

Modulhandbuch

Digital Business Management

Master of Science Stand: 22.02.24

Stammdaten Digital Business Management

Name

Digital Business Management

Name(engl.)**Kürzel**

DBM2

Abschlussgrad

Master of Science

Fachbereich

Wiesbaden Business School

Fachsemester

4

Credit-Points (CP)

120

Spezifikation**Allgemeine Bestimmungen für Prüfungsordnungen (ABPO)**

ABPO Änderung 2020

Prüfungsordnung (Besondere Bestimmung)

2023

Akkreditiert durch**Akkreditiert bis****Anmerkung****Stunden pro CP**

30

Studiengangsleitung

Prof. Dr. Markus Faber

Studiengangsziele

Fachkompetenzen

Digital Business

Die Absolventinnen und Absolventen können in ihrer wirtschaftswissenschaftlichen Vertiefung Konzepte auf aktuelle ökonomische Entwicklungen - insbesondere in Bezug auf die digitale Transformation - bewerten und verargumentieren. Sie können dabei digitale Anwendungsmöglichkeiten für neue Geschäftsmodelle, Mittelständler, Konzerne und für den öffentlichen Bereich im Rahmen der internen sowie unternehmensübergreifenden Wertschöpfungsketten kritisch evaluieren, um damit Transformationsprozesse zu unterstützen und zu entwickeln.

Data Science

Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, gängige Methoden aus dem Bereich Data Science eigenständig anzuwenden, strukturierte Auswertungen vorzunehmen und die Ergebnisse zu interpretieren.

Wirtschaftsinformatik

Die Absolventinnen und Absolventen können die technischen Grundlagen betrieblicher Informationssysteme und digitaler Geschäftsmodelle erläutern. Sie können den Einsatz neuer technologischer und technischer Entwicklungen einschätzen und deren anwendungsbezogenes Potential strukturiert beurteilen. Durch die Kombination aus technischem und betriebswirtschaftlichem Verständnis sind sie in der Lage, komplexe betriebliche Entwicklungsvorhaben zu entwickeln.

Methodenkompetenzen

Management

Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die Auswirkungen neuer Anforderungen an Unternehmen unterschiedlicher Größenklassen selbständig abzuleiten, deren Chancen und Risiken fundiert abzuschätzen sowie darauf angepasste, fortgeschrittene Managementmethoden anzuwenden.

Problemlösungskompetenz

Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Problemstellungen, insb. im Digitalisierungskontext, zu identifizieren, zu formulieren und zu strukturieren sowie passende ganzheitliche Lösungsansätze zu erarbeiten und zu evaluieren.

Forschung

Die Absolventinnen und Absolventen können Forschungsfragen der zugrundeliegenden Disziplin innerhalb eines vorgegebenen Rahmens entwerfen, konkrete Wege der Operationalisierung sowie passende Forschungsmethoden auswählen, diese in Ergebnisse überführen und abschließend kritisch interpretieren; sie berücksichtigen dabei die international anerkannten ethischen Forschungsstandards.

Sozialkompetenzen

Kommunikation

Die Absolventinnen und Absolventen können komplexe spezifische Sachverhalte und Fachthemen zielgruppenorientiert und unter Beachtung von interdisziplinären sowie interkulturellen Aspekten situationsgerecht präsentieren und darstellen.

Teamentwicklung

Die Absolventinnen und Absolventen können in interdisziplinären Teams zielorientiert mitarbeiten und unter Reflektion der Gruppendynamik und der eigenen Führungspersönlichkeit wertschätzend führen.

Interdisziplinarität und Konfliktlösung

Die Absolventinnen und Absolventen können unterschiedliche Diskussionskulturen, Perspektiven und fachspezifische Kommunikationsformen reflektieren und integrieren, sowie daraus entstehende Konfliktpotenziale erkennen und diese argumentativ vertreten.

Selbstkompetenzen

Ethik und Wertgerüst des Handelns

Die Absolventinnen und Absolventen können die grundlegenden unternehmensspezifischen ethischen Fragen und Entscheidungen einschätzen, ihr eigenes Verhalten reflektieren und sind dabei in der Lage,

zwischen formellen Vorgaben und inhaltlicher Umsetzung im Organisationszusammenhang zu differenzieren.

Zeit- und Selbstmanagement und Selbstreflexion

Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, das eigene Arbeitsverhalten kritisch zu analysieren und die wichtigsten Techniken des Arbeits- und Zeitmanagements anzuwenden, sich selbst Ziele zu setzen, aufkommende Rollenkonflikte zu erkennen und damit variabel umzugehen. Sie sind in der Lage, in kritischen Situationen eigene Motivation aufzubauen, mit Fehlern konstruktiv umzugehen und auch in unklaren Situationen flexibel zu handeln.

Entrepreneurship

Die Absolventinnen und Absolventen können nach wirtschaftlichen Grundsätzen unternehmerisch denken und handeln, wobei sie insbesondere Chancen und Risiken abwägen und die Kosten der Umsetzung unternehmerischer Ideen sowie die erforderlichen Ressourcen einbeziehen.

Curriculum

Digital Business Management (M.Sc.), PO 2023

Die Module sind entsprechend der Studierreihenfolge sortiert.

