auf neue Sachverhalte zu übertragen.
- Daneben lernen die Studierenden, aufbauend auf den Kenntnissen aus dem Bachelorstudium, zentrale Quellen aktueller Forschung kennen und können diese hinsichtlich ihrer Bedeutung einordnen. Insbesondere die Einordnung von Quellen unterschiedlicher Autorengruppen (Vertreter der Finanzverwaltung, Vertreter der Beratungspraxis, Wissenschaft) und die Berücksichtigung der jeweiligen Intention steht im Fokus der aufgebauten Recherchekompetenz.
- Sie können die Lösungswege zur Bewältigung der Aufgabenstellung darstellen und die gewählten Lösungen adäquat vor einem Fachpublikum präsentieren und vertreten.

Lernergebnisse Selbstkompetenzen

Kompetenz und Adressierung in Modul	Förderung in der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz
Ambiguitätstoleranz	Auftretende Widersprüche werden im Rahmen der Veranstaltung mit dem Dozenten diskutiert.	Die auftretenden Widersprüche werden mit dem Dozenten diskutiert. Für die auftretenden Zielkonflikte müssen begründete ausgewogene Lösungen erarbeitet werden.
Zeitmanagement	Die Studierenden müssen regelmäßige Termine einhalten.	Für die Präsentation zu Beginn der mündlichen Prüfung steht nur ein begrenzter, von den Studierenden einzuhaltender Zeitraum zur Verfügung.
Flexibilität	Sich in Diskussionen ergebende Anpassungen in der Fragestellung werden mit den Dozenten besprochen.	Im Zuge der Kompetenzmessung müssen sich die Studierenden mit Änderungen in der Aufgabenstellung (bspw. durch die Veränderung von Umweltparametern) auseinandersetzen und darauf reagieren.
Selbstorganisation (Priorisierung)	Die umfangreichen Aufgaben im Rahmen einer Gründung sind nur durch Aufteilung innerhalb der studentischen Teams bearbeitbar.	
Entscheiderkompetenz	Die Offenheit der Aufgabenstellung erfordert Auswahlentscheidungen für ein bestimmtes Vorgehen.	Im Rahmen der Prüfungsleistung müssen die Studierenden ihre im Vorfeld getroffenen Entscheidungen darlegen und verteidigen.

Lernergebnisse Sozialkompetenzen

Kompetenz und Adressierung in Modul	Förderung in der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz
Zielorientierte Durchführung von Gruppenbesprechungen	In den zeitlich begrenzten Besprechungen mit dem Dozenten sind die Studierenden gefordert, die aus ihrer Sicht relevanten Themen einzubringen.	
Teamfähigkeit	Zeigen sich Probleme im Rahmen der Veranstaltung, werden diese unter Anleitung des Dozenten geklärt.	
Soziales Lernen	Ohne intensive Interaktion und zielgerichtete Zusammenarbeit ist eine Bearbeitung der Fragestellungen kaum zu leisten.	
Kritikfähigkeit		Kritische Nachfragen zur Vorteilhaftigkeit von steuerlichen Strukturen müssen beantwortet werden.
Durchsetzungsfähigkeit	Die Studierenden müssen sich innerhalb der Gruppe sowie ihre Ansichten ggf. auch	