Module und Lehrveranstaltungen	CP	SWS	empfohl. Semester	Lehrformen	Leistungsart	Prüfungsformen	vv
Research Design / wissenschaftliches Arbeiten (siehe Fußnote 1)	6	4	1.		PL	RPr o. AH o. AH u. RPr	
Research Design / wissenschaftliches Arbeiten	6	4	1.	SU			
Business Intelligence	6	4	1.		PL	AH u. K o. K u. RPr o. RPr	
Business Intelligence: Anwendung	3	2	1.	S			
Business Intelligence: Grundlagen	3	2	1.	SU			
Unternehmensstrategie und -organisation	6	4	1.		PL	K o. RPr o. AH	
Unternehmensstrategie und -organisation	6	4	1.	SU			
Wertschöpfung und Industrie 4.0	6	4	1.		PL	K o. RPr o. AH	
Wertschöpfung und Industrie 4.0	6	4	1.	SU			
Wirtschaftspolitik / Verhaltensökonomik	6	4	1.		PL	K o. mP o. AH	
Wirtschaftspolitik / Verhaltensökonomik	6	4	1.	SU			
Aktuelle Themen aus dem Bereich Operations, Supply Chain Management, Marketing	6	4	2.		PL	RPr o. AH o. mP	
Aktuelle Themen aus dem Bereich Operations, Supply Chain Management, Marketing	6	4	2.	S			
Personalmanagement und Führung	6	4	2.		PL	K o. mP	
Personalmanagement und Führung	6	4	2.	SU			
Algorithmen und Datenstrukturen	6	4	2.		PL	K o. RPr o. AH	
Algorithmen und Datenstrukturen	6	4	2.	SU			
Geschäftsprozessmanagement	6	4	2.		PL	K o. RPr o. AH	
Geschäftsprozessmanagement	6	4	2.	SU			
Marketing	6	4	2.		PL	K o. RPr o. AH	
Marketing	6	4	2.	SU			
Aktuelle Themen aus dem Bereich Wirtschaftsinformatik	6	4	3.		PL	K o. RPr o. AH	
Aktuelle Themen aus dem Bereich Wirtschaftsinformatik	6	4	3.	S			
Analytics	6	4	3.		PL	K o. RPr o. AH	
Analytics	6	4	3.	S			
Auswahl aus dem Wahlpflichtkatalog	12	~	3.		PL	~	
Computational Intelligence	6	4	3.		PL	RPr o. AH o. mP	
Computational Intelligence	6	4	3.	S			
Master-Thesis	30	0	4.				Ja
Master-Arbeit	27	0	4.	MA	PL	AH	
Master-Kolloquium	3	0	4.	Kol	PL	FG	
Wahlpflichtkatalog: Individuelle Vertiefung		~	3.		~	~	
Fallstudien zur internationalen Wirtschaft	6	4	1.		PL	AH u. K o. K o. mP	
Fallstudien zur internationalen Wirtschaft	6	4	1.	S			
Financial Behaviour / Business Ethics	6	4	1.		PL	mP	
Business Ethics	3	2	1.	SU			
Financial Behaviour	3	2	1.	S			
Moderne Portfolio- und Kapitalmarkttheorie	6	4	1.		PL	K	
Moderne Portfolio- und Kapitalmarkttheorie	6	4	1.	SU			
Entrepreneurship / Innovative Geschäftsmodelle	6	4	3.		PL	K o. RPr o. AH	
Entrepreneurship / Innovative Geschäftsmodelle	6	4	3.	SU			
Kalkulatorische Methoden der Finanzdienstleistungen	6	4	3.		PL	K o. mP	
Kalkulatorische Methoden der Finanzdienstleistungen	6	4	3.	SU			
New Technologies in the Financial Industry	6	4	3.		PL	K o. AH o. RPr	
New Technologies in the Financial Industry	6	4	3.	SU			

Allgemeine Abkürzungen:

CP: Credit-Points nach ECTS, **SWS:** Semesterwochenstunden, **PL:** Prüfungsleistung, **SL:** Studienleistung, **MET:** mit Erfolg teilgenommen, ~: je nach Auswahl, **vv:** verpflichtende Voraussetzungen ("Ja": Näheres siehe Prüfungsordnung)

Lehrformen:

Folgende Module nutzen die Studiengänge Management im Gesundheitswesen (M.Sc.) und Digital Business Management (M.Sc.) gemeinsam: Research Design/Wissenschaftliches Arbeiten, Unternehmensstrategie und -organisation, Wirtschaftspolitik/Verhaltensökonomik, Personalmanagement und Führung, Geschäftsprozessmanagement, Entrepreneurship/Innovative Geschäftsmodelle, New Technologies in the Financial Industry.

Der Wahlpflichtbereich ist für das 3. Fachsemester vorgesehen. Er enthält auch Module, die aus anderen Studiengängen stammen und dort in anderen Semestern angeboten werden.

¹Dieses Modul findet in englischer Sprache statt.

SU: Seminaristischer Unterricht, **MA:** Master-Arbeit, **Kol:** Kolloquium, **S:** Seminar

Prüfungsformen:

AH: Ausarbeitung / Hausarbeit, **FG:** Fachgespräch, **K:** Klausur, **MP:** mündliche Prüfung, **RPr:** Referat / Präsentation, **-:** Je nach Auswahl

Inhaltsverzeichnis

Pflichtmodule	8
Research Design / wissenschaftliches Arbeiten	8
Research Design / wissenschaftliches Arbeiten	10
Business Intelligence	11
Business Intelligence: Anwendung	13
Business Intelligence: Grundlagen	14
Unternehmensstrategie und -organisation	15
Unternehmensstrategie und -organisation	17
Wertschöpfung und Industrie 4.0	18
Wertschöpfung und Industrie 4.0	20
Wirtschaftspolitik / Verhaltensökonomik	21
Wirtschaftspolitik / Verhaltensökonomik	23
Aktuelle Themen aus dem Bereich Operations, Supply Chain Management, Marketing	25
Aktuelle Themen aus dem Bereich Operations, Supply Chain Management, Marketing	27
Personalmanagement und Führung	28
Personalmanagement und Führung	30
Algorithmen und Datenstrukturen	31
Algorithmen und Datenstrukturen	33
Geschäftsprozessmanagement	34
Geschäftsprozessmanagement	36
Marketing	37
Marketing	39
Aktuelle Themen aus dem Bereich Wirtschaftsinformatik	40
Aktuelle Themen aus dem Bereich Wirtschaftsinformatik	42
Analytics	43
Analytics	44
Auswahl aus dem Wahlpflichtkatalog	45
Computational Intelligence	46
Computational Intelligence	48
Master-Thesis	49
Master-Arbeit	51
Master-Kolloquium	52
Wahlpflichtkatalog: Individuelle Vertiefung	53
Fallstudien zur internationalen Wirtschaft	53
Fallstudien zur internationalen Wirtschaft	55
Financial Behaviour / Business Ethics	57
Business Ethics	59
Financial Behaviour	60
Moderne Portfolio- und Kapitalmarkttheorie	61
Moderne Portfolio- und Kapitalmarkttheorie	62
Entrepreneurship / Innovative Geschäftsmodelle	64
Entrepreneurship / Innovative Geschäftsmodelle	66
Kalkulatorische Methoden der Finanzdienstleistungen	68
Kalkulatorische Methoden der Finanzdienstleistungen	70
New Technologies in the Financial Industry	72
New Technologies in the Financial Industry	74