	gegen Widerstände der anderen Gruppenmitglieder durchsetzen.	
Constructive Alignment		
<p>Steuern: Ausgehend von der Zielsetzung, die Studierenden zu einem qualifizierten Gespräch mit ihrem späteren Steuerberater zu befähigen und ausgehend von der dazu passenden Prüfungsform „mündliche Prüfung“, werden die für Mittelständler und Existenzgründer relevanten steuerlichen Grundlagen und Gestaltungsoptionen gemeinsam erarbeitet. In den einleitenden Teilen zu jedem Subthema liegt der Schwerpunkt bei der Vermittlung der theoretischen Grundlagen. Hier werden die Taxonomiestufen „Wissen“, „Verstehen“ und „Anwenden“ erreicht. Die praktischen Fallbeispiele dienen zur Reflektion der Kompetenzfortschritte auf den Taxonomiestufen „Analyse“, „Synthese“ sowie „Evaluation“. Durch die Prüfungsform mündliche Prüfung lässt sich das Erreichen der Taxonomiestufen überprüfen.</p>		
Lerninhalte		
<p>Im Bereich des Steuerrechts werden die Studierenden an folgende für mittelständische Unternehmen relevanten Themenbereiche herangeführt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Für Existenzgründer relevante Aspekte der Besteuerung • Unternehmensbesteuerung (z.B. Personengesellschaften, Betriebsaufspaltungen) • Unternehmensveräußerungen im Mittelstand • Unternehmensnachfolge in Familienunternehmen • Grundlagen und Verschonungsregeln in der Erbschaft- und Schenkungssteuer • Grundlagen des internationalen Steuerrechts. 		
<p>Literaturempfehlungen zur Vor- und Nachbereitung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grefe, C. (2019). <i>Unternehmenssteuern</i> (22. Aufl.). Ludwigshafen: Kiehl Verlag. • Scheffler, W. (2020). <i>Besteuerung von Unternehmen, Band I – III</i>. Heidelberg: C. F. Müller. • Stobbe, T. (2019). <i>Steuern kompakt</i> (16. Aufl.). Sternenfels: Wissenschaft und Praxis. • Wilke, K. M. (2020). <i>Internationales Steuerrecht</i> (15. Aufl.). Herne: nwb. 		

2.6 Praktikum / Auslandsphase

Auslandspraktikum

SRH Hochschule Heidelberg, Studiengang: Internationales Management & Entrepreneurship														
Modulbezeichnung und ggf. Modulnummer: Auslandspraktikum 1373-1006-2														
Studienabschnitt	Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Art <small>*Bei Abweichungen Präzisierung im Feld „Verwendbarkeit“</small>	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung <small>Hinweis: Berechnungsgrundlage in der Regel 1 ECTS = 30 Std. Abweichungen sind ausschließlich in Anlage 2 (Bachelor) oder 2a (Master) der SPO geregelt.</small>									
3	1x pro Jahr	15 Woche(n)	Pflichtfach	24	Workload gesamt 720 Std. (100%)									
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortung										
Genehmigung des Praktikums durch Praktikantenamt	Als Modul in Management- und betriebswirtschaftlichen Masterstudiengängen geeignet.	1. Bericht (Ber) 2. Präsentation (Präs) 3. - 4. - 5. -	1. Praktikum / Praxis (P) 2. - 3. - 4. - 5. - 6. -	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Klein										
Qualifikationsziele / Learning Outcomes														
Die Studierenden vertiefen ihre bisher erworbenen Kenntnisse und Erfahrungen und wenden diese im Rahmen einer Projektarbeit für den Praktikumsgeber in der Praxis an.														
<p>Lernergebnisse Fach- und Methodenkompetenzen</p> <p>Nach Absolvieren des Auslandspraktikums haben die Studierenden ihr bisher erworbenes Wissen in der Praxis vertieft sowie weitere international relevante Managementkompetenzen erworben. Außerdem finden sie sich erfolgreich in einem internationalen Umfeld zurecht. Sie sind in der Lage, berufspraktische Aufgaben und Projekte eigenverantwortlich zu übernehmen und erfolgreich umzusetzen. Sie sind in der Lage, Management und Abläufe in international agierenden Unternehmen zu verstehen und zu beschreiben und sich darin zurechtzufinden. Die Studierenden können in der Praxis vorkommende Probleme analysieren und erfolgversprechende Verbesserungsvorschläge entwickeln. Sie sind ebenfalls in der Lage, verschiedene Vorgehensweisen zu entwickeln, zu bewerten und die sinnvollste umzusetzen. Dabei wägen sie ab, inwiefern der Einsatz bestimmter Methoden in einer Situation sinnvoll ist.</p>														
<p>Lernergebnisse Selbstkompetenzen</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kompetenz und Adressierung in Modul</th> <th>Förderung im der Veranstaltung</th> <th>Prüfungsrelevanz</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ambiguitätstoleranz</td> <td>Sie lernen sich vor dem Hintergrund mitunter konfligierender, widersprüchlicher Interessen und Zielvorgaben von Kollegen und Vorgesetzten, internen Betreuern und Kunden zu behaupten bzw. diesen gerecht zu werden.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Selbstreflektion</td> <td>Eigenes Verhalten und die Reaktion internationaler Kollegen auf diese, regen die</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Kompetenz und Adressierung in Modul	Förderung im der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz	Ambiguitätstoleranz	Sie lernen sich vor dem Hintergrund mitunter konfligierender, widersprüchlicher Interessen und Zielvorgaben von Kollegen und Vorgesetzten, internen Betreuern und Kunden zu behaupten bzw. diesen gerecht zu werden.		Selbstreflektion	Eigenes Verhalten und die Reaktion internationaler Kollegen auf diese, regen die	
Kompetenz und Adressierung in Modul	Förderung im der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz												
Ambiguitätstoleranz	Sie lernen sich vor dem Hintergrund mitunter konfligierender, widersprüchlicher Interessen und Zielvorgaben von Kollegen und Vorgesetzten, internen Betreuern und Kunden zu behaupten bzw. diesen gerecht zu werden.													
Selbstreflektion	Eigenes Verhalten und die Reaktion internationaler Kollegen auf diese, regen die													

	Studierenden zur Selbstreflexion an.	
Zeitmanagement	Im Rahmen der sich ihnen stellenden Aufgaben müssen die Studierenden auch als Teil von Teams Termine einhalten	Für die Präsentation des Praktikumsprojekts steht nur ein begrenzter, von den Studierenden einzuhaltender Zeitraum zur Verfügung.
Flexibilität	Die Studierenden müssen sich auf ein neues, internationales Umfeld einstellen.	
Selbstorganisation (Priorisierung)	Die Studierenden müssen priorisieren, um die umfangreichen Vorbereitungen und später im Auslandspraktikum anfallenden Aufgaben zu bearbeiten.	
Lernergebnisse Sozialkompetenzen		
<u>Kompetenz und Adressierung in Modul</u>	Wird im der Veranstaltung gefördert (durch)	Prüfungsrelevant in der Form, dass
Teamfähigkeit	Die Studierenden müssen sich in internationalen, interkulturellen Teams zurechtfinden.	
Kritikfähigkeit	Die Studierenden müssen mit konstruktiver Kritik seitens Kollegen und Vorgesetzten umgehen können.	
Constructive Alignment		
<p>Im Auslandspraktikum können die Studierenden ihre bisher erworbenen Kenntnisse und Erfahrungen in einem internationalen Umfeld vertiefen und gegebenenfalls auf ein Projekt in der Praxis anwenden. Um die Studierenden auf die Arbeit in international agierenden Unternehmen vorzubereiten muss ein Praktikum bzw. Semester im Ausland absolviert werden. Im Praktikum wird der Transfer von theoretischem Wissen in die Praxis durch die Bearbeitung eines Projekts und die Erstellung eines Praktikumsberichts sichergestellt. Sowohl die inhaltlichen Projektergebnisse als auch die Reflexion über Lern- und Arbeitsprozesse werden in einer abschließenden Projektpräsentation dargestellt.</p>		
Lerninhalte		
<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung sowie praktisches Anwenden der erlernten Inhalte aus den vorangegangenen Modulen • Abhängig vom bearbeiteten Projekt 		