Modul

Research Design / wissenschaftliches Arbeiten Research Design

Modulnummer	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Englisch
Fachsemester 1. (empfohlen)	Prüfungsart Modulprüfung	Leistungsart Prüfungsleistung	

Modulverwendbarkeit

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Management im Gesundheitswesen (M.Sc.), PO2023

Hinweise für Curriculum

Dieses Modul findet in englischer Sprache statt.

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. rer. nat. Thomas Neusius

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- to use and exploit data repositories,
- differentiate various kinds of scientific texts,
- assess the reliability of publications using scientific criteria,
- compose a Literature Review for a given topic, structure the collected information accordingly, present results, receive and give feedback,
- design research questions and suggest suitable approaches to analyse these,
- to consider and respect ethical standards when designing and conducting surveys and experiments.

Dieses Modul zählt auf folgende Studiengangsziele ein:

Forschung, Forschung, Forschung, Forschung, Forschung, , , Data Science, Kommunikation, , , , ,

Prüfungsform

Referat / Präsentation o. Ausarbeitung / Hausarbeit o. Ausarbeitung / Hausarbeit u. Referat / Präsentation (Die Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer werden vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,

- Datenbanken zu nutzen für die Literaturrecherche,
- Typen wissenschaftlicher Texte zu unterscheiden,
- die Zuverlässigkeit der Informationen anhand wissenschaftlicher Qualitätskriterien zu beurteilen,
- einen Literature Review zu einem gegebenen Thema zu erstellen und entsprechend dem Inhalt zu strukturieren,
- Forschungsfragen zu erarbeiten,
- ethische Standards bei der Durchführung von Studien zu berücksichtigen.

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Research Design / wissenschaftliches Arbeiten (SU, 1. Sem., 4 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Research Design / wissenschaftliches Arbeiten
Research Design

LV-Nummer	Kürzel	Leistungspunkte 6 CP	Fachsemester 1. (empfohlen)
Lehrformen Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Management im Gesundheitswesen (M.Sc.), PO2023

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Data repositories for research literatur
- Quality indicators for research publications
- Structure of research papers
- Formal requirements of manuscripts
- Research questions and strategies to assess them
- Design of empirical assessments in the social sciences

Didaktische Methoden und Medienformen

Seminar course with workshop elements and teamwork practices. Participants apply concepts during the course, search for information, compose texts, present and document their results appropriately.

Literatur

- Helfrich, Hede: Wissenschaftstheorie für Betriebswirtschaftler. Berlin Heidelberg New York: Springer-Verlag, 2015.
- Goldenstein, Jan ; Hunoldt, Michael ; Walgenbach, Peter: Wissenschaftliche(s) Arbeiten in den Wirtschaftswissenschaften : Themenfindung Recherche Konzeption Methodik Argumentation. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 2018.
- Andy Tay: How to write a superb literature review. Nature 2021, <https://www.nature.com/articles/d41586-020-03422-x>

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

180 Stunden, davon 42 (4 SWS) als Seminaristischer Unterricht, 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen

Modul

Business Intelligence Business Intelligence

Modulnummer	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit	Sprache(n) Deutsch und Englisch
Fachsemester 1. (empfohlen)	Prüfungsart Modulprüfung	Leistungsart Prüfungsleistung	

Modulverwendbarkeit

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Management im Gesundheitswesen (M.Sc.), PO2023

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Thorsten Glück, Prof. Dr. Sebastian Herrmann

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- ein Data Warehouse System zu skizzieren und die Umsetzung des Data Warehousing Prozesses zu beschreiben
- relevante operative Daten zu identifizieren und diese in entscheidungsrelevante Daten zu transformieren.
- grundlegende Methoden der Datenanalyse und der Unternehmenssteuerung zu beschreiben und zu klassifizieren
- die zur Beantwortung entscheidungsrelevanter betriebswirtschaftlicher Fragestellungen notwendigen Daten auszuwählen und eine oder mehrere adäquate Methoden umzusetzen
- Aufwand und Nutzen analytischer Informationssysteme zu beurteilen
- die in einem Data Warehouse bzw. Data Mart verfügbaren entscheidungsrelevanten Daten zu identifizieren und für Ad-Hoc Analysen oder Standardauswertungen abzufragen und aufzubereiten
- Business Intelligence Analysen durchzuführen, die Ergebnisse kritisch zu prüfen und deren Verteilung vorzubereiten (z.B. durch Visualisierung)
- Unternehmensberichte, Dashboards oder BI Portale zur Verteilung der aufbereiteten Analyseergebnisse zu konzipieren und prototypisch umzusetzen

Dieses Modul zählt auf folgende Studiengangsziele ein:

Forschung, Forschung, Entrepreneurship, Data Science, Data Science, Data Science, Data Science, Data Science, Data Science, , Digital Business

Prüfungsform

Ausarbeitung / Hausarbeit u. Klausur o. Klausur u. Referat / Präsentation o. Referat / Präsentation (Die Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer werden vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Business Intelligence: Anwendung (S, 1. Sem., 2 SWS)
- Business Intelligence: Grundlagen (SU, 1. Sem., 2 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Business Intelligence: Anwendung
Business Intelligence: Applications

LV-Nummer	Kürzel	Leistungspunkte 3 CP	Fachsemester 1. (empfohlen)
Lehrformen Seminar	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Management im Gesundheitswesen (M.Sc.), PO2023

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Informationsvisualisierung (z.B. Information Design, Visual Analytics)
- Informationsverteilung (z.B. Reports, BI-Portale, Dashboards)
- Entwicklung und Betrieb von BI-Lösungen

Didaktische Methoden und Medienformen

Präsenz, digital/online

Die Studierenden erarbeiten und präsentieren die von ihnen bearbeiteten Themen eigenständig.