SRH Hochschule Heidelberg, Studiengang: Internationales Management & Entrepreneurship														
Modulbezeichnung und ggf. Modulnummer: Praktikum 1373-1007-2														
Studienabschnitt	Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Art <small>*Bei Abweichungen Präzisierung im Feld „Verwendbarkeit“</small>	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung <small>Hinweis: Berechnungsgrundlage in der Regel 1 ECTS = 30 Std. Abweichungen sind ausschließlich in Anlage 2 (Bachelor) oder 2a (Master) der SPO geregelt.</small>									
3	1x pro Jahr	15 Woche(n)	Pflichtfach	24	Workload gesamt 720 Std. (100%)									
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortung										
Genehmigung des Praktikums durch Praktikantenamt	Als Modul in Management- und betriebswirtschaftlichen Masterstudiengängen geeignet.	1. Bericht (Ber) 2. Präsentation (Präs) 3. - 4. - 5. -	1. Praktikum / Praxis (P) 2. - 3. - 4. - 5. - 6. -	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Klein										
Qualifikationsziele / Learning Outcomes														
<p>Die Studierenden vertiefen ihre bisher erworbenen Kenntnisse und Erfahrungen und wenden diese im Rahmen einer Projektarbeit in der Praxis an. Dies erfolgt typischerweise in einem international ausgerichteten Unternehmen oder einer vergleichbaren Organisation. Sofern sich die Studierenden zuvor im Rahmen des Moduls Entrepreneurship für eine eigene Existenzgründung entschieden haben, können sie ihr Praktikum im Rahmen der eigenen Existenzgründung am Gründer-Institut der Hochschule absolvieren und dabei ein Projekt aus ihrer eigenen Unternehmensgründung behandeln.</p> <p>Lernergebnisse Fach- und Methodenkompetenzen Nach Absolvieren des Praktikums haben die Studierenden ihr bisher erworbenes Wissen in der Praxis bzw. in ihrem eigenen Start-Up vertieft sowie weitere relevante Managementkompetenzen erworben. Sie sind in der Lage, berufspraktische Aufgaben und Projekte eigenverantwortlich zu übernehmen und erfolgreich umzusetzen. Sie sind in der Lage, Management und Abläufe in Unternehmen zu verstehen und zu beschreiben und sich darin zurechtzufinden. Die Studierenden können in der Praxis vorkommende Probleme analysieren und erfolgversprechende Verbesserungsvorschläge entwickeln. Sie sind ebenfalls in der Lage, verschiedene Vorgehensweisen zu entwickeln, zu bewerten und die sinnvollste umzusetzen. Dabei wägen sie ab, inwiefern der Einsatz bestimmter Methoden in einer Situation sinnvoll ist.</p> <p>Lernergebnisse Selbstkompetenzen</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kompetenz und Adressierung in Modul</th> <th>Förderung im der Veranstaltung</th> <th>Prüfungsrelevanz</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ambiguitätstoleranz</td> <td>Sie lernen sich vor dem Hintergrund mitunter konfligierender, widersprüchlicher Interessen und Zielvorgaben von Kollegen und Vorgesetzten, internen Betreuern und Kunden zu behaupten bzw. diesen gerecht zu werden.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Selbstreflektion</td> <td>Eigenes Verhalten und die Reaktion der</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Kompetenz und Adressierung in Modul	Förderung im der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz	Ambiguitätstoleranz	Sie lernen sich vor dem Hintergrund mitunter konfligierender, widersprüchlicher Interessen und Zielvorgaben von Kollegen und Vorgesetzten, internen Betreuern und Kunden zu behaupten bzw. diesen gerecht zu werden.		Selbstreflektion	Eigenes Verhalten und die Reaktion der	
Kompetenz und Adressierung in Modul	Förderung im der Veranstaltung	Prüfungsrelevanz												
Ambiguitätstoleranz	Sie lernen sich vor dem Hintergrund mitunter konfligierender, widersprüchlicher Interessen und Zielvorgaben von Kollegen und Vorgesetzten, internen Betreuern und Kunden zu behaupten bzw. diesen gerecht zu werden.													
Selbstreflektion	Eigenes Verhalten und die Reaktion der													

	Kollegen auf diese, regen die Studierenden zur Selbstreflexion an.	
Zeitmanagement	Im Rahmen der sich ihnen stellenden Aufgaben müssen die Studierenden auch als Teil von Teams Termine einhalten	Für die Präsentation des Praktikumsprojekts steht nur ein begrenzter, von den Studierenden einzuhaltender Zeitraum zur Verfügung.
Flexibilität	Die Studierenden müssen sich auf ein neues Umfeld einstellen.	
Selbstorganisation (Priorisierung)	Die Studierenden müssen priorisieren, um die umfangreichen Vorbereitungen und später im Praktikum bzw. bei der eigenen Unternehmensgründung anfallenden Aufgaben zu bearbeiten.	
Lernergebnisse Sozialkompetenzen		
<u>Kompetenz und Adressierung in Modul</u>	Wird im der Veranstaltung gefördert (durch)	Prüfungsrelevant in der Form, dass
Teamfähigkeit	Die Studierenden müssen sich in interdisziplinären Teams zurechtfinden.	
Kritikfähigkeit	Die Studierenden müssen mit konstruktiver Kritik seitens Kollegen und Vorgesetzten umgehen können.	
Constructive Alignment		
<p>Um die Studierenden auf die Arbeit in Unternehmen vorzubereiten, muss ein Praktikum absolviert werden. Im Praktikum können die Studierenden ihre bisher erworbenen Kenntnisse und Erfahrungen vertiefen und gegebenenfalls auf ein Projekt in der Praxis bzw. bei der eigenen Unternehmensgründung anwenden. Im Praktikum wird der Transfer von theoretischem Wissen in die Praxis durch die Bearbeitung eines konkreten Projekts und die Erstellung eines Praktikumsberichts sichergestellt. Sowohl die inhaltlichen Projektergebnisse als auch die Reflexion über Lern- und Arbeitsprozesse werden in einer abschließenden Projektpräsentation dargestellt.</p>		
Lerninhalte		
<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung sowie praktisches Anwenden der erlernten Inhalte aus den vorangegangenen Modulen • Abhängig vom bearbeiteten Projekt 		

SRH Hochschule Heidelberg, Studiengang: Internationales Management & Entrepreneurship					
Modulbezeichnung und ggf. Modulnummer: Auslandsstudium 1373-1005-2					
Studienabschnitt	Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Art <small>*Bei Abweichungen Präzisierung im Feld „Verwendbarkeit“</small>	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung <small>Hinweis: Berechnungsgrundlage in der Regel 1 ECTS = 30 Std. Abweichungen sind ausschließlich in Anlage 2 (Bachelor) oder 2a (Master) der SPO geregelt.</small>
2/3	1x pro Jahr	5 Woche(n)	Pflichtfach	25	Workload gesamt 720 Std. (100%)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortung
Learning Agreement vor Auslandsstudienbeginn in Abstimmung mit Studiengangleitung und International Office; Wirtschafts-/Methodenkurse entsprechend Masterniveau, die noch nicht Teil des bisherigen Studiums waren	Als Module in Management- und betriebswirtschaftlichen Masterstudiengängen geeignet.	1. [Auswahl] 2. [Auswahl] 3. [Auswahl] 4. [Auswahl] 5. [Auswahl]		1. [Auswahl] 2. [Auswahl] 3. [Auswahl] 4. [Auswahl] 5. [Auswahl] 6. [Auswahl]	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Klein
Qualifikationsziele / Learning Outcomes					
<p>Nach Absolvieren des Auslandsstudiums haben die Studierenden ihr bisher erworbenes Fachwissen vertieft und ihre Kompetenzen nicht zuletzt um internationale Perspektiven erweitert. Sie können sich in einem internationalen Umfeld eigenständig zurechtfinden. Sie sind in der Lage, in internationalen Teams Aufgaben zu bearbeiten und können dadurch auch das Management in international agierenden Unternehmen besser verstehen.</p>					
Lernergebnisse Selbstkompetenzen					
Kompetenz und Adressierung in Modul	Förderung im der Veranstaltung		Prüfungsrelevanz		
Ambiguitätstoleranz	Das Studium an einer ausländischen Hochschule verlangt und fördert die Entscheidungsfindung in Situationen, die von den Studierenden im Vorfeld nicht eindeutig eingeschätzt werden können.				
Selbstreflektion	Bisherige Verhaltensweisen und die Reaktion internationaler Dozenten und Kommilitonen auf diese, regen die Studierenden zur Selbstreflexion an.				
Zeitmanagement	Vorbereitung und Umsetzung des Auslandsstudiums erfordern analog zu einem Projekt ein systematisches Terminmanagement.		Für Prüfungen, die im Rahmen des Auslandsstudiums absolviert werden, steht typischerweise nur ein sehr begrenzter Zeitraum zur Verfügung.		
Flexibilität	Die Studierenden müssen sich auf ein neues, internationales Umfeld einstellen.				