Literatur

- Müller, R., Lenz, H. (2013): Business Intelligence. Springer Vieweg.
- Baars, H., Kemper, H. (2021): Business Intelligence & Analytics Grundlagen und praktische Anwendungen. Springer Vieweg, 4.ed.

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

90 Stunden, davon 21 (2 SWS) als Seminar, 69 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen

Zugehörige Lehrveranstaltung

Business Intelligence: Grundlagen

Business Intelligence: Introduction

LV-Nummer	Kürzel	Leistungspunkte 3 CP	Fachsemester 1. (empfohlen)
Lehrformen Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Management im Gesundheitswesen (M.Sc.), PO2023

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Data Warehousing (z.B. Architektur, ETL, Datenintegration)
- Online Analytical Processing (z.B. Fakten, Dimensionen, Operatoren, ROLAP)
- Einfache Data Mining Verfahren (z.B. Clustering, Assoziationsanalyse, Klassifikation, Text/Web Mining)
- Unternehmenssteuerung (z.B. regelbasierte Expertensysteme, Controlling, Monitoring)
- Optimierungsverfahren (z.B. Lineare Optimierung, Inventory Models)

Didaktische Methoden und Medienformen

Präsenz, digital/online

Neben einer vorlesungsorientierten Präsentation bezieht die Veranstaltung die Studierenden durch interaktive Elemente mit ein. Eigene Aufgaben können in Kleingruppen oder Übungen bearbeitet werden, z.B. unter Einsatz passender Software-Beispiele. Ergebnisse werden vorgestellt und diskutiert.

Literatur

- Müller, R., Lenz, H. (2013): Business Intelligence. Springer Vieweg.
- Baars, H., Kemper, H. (2021): Business Intelligence & Analytics Grundlagen und praktische Anwendungen. Springer Vieweg, 4.ed.
- Farkisch, K. (2011): Data-Warehouse-Systeme kompakt. Springer.

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

90 Stunden, davon 21 (2 SWS) als Seminaristischer Unterricht, 69 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen

Modul

Unternehmensstrategie und -organisation Corporate Strategy and Organization

Modulnummer	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Englisch
Fachsemester 1. (empfohlen)	Prüfungsart Modulprüfung	Leistungsart Prüfungsleistung	

Modulverwendbarkeit

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Management im Gesundheitswesen (M.Sc.), PO2023

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Markus Faber

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- act entrepreneurially in a market economy system and assess relevant decision-making situations, particularly in regard to the backdrop of digital transformation.
- identify the planning challenges of managing businesses and develop appropriate strategies.
- assess the fit of the organizational structure and process organization with regard to the changing strategic necessities and recommend suitable adjustments.
- identify the relevance of interdisciplinarity and ethics for setting goals discuss within teams goal derivations against the backdrop of business management thinking in the context of digitization.

Dieses Modul zählt auf folgende Studiengangsziele ein:

Forschung, Forschung, Forschung, Management, Management, Management, , , , , , , , Entrepreneurship, Entrepreneurship, Entrepreneurship, Kommunikation, Kommunikation, Kommunikation, Kommunikation, , Teamentwicklung, Teamentwicklung, Teamentwicklung, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsinformatik, , , , Digital Business, Digital Business, Digital Business

Prüfungsform

Klausur o. Referat / Präsentation o. Ausarbeitung / Hausarbeit (Die Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer werden vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Unternehmensstrategie und -organisation (SU, 1. Sem., 4 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Unternehmensstrategie und -organisation
Corporate Strategy and Organization

LV-Nummer	Kürzel	Leistungspunkte 6 CP	Fachsemester 1. (empfohlen)
Lehrformen Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Management im Gesundheitswesen (M.Sc.), PO2023

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Markus Faber

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Entrepreneurial action in the market economy system
- Strategic competitive advantages
- Fundamentals and tasks of corporate management
- Separation of powers in the context of corporate management
- Corporate target system(s)
- Significance, relevance and impact of digitalization
- Digital transformation
- Operational, tactical and strategic planning and decision-making
- Goals and instruments of strategic management
- Organizational structure
- Process organization
- Corporate culture
- Business ethics

Didaktische Methoden und Medienformen

Präsenz

In addition to a lecture-oriented presentation, the course involves the students through interactive elements. Students work on individual topics and tasks alone or in groups, and the results are then also presented. Videos, practical examples and current company information are used to provide a practical basis for discussion of strategic consequences.

Literatur

Current monographs / anthologies and articles in relevant journals.

Further relevant literature sources, in each case in the current edition, e.g.:

- Hill, C. W. L., Schilling, M. A., Jones, G. R.: Strategic Management: Theory & Cases: An Integrated Approach
- Wöhe, Günter: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
- Welge, Martin, Al-Laham, Andreas: Strategisches Management

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

180 Stunden, davon 42 (4 SWS) als Seminaristischer Unterricht, 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen

Modul

Wertschöpfung und Industrie 4.0 Value Creation and Industry 4.0

Modulnummer	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch
Fachsemester 1. (empfohlen)	Prüfungsart Modulprüfung	Leistungsart Prüfungsleistung	

Modulverwendbarkeit

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Ingo Däberitz

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- die Digitale Transformation im Kontext der Wertschöpfung zu analysieren.
- die mit der Digitalen Transformation verbundenen relevanten Entscheidungssituationen zu bewerten.
- für die Planung der Digitalen Transformation eigenständig oder im Team geeignete Strategien abzuleiten.
- die für die Implementierung der Strategien einer Digitalen Transformation benötigte strukturierte Vorgehensweise anzuwenden.