Selbstorganisation (Priorisierung)	Die Studierenden müssen priorisieren, um die umfangreichen Vorbereitungen und später die im Auslandsstudium anfallenden Aufgaben zu bearbeiten.	
Lernergebnisse Sozialkompetenzen		
<u>Kompetenz und Adressierung in Modul</u>	Wird im der Veranstaltung gefördert (durch)	Prüfungsrelevant in der Form, dass
Teamfähigkeit	Die Studierenden müssen sich in internationalen, interkulturellen Teams zurechtfinden.	
Kritikfähigkeit	Die Studierenden müssen mit konstruktiver Kritik durch Kommilitonen und Dozenten umgehen.	
Constructive Alignment		
<p>Im Auslandsstudium können die Studierenden ihre bisher erworbenen Kenntnisse und Erfahrungen in einem internationalen Umfeld vertiefen. Um die Studierenden auf die Arbeit in international agierenden Unternehmen vorzubereiten muss ein Praktikum bzw. Semester im Ausland absolviert werden. Im Auslandsstudium wird durch ein Learning Agreement sichergestellt, dass durch die belegten Kurse die Erfahrungen und Kompetenzen der Studierenden im Bereich Internationales Management & Entrepreneurship erweitert, vertieft, angewendet und gefestigt wird.</p>		
Lerninhalte		
Abhängig vom Learning Agreement		

2.7 Master-Thesis

Master-Thesis

SRH Hochschule Heidelberg, Studiengang: Internationales Mittelstandsmanagement (M.A.)					
Themenblock: Master-Thesis					
Modulbezeichnung: Master-Thesis					
Studienjahr/ Abschnitt	Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Art *Bei Abweichungen Präzisierung im Feld „Verwendbarkeit“	ECTS- Punkte	Studentische Arbeitsbelastung Hinweis: Berechnungsgrundlage in der Regel 1 ECTS = 25 Std. Abweichungen sind ausschließlich in Anlage 2 (Bachelor) oder 2a (Master) der SPO geregelt.
3/3	1x pro Jahr	15 Woche(n)	Pflichtfach	24	Workload gesamt 600 Std. (100%) Selbststudium 600 Std. (100%)
Voraussetzungen für die Teilnahme		Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortlicher
Annahme durch einen Betreuer und Freigabe durch den Dekan		Als Modul in Management- und betriebswirtschaftli- chen Masterstudien- gängen geeignet.	1. Thesis	1. Thesis	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Klein (StgL)
Qualifikationsziele / Learning Outcomes					
Die Studierenden behandeln nach wissenschaftlichen Maßstäben erfolgreich ein Management-Thema und erstellen eine Master- Thesis, die einen Baustein zur Management-Forschung darstellt.					
Lernergebnisse Fach- und Methodenkompetenzen					
Die Studierenden integrieren die in den Themenblöcken 1 bis 6 erworbenen Erkenntnisse und Erfahrungen in ihre Master-Thesis. Dabei diskutieren, überprüfen oder beurteilen sie Fragestellungen und treffen wissenschaftlich fundierte Aussagen zu einem mittelstandsspezifischen, betriebswirtschaftlichen Thema. So erstellen sie eine wissenschaftliche Arbeit, die einen wichtigen Erkenntnisgewinn bewirkt.					
Lernergebnisse Selbstkompetenzen					
Kompetenz und Adressierung in Modul	Förderung in der Veranstaltung		Prüfungsrelevanz		
Ambiguitätstoleranz	Auf tretende Widersprüche werden in Gesprächen mit den Betreuern diskutiert.		Auf tretende Widersprüche werden im Rahmen der Prüfungsleistung durch den Betreuer thematisiert.		
Zeitmanagement			Für die gesamte Ausarbeitung steht nur ein begrenzter, von den Studierenden einzuhaltender Zeitraum zur Verfügung.		
Flexibilität	Sich ergebende Anpassungen in der Aufgabenstellung werden mit den Betreuern besprochen und im Nachgang umgesetzt.				
Selbstorganisation (Priorisierung)	Die umfangreichen Aufgaben im Rahmen einer Master-Thesis, u.a. die Organisation der notwendigen Kommunikation mit den Betreuern, sind nur durch gute Selbstorganisation bearbeitbar. Die Studierenden zeigen das notwendige Durchhaltevermögen für das Anfertigen einer anspruchsvollen und aufwändigen				

	(berufsbegleitenden) Masterthesis.	
Entscheiderkompetenz	Die Offenheit der Aufgabenstellung erfordert Auswahlentscheidungen für ein bestimmtes Vorgehen.	Im Rahmen der Prüfungsleistung (Thesis) müssen die Studierenden ihre getroffenen Entscheidungen sowie ihr Vorgehen in der Arbeit schriftlich darlegen und begründen.

Constructive Alignment

Das Erstellen der Thesis soll die wissenschaftlich-konzeptionelle Festigung und Vertiefung der Fach- und Methodenkompetenz sowie der Selbstkompetenz sichern. Dazu erstellen die Studierenden eine wissenschaftliche Arbeit mit anwendungsorientierter Ausrichtung zu einem selbst gewählten Thema.

Im Rahmen der betreuten Bearbeitung sind die Studierenden angehalten mindestens drei persönliche Gespräche mit dem Erstbetreuer der Thesis wahrzunehmen:

- In einem ersten Gesprächs geht es um die inhaltliche Ausrichtung des geplanten Projekts. Dazu liefert der Bearbeiter:
 - ein Kurzexposee zu Zielsetzung und Forschungsdesign der Arbeit
 - einen Grobgliederungsentwurf
 - das Freigabeformular zur Weiterleitung an das Prüfungsamt
- Gegenstand des zweiten Gesprächs ist:
 - die inzwischen verfeinerte Gliederung
 - ggf. der aktuelle Stand einer empirischen Untersuchung
 - ein Überblick über wesentliche Literaturquellen (in der Form eines Literaturverzeichnis)
- Gegenstand des dritten Gesprächs ist:
 - die finalisierte Gliederung
 - ggf. Fortgang der empirischen Untersuchung und geplante Auswertung
 - ein erweiterter Überblick über wesentliche Literaturquellen (in der Form eines Literaturverzeichnis)
 - ggf. eine Leseprobe 2 – 3 Seiten

Lerninhalte

- Die Lerninhalte umfassen das gesamte Curriculum des Studiums und dessen themenspezifische selbständige Vertiefung in der Masterthesis

Literaturempfehlungen zur Vor- und Nachbereitung

- Boeglin, M. (2012). Wissenschaftlich Arbeiten Schritt für Schritt. Gelassen und effektiv studieren (2., unveränd. Aufl., dt. Ausgabe). München: Fink. ISBN: 978-3-8252-2927-6.
- Heesen, B. (2009). Wissenschaftliches Arbeiten: Vorlagen und Techniken für das Bachelor-, Master- und Promotionsstudium. Heidelberg: Springer. ISBN: 978-3642033759.
- Voss, R. (2020). Wissenschaftliches Arbeiten...leicht verständlich. Stuttgart: UTB. ISBN: 978-3825284473.

3 Modultabelle

Gruppennummer: 1373-20.01-IME			Studiendauer: 01.10.2020 bis 31.05.2022						Stand: 25.08.2020						
Masterstudiengang Internationales Management & Entrepreneurship (M.A.) - konsekutiv															
Nr.	Modul / Kurs	Art	Block Nr.	Dauer in Wochen im Semester						CP	Prüfungsleistung im Semester		Studienleistung im Semester		Fach. Gew.
				1	2	3	4	5	6		Sem	Art	Sem	Art	
----- Pflichtbereich -----															
General Management															
2462	Entrepreneurship	V/Ü/G A/P	8		5					8	2	PA			8
2913-2	Wertschöpfungsmanagement	V/Ü/G A/P	6	5						4	1	PA 70% Präs 30%			4
2988	Leadership & Organisational Management	V/Ü/G A/P	ZW 4- 5	5						4	2	MP			4
2914	Krisenmanagement	V/Ü/G A/P	4	5						4	1	MP 50% StA 50%			4
	Current Topic (Dummy)	V/Ü/G A/P	4 & 5	5						6	2	Ref 66% Ref 33%			6
Marketing & Vertrieb															
2915	Internationales Marketing	V/Ü/G A/P	3	5						6	1	Ref 70% Präs 30%			6
2254	Brand Management	V/Ü/G A/P	5	5						6	2	Ref			6
2322	Vertriebsmanagement	V/Ü/G A/P	ZW 7- 8	5						4	2	Präs			4
Corporate Finance & Accounting															
2916	Controlling & Reporting	V/Ü/G A/P	1	5						4	1	Kls 50% Präs 50%			4
2917	International Corporate Finance	V/Ü/G A/P	7	5						4	2	KLS			4
1411	Accounting	V/Ü/G A/P	7	5						4	1	KLS			4
Methoden															
3827	Business Research Methods	V/Ü/G A/P	2	5						8	1	PA			8
3173	Projekt- und Innovationsmanagement	V/Ü/G A/P	1	5						4	1	Präs			4
Recht & Steuern															
3828	Steuern; Handels- und Gesellschaftsrecht; Transaktionsbegleitendes Arbeitsrecht	V/Ü/G A/P	3 & 6	5						6	2	MP 33% Ref 33% Ref 33%			6
----- Praktikum / Auslandsstudium -----															
1007-2	Praktikum											PB 70% Präs 30%			12
1006-2	Auslandspraktikum		1 - 3		15					24	3	PB 70% Präs 30%			12
1005-2	Auslandsstudium											Note Auslandsstudium			12
----- Master-Thesis -----															
A-1003	Master-Thesis ⁴	Th	4 - 5					16		24	4	Th			36
Summe															120