Dieses Modul zählt auf folgende Studiengangsziele ein:

Management, Management, Management, Management, , Entrepreneurship, Entrepreneurship, Entrepreneurship, Entrepreneurship, Kommunikation, , Teamentwicklung, , , , Digital Business, Digital Business, Digital Business, Digital Business

Prüfungsform

Klausur o. Referat / Präsentation o. Ausarbeitung / Hausarbeit (Die Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer werden vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Wertschöpfung und Industrie 4.0 (SU, 1. Sem., 4 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Wertschöpfung und Industrie 4.0

Value Creation and Industry 4.0

LV-Nummer	Kürzel	Leistungspunkte 6 CP	Fachsemester 1. (empfohlen)
Lehrformen Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Marktentwicklungen und Digitalisierung
- Merkmale Digitaler Transformation
- Digitalisierungsstrategie
- Digitale Geschäftsmodelle
- Organisation und Führung bei Digitaler Transformation
- Digital Supply Chain Management

Didaktische Methoden und Medienformen

Präsenz

Mischung aus klassischen Präsenz- und Onlinephasen, verbunden mit Diskussionen und Präsentationen

Literatur

Strauß, R.E. (2019): Digitale Transformation. Strategien, Konzeption und Implementierung in der Unternehmenspraxis. 1. Auflage.

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

180 Stunden, davon 42 (4 SWS) als Seminaristischer Unterricht, 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen

Modul

Wirtschaftspolitik / Verhaltensökonomik
Economic Policy / Behavioral Economics

Modulnummer	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch
Fachsemester 1. (empfohlen)	Prüfungsart Modulprüfung	Leistungsart Prüfungsleistung	

Modulverwendbarkeit

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Management im Gesundheitswesen (M.Sc.), PO2023

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Silke Arnegger, Prof. Dr. Thorsten Glück

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- selbständig, mithilfe der Ansätze der Mikro- und Makroökonomik, Ansatzpunkte der Wirtschaftspolitik zu diskutieren (beispielhaft sind insbesondere die Themen öffentliche Güter, Marktversagen, die Principal-Agent Problematik und Natürliche Monopole sowie Marktmachtregulierung zu nennen).
- komplexe und moderne mikroökonomische Modelle auf aktuelle Marktconstellationen anzuwenden.
- wirtschaftspolitische Ziele und Instrumente in Abhängigkeit der institutionellen Rahmenbedingungen kritisch zu reflektieren.
- wirtschaftspolitische Handlungsoptionen abzuleiten, die sich aus unterschiedlichen Wettbewerbsstrukturen in konkreten Teilmärkten ergeben
- strategische Interaktionen mit vollständiger und unvollständiger Information zu beurteilen
- mit den Formalismen volkswirtschaftlicher Modelle souverän umzugehen und sie mit der Realität zu kontrastieren
- grundlegende spieltheoretische Modelle und Lösungskonzepte zu erklären
- Gesellschaftliche Zielkonflikte der erlernten wirtschaftspolitischen Lösungsansätze herauszustellen und Neujustierungen vorzuschlagen
- aus tagesaktueller, auch internationaler Berichterstattung, Studien und Lehrbüchern wirtschaftspolitische Themenfelder selbst zu erkennen und zu diskutieren, sowie sich schriftlich und mündlich in unterschiedlichen Kontexten der Wirtschaftspolitik angemessen fachlich auszudrücken.
- eigene - die Wirtschaftspolitik betreffende - Ansichten zu reflektieren.

Dieses Modul zählt auf folgende Studiengangsziele ein:

Forschung, Forschung, Management, Management, Management, Management, Management, Management, Management, Management, , , , , Data Science, Data Science, Data Science, Data Science, Data Science, Data Science, Kommunikation, Kommunikation, , , , , Digital Business, Digital Business

Prüfungsform

Klausur o. mündliche Prüfung o. Ausarbeitung / Hausarbeit (Die Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer werden vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise**Zugehörige Lehrveranstaltungen**

Pflichtveranstaltung/en:

- Wirtschaftspolitik / Verhaltensökonomik (SU, 1. Sem., 4 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Wirtschaftspolitik / Verhaltensökonomik
Economic Policy / Behavioral Economics

LV-Nummer	Kürzel	Leistungspunkte 6 CP	Fachsemester 1. (empfohlen)
Lehrformen Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit	Sprache(n) Deutsch und Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Management im Gesundheitswesen (M.Sc.), PO2023

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

Mikroökonomik

- Produktions- und Preisentscheidung bei vollständiger Konkurrenz (tlw. Wiederholung Bachelor: Gewinnmaximierung im Wettbewerbsmarkt, Elastizitäten- und Rentenkonzept als Grundlage von Preisentscheidungen)
- Produktions- und Preisentscheidung in Monopol, Monopolistischer Konkurrenz, Oligopol und Duopol; (hier kommt dann z.B. Spieltheorie)
- Verhaltensökonomik (Erwartungsnutzentheorie und Prospect Theory)
- Marktversagen I: Asymmetrische Information (Moral hazard, Transaktionskosten, Principal-Agent-Modell)
- Marktversagen II: Externalitätentheorie, Regulierung und Deregulierung, Besteuerung
- Marktversagen III: Natürliche Monopole und Netzwerkeffekte, meritorische Güter, Institutionenökonomik und Public-Choice-Theory
- Weitere gesellschaftliche Ausstrahlungen von Markthandlungen (Ökonomische Diskriminierungstheorie, Gerechtigkeitsphilosophien)

Makroökonomik

- Ordnungs- versus Prozesspolitik
- Marktordnung und Wettbewerbspolitik
- Arbeitsmarktpolitik
- Geld- und Fiskalpolitik
- Ausgewählte wirtschaftspolitische Herausforderungen der Europäischen Integration
- Makroökonomische Auswirkungen der Digitalisierung (z.B. E-Health, Digitalisierung des Geldwesens, Datenschutz-Problematik)
- Aktuelle politisch-ökonomische Konfliktfelder und Entwicklungen (z.B. Handelskriege, Patentschutz, weltweite Arzneimittel-Allokation, sozio-kulturelle Unterschiede verschiedener Zielmärkte)

Didaktische Methoden und Medienformen

Die Veranstaltung soll klassischen seminaristischen Unterricht vereinen mit dem Prinzip des Just in Time Teaching. Es sollen Präsenz- als auch Online-Vorlesungen kombiniert werden. Dabei soll insbesondere auch die Selbstlernphase der Studierenden aktiviert werden. Es finden sich Tests zum Wissenstand als auch zur Verstetigung des Gelernten. Die Studierenden lösen je nach Vorlesungsstärke auch einzelne Aufgaben in Gruppenarbeit.

- Vorbereitung: Lehrbuch-Lektüre vor jeder Lerneinheit; Kapitalspezifische Speziallektüre (Die Lektüre-Kenntnis wird vorausgesetzt)
- Präsenz-/Onlinevorlesung: Einführung in die Thematik, Klärung offenerer Fragen, Wiederholung komplexer Themen, Diskussion aktueller Fallstudien, Diskussion entscheidungsrelevanter Themen (auch in Gruppenarbeit)
- Nachbereitung: Übungsaufgaben (Anwendung des Erlernten auf neue Phänomene) und Diskussion der Lösungen

Literatur

- Mankiw, G./Taylor, M.: (jeweils neueste Auflage): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Stuttgart
- Mankiw, G.: (jeweils neueste Auflage): Makroökonomik. Instrumente, Ziele und Institutionen, Stuttgart/
- Klump, R. (jeweils neueste Auflage): Wirtschaftspolitik
- Brasche, U. (2017): Europäische Integration,
- Engelkamp, P., Sell, F., Sauer, B. (2020): Einführung in die Volkswirtschaftslehre. Springer Gabler, 8. Ed.
- Beck, H. (2014): Behavioral Economics. Springer Gabler.
- Holler, M., Illing, G., Napel, S. (2019): Einführung in die Spieltheorie. Springer Gabler, 8.ed
- Knieps, G. (2008): Wettbewerbsökonomie
- Knieps, G. (2007): Netzökonomie
- Aktuelle Forschungsarbeiten (z.B. Digitalisierung und Geldwesen)

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

180 Stunden, davon 42 (4 SWS) als Seminaristischer Unterricht, 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen

Modul

Aktuelle Themen aus dem Bereich Operations, Supply Chain Management, Marketing
Special Projects Operations / Supply Chain Management / Marketing

Modulnummer	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch
Fachsemester 2. (empfohlen)	Prüfungsart Modulprüfung	Leistungsart Prüfungsleistung	

Modulverwendbarkeit

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Ingo Däberitz

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- fachspezifische Projekte der Digitalen Transformation differenziert zu analysieren.
- projektspezifische Strategien und einen Entwurf der Planung für eine Digitale Transformation abzuleiten.
- alternative Entscheidungsvorlagen zu Projekten der Digitalen Transformation für ein Management zu entwerfen.
- geeignete, alternative Strategien zur Implementierung der Digitalen Transformation alleine oder im Team zu entwickeln und zu bewerten.

Dieses Modul zählt auf folgende Studiengangsziele ein:

Management, Management, Management, Management, , , , Entrepreneurship, Entrepreneurship, Kommunikation, , , , Teamentwicklung, , , , Digital Business, Digital Business, Digital Business, Digital Business

Prüfungsform

Referat / Präsentation o. Ausarbeitung / Hausarbeit o. mündliche Prüfung (Die Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer werden vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Aktuelle Themen aus dem Bereich Operations, Supply Chain Management, Marketing (S, 2. Sem., 4 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Aktuelle Themen aus dem Bereich Operations, Supply Chain Management, Marketing

Special Projects Operations / Supply Chain Management / Marketing

LV-Nummer	Kürzel	Leistungspunkte 6 CP	Fachsemester 2. (empfohlen)
Lehrformen Seminar	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

Aktuelle Themen mit Projektcharakter zu Themenschwerpunkten wie z.B.

- Erfolgsfaktoren einer Digitalen Transformation
- Alternative Digitalisierungsstrategien
- Entwicklung von Digitalen Geschäftsmodellen
- Entwurf Digitaler Produkte
- Launch- und Projektmanagement Digitaler Transformation

Didaktische Methoden und Medienformen

Präsenz

Mischung aus klassischen Präsenz- und Onlinephasen, verbunden mit Diskussionen und Präsentationen

Literatur

- Gassmann, O., Frankenberger, K., Choudury, C. (2021): Geschäftsmodelle entwickeln. 55+ innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator. 3., überarbeitete und erweiterte Auflage.
- Strauß, R.E. (2019): Digitale Transformation. Strategien, Konzeption und Implementierung in der Unternehmenspraxis. 1. Auflage.

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

180 Stunden, davon 42 (4 SWS) als Seminar, 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen

Modul

Personalmanagement und Führung Human Resource Management and Leadership

Modulnummer	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch
Fachsemester 2. (empfohlen)	Prüfungsart Modulprüfung	Leistungsart Prüfungsleistung	

Modulverwendbarkeit

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Management im Gesundheitswesen (M.Sc.), PO2023

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. h.c. Peter Coy

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- die verschiedenen Prozesse und Handlungsfelder des Personalmanagements zu benennen, zu analysieren und anzuwenden.
- die betriebliche Personalpolitik als Bezugspunkt für das Personalwesen zu begreifen.
- Mitarbeiterkompetenzen im Sinne des Unternehmens einzusetzen und den Bezug zu den strategischen Maßnahmen der Unternehmen herzustellen.
- die Grundlagen des Managements von Teams zu benennen und ihre Einhaltung zu beurteilen. Sie beherrschen die relevanten Techniken zur erfolgreichen Gruppenbildung.
- die Zusammenhänge und Abhängigkeiten zwischen der Mitarbeiter- und Unternehmensentwicklung zu erkennen und kritisch zu reflektieren.
- Personalführungsprozesse zu analysieren und bezüglich einschlägiger Qualitätskriterien zu prüfen.
- die Zusammenhänge von Personalführung und Change Management zu erklären und
- verschiedenen Ansätze von Diversity Management zu benennen und Vorschläge für eine Implementierung im Bereich HR zu machen.