Studiengangsspezifische Regelungen

(1) Besondere Zugangsvoraussetzungen

- a. Formale Zulassungsvoraussetzungen
 - Abgeschlossenes betriebswirtschaftlich orientiertes Erststudium mit Prädikatsexamen (Gesamtnote 2,5 und besser).
 - Nachweis von 40 ECTS-Punkten aus ökonomischen Kursen des Erststudiums.
- b. Auswahlprozess
 - Alle Bewerber, welche die formalen Zulassungsvoraussetzungen erfüllen, werden zu einem Auswahlgespräch eingeladen.
 - Das dreistufige Auswahlgespräch beinhaltet im ersten Teil einen schriftlichen Test sowie im zweiten Teil einen mündlichen Vortrag und Exkurse in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Der dritte Teil umfasst ein Lebenslaufgespräch sowie die Erörterung der Lebenssituation.
 - Auf Basis der Leistungen im Auswahlgespräch erfolgt die Entscheidung über die Zulassung der Bewerber.

(2) Rahmenbedingungen des Studiengangs

- a. Das Studium ist ein Präsenzstudium. Grundsätzlich besteht eine Verpflichtung zur Teilnahme an den Veranstaltungen im Umfang von mindestens 80%. Für den Fall, dass der Umfang der Teilnahme an den Veranstaltungen geringer als 80% ist, kann im Einvernehmen mit dem Studiendekan die Erbringung zusätzlicher Arbeitsleistungen verlangt oder die Zulassung zur Teilnahme an der zugehörigen Prüfungsleistung durch den Modulverantwortlichen versagt werden.
- b. Das Masterstudium weist einen Workload von 120 ECTS auf. Es ist als Intensivstudium konzipiert, d.h. der Workload je ECTS liegt bei 30 Stunden. Die Regelstudienzeit beträgt 20 Monate.

(3) Inhaltliche Besonderheiten im Studium

- a. Current Topic
 - Die genaue Bezeichnung von Current Topic wird rechtzeitig vor Beginn der Veranstaltung an die Studierenden kommuniziert.
- b. Praktikum/ Auslandsstudium
 - Im zweiten Studienjahr ist wahlweise ein Praktikum mit Auslandsbezug oder ein Auslandsstudium zu absolvieren.
 - Die Pflichtdauer des Praktikums beträgt 75 Tage netto (15 Arbeitswochen). Im Detail sind die Anforderungen an das Praktikum in der „Praktikumsordnung für Masterstudiengänge der Fakultät für Wirtschaft“ geregelt.
 - Im Auslandsstudium sind die Lehrveranstaltungen samt zugehörigen Prüfungsleistungen mit einem Workload von mindestens 24 ECTS erfolgreich zu absolvieren.

(4) Abschlussarbeit und besondere Regelungen zum Studienende

- a. Die Bearbeitungsdauer der Master Thesis beträgt vier Monate. Sie kann auf Antrag und bei Vorliegen entsprechender Legitimationsgründe einmalig um zwei Monate auf eine Bearbeitungsdauer von maximal sechs Monaten verlängert werden. Erstprüfer muss ein festangestellter Professor der SRH Hochschule Heidelberg oder einer Partnerhochschule sein.
- b. Hinweise zur Anforderung der Master Thesis sind im „Leitfaden zur Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit“ des Studiengangs definiert.