Dieses Modul zählt auf folgende Studiengangsziele ein:

Management, Management, Management, Management, Management, Management, Management, Management, Management, Entrepreneurship, Entrepreneurship, Entrepreneurship, Entrepreneurship, Entrepreneurship, Kommunikation, Kommunikation, Kommunikation, Kommunikation, Kommunikation, Kommunikation, Teamentwicklung, Teamentwicklung, Teamentwicklung, Teamentwicklung, Teamentwicklung, Teamentwicklung, Teamentwicklung, Digital Business, Digital Business, Digital Business, Digital Business, Digital Business

Prüfungsform

Klausur o. mündliche Prüfung (Die Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer werden vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise**Zugehörige Lehrveranstaltungen**

Pflichtveranstaltung/en:

- Personalmanagement und Führung (SU, 2. Sem., 4 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Personalmanagement und Führung
Human Resource Management and Leadership

LV-Nummer	Kürzel	Leistungspunkte 6 CP	Fachsemester 2. (empfohlen)
Lehrformen Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Management im Gesundheitswesen (M.Sc.), PO2023

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Theorien und Konzepte der Führung
- Führungskompetenzen und -instrumente
- Changemanagement, EmployerBranding und Personalbindung
- Mitarbeiter- und Führungskräfteentwicklung
- Personalcontrolling

Didaktische Methoden und Medienformen

Präsenz

Wissensvermittlung in Kombination mit blended learning. Fallstudien, Mindmapping, Brainstorming und Projektarbeit

Literatur

- Stock-Homburg, Ruth; Personalmanagement; Gabler
- Haubrock, Alexander, Öhlschlegel-Haubrock, Sonja Personalmanagement; Kohlhammer
- Bröckermann, R. Führungskompetenz, Stuttgart 2011

weitere Literaturhinweise im Vorlesungsskript

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

180 Stunden, davon 42 (4 SWS) als Seminaristischer Unterricht, 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen

Modul

Algorithmen und Datenstrukturen Algorithms and Data Structures

Modulnummer	Kürzel AlgoDat	Modulverbindlichkeit Pflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch
Fachsemester 2. (empfohlen)	Prüfungsart Modulprüfung	Leistungsart Prüfungsleistung	

Modulverwendbarkeit

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Thorsten Glück, Prof. Dr. Sebastian Herrmann

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- grundlegende Datenstrukturen und Algorithmen (Sortier- und Suchverfahren, Suchbäume, Prioritätswarteschlangen, Hashing, etc.) zu beschreiben, geeignete Verfahren für ein vorgegebenes Problem auszuwählen, zu implementieren oder eine Implementierung zu beurteilen und im Entwicklerteam Feedback zu geben.
- verschiedene Paradigmen des Algorithmenentwurfs zu kennen und zu implementieren (Divide Conquer, dynamisches Programmieren, randomisierte Algorithmen, Greedy Strategien etc.).
- das Konzept der Objektorientierung zu beschreiben und objektorientierte Softwareentwürfe nachzuvollziehen.
- betriebliche Anforderungen abzuleiten und objektorientierte Lösungen zu entwerfen

Dieses Modul zählt auf folgende Studiengangsziele ein:

Entrepreneurship, Entrepreneurship, Data Science, Data Science, Kommunikation, Kommunikation, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsinformatik, ,

Prüfungsform

Klausur o. Referat / Präsentation o. Ausarbeitung / Hausarbeit (Die Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer werden vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Algorithmen und Datenstrukturen (SU, 2. Sem., 4 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Algorithmen und Datenstrukturen
Algorithms and Data Structures

LV-Nummer	Kürzel	Leistungspunkte 6 CP	Fachsemester 2. (empfohlen)
Lehrformen Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Sebastian Herrmann, Prof. Dr. Thorsten Glück

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Bool'sche Algebra
- Programmiersprachen
- Prozedurale und Objektorientierte Entwicklung
- Laufzeitanalyse von Algorithmen
- Komplexitätstheorie
- Sortieralgorithmen
- Suchverfahren und grundlegende Datenstrukturen (Listen, Bäume, etc.)

Didaktische Methoden und Medienformen

Präsenz, digital/online

Die Theorie wird in Form Seminaristischen Unterrichts oder Vorlesung vermittelt. Die Vertiefung und Anwendung des Lehrstoffs erfolgt anhand vorlesungsbegleitender und computergestützter Übungen

Literatur

- Lee, K. D., & Hubbard, S. (2015). Data Structures and Algorithms with Python.
- Weicker, K. & Weicker, N. (2013): Algorithmen und Datenstrukturen.
- Balzert, H. (2009). Lehrbuch der Softwaretechnik.
- Russel, & Norvig, P. (2010). Artificial intelligence: a modern approach (Vol. 4).

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

180 Stunden, davon 42 (4 SWS) als Seminaristischer Unterricht, 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen

Modul

Geschäftsprozessmanagement Business Process Management

Modulnummer	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch
Fachsemester 2. (empfohlen)	Prüfungsart Modulprüfung	Leistungsart Prüfungsleistung	

Modulverwendbarkeit

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Management im Gesundheitswesen (M.Sc.), PO2023

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Thorsten Glück, Prof. Dr. Sebastian Herrmann

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- integrierte funktionsbereichsübergreifende betrieblicher Arbeitsabläufe zu kennen und deren Unterstützung durch ERP-Software nachzuvollziehen und beschreiben zu können.
- betriebliche Prozesse eigenständig und in Teams aufzunehmen, zu beschreiben und zu strukturieren, sowie diese mittels BPMN in geeigneter Weise zu modellieren und zu dokumentieren.
- betriebliche Prozesse zu beurteilen und auf Schwachstellen zu untersuchen, sowie konkrete Verbesserungsvorschläge in Abstimmung mit Business Analysts und Softwareentwicklern zu erarbeiten.
- ERP-Systeme aus der Perspektive eines Beraters zu verstehen und die Möglichkeiten zur Anpassung an die betrieblichen Erfordernisse zu beurteilen.

Dieses Modul zählt auf folgende Studiengangsziele ein:

Management, , Kommunikation, Teamentwicklung, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsinformatik, , , , Digital Business, Digital Business, Digital Business

Prüfungsform

Klausur o. Referat / Präsentation o. Ausarbeitung / Hausarbeit (Die Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer werden vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Geschäftsprozessmanagement (SU, 2. Sem., 4 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Geschäftsprozessmanagement
Business Process Management

LV-Nummer	Kürzel	Leistungspunkte 6 CP	Fachsemester 2. (empfohlen)
Lehrformen Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit nur auf Nachfrage	Sprache(n) Deutsch und Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Management im Gesundheitswesen (M.Sc.), PO2023

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

Es werden funktionsbereichsübergreifende Fallstudien IT-gestützter Geschäftsprozesse bearbeitet, z.B. zu

- Verkauf und Vertrieb
- Materialmanagement
- Produktionsplanung und -Steuerung
- Finanzbuchhaltung
- Controlling
- Personalwesen
- Lagerverwaltung
- Projektmanagement
- Kundenservice

Didaktische Methoden und Medienformen

Präsenz

Die Bearbeitung der Fallstudien erfolgt am Computer und kann in Partnerteams vorgenommen werden.

Literatur

- Drummer, C., Knigge, M. & Weidner, S. (2019). Einstieg in SAP ERP: Geschäftsprozesse, Komponenten, Zusammenhänge Erklärt am Beispielunternehmen Global Bike (SAP PRESS).
- Gadatsch, A. (2017). Grundkurs Geschäftsprozess-Management.
- Barton, T., & Müller, C. (n.d.). Geschäftsprozesse - Von der Modellierung zur Implementierung. (C. Seel, Ed.).

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

180 Stunden, davon 42 (4 SWS) als Seminaristischer Unterricht, 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen

Modul

Marketing
Data-driven Marketing

Modulnummer	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch
Fachsemester 2. (empfohlen)	Prüfungsart Modulprüfung	Leistungsart Prüfungsleistung	

Modulverwendbarkeit

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Markus Faber

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- die Bedeutung der Digitalisierung für das Marketing einzuschätzen und grundlegende Auswirkungen auf das Verhalten zu identifizieren
- geeignete Marketinginstrumente für digitale Produkte und Dienstleistungen anzuwenden und deren Wirkung zu quantifizieren
- zielführende Marketingstrategien im digitalen Kontext selbstständig oder in Gruppenarbeit zu entwickeln und im Rahmen entsprechender Fragestellungen, auch für eigene Gründungsinitiativen, problemlösend anzuwenden
- die Marketingstrategien von Unternehmen aus ethischer und interdisziplinärer Sicht zu würdigen

Dieses Modul zählt auf folgende Studiengangsziele ein:

Management, , Entrepreneurship, Kommunikation, Teamentwicklung, , Digital Business, Digital Business, Digital Business, Digital Business

Prüfungsform

Klausur o. Referat / Präsentation o. Ausarbeitung / Hausarbeit (Die Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer werden vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtwoad des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Marketing (SU, 2. Sem., 4 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Marketing

Data-driven Marketing

LV-Nummer

Kürzel

Leistungspunkte

6 CP

Fachsemester

2. (empfohlen)

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht

Häufigkeit

jedes Semester

Sprache(n)

Deutsch und Englisch

Verwendbarkeit der LV

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

Datengetriebenes Marketing

- Marketing-Strategie
- Produktpolitik
- Vertriebspolitik
- Preispolitik
- Kommunikationspolitik, insb. Performance Marketing
- Marketing Attribution & Werbewirkungsmessung

Didaktische Methoden und Medienformen

Präsenz

Neben einer vorlesungsorientierten Präsentation bezieht die Veranstaltung die Studierenden durch interaktive Elemente an verschiedenen Stellen mit ein. Es werden seitens der Studierenden einzelne Themen und Aufgabenstellungen alleine oder in Gruppenarbeiten erarbeitet, die Ergebnisse bisweilen kurz präsentiert. Videos, Praxisbeispiele, aktuelle Unternehmensinformationen dienen dabei dem Praxisbezug, auf Basis derer die Diskussionen geführt werden.

Literatur

- Jeffrey, M. (akt. Auflage): Data-Driven Marketing: The 15 Metrics Everyone in Marketing Should Know Data-Driven Marketing: The 15 Metrics Everyone in Marketing Should Know
- Meffert, H., Burmann, C., et al. (akt. Auflage): Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung Konzepte Instrumente Praxisbeispiele Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung Konzepte Instrumente Praxisbeispiele
- Homburg (2020): Marketing Management Strategie Instrumente Umsetzung Unternehmensführung, Springer Gabler
- Simon, H. et al. (2016): Preismanagement Strategie Analyse Entscheidung Umsetzung, Springer Gabler

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

180 Stunden, davon 42 (4 SWS) als Seminaristischer Unterricht, 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen

Modul

Aktuelle Themen aus dem Bereich Wirtschaftsinformatik
Hot Topics in Information Systems Research

Modulnummer	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch
Fachsemester 3. (empfohlen)	Prüfungsart Modulprüfung	Leistungsart Prüfungsleistung	

Modulverwendbarkeit

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Thorsten Glück, Prof. Dr. Sebastian Herrmann

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- sich eigenständig in aktuelle Forschungsthemen aus dem Gebiet der Wirtschaftsinformatik einzuarbeiten, den aktuellen Forschungsstand mündlich und schriftlich (alleine und in Gruppen) wiederzugeben und wissenschaftliche Beiträge kritisch zu reflektieren.
- unter Anleitung eigene Forschungsfragen zu formulieren, eine geeignete Methodik auszuwählen und ein Forschungsdesign zu erarbeiten.
- Forschungsfragen unter Anleitung (alleine und in Gruppen) zu bearbeiten, insb. auch empirische Fragestellungen.

Dieses Modul zählt auf folgende Studiengangsziele ein:

Forschung, Forschung, Forschung, Data Science, Kommunikation, Teamentwicklung, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsinformatik, , Digital Business

Prüfungsform

Klausur o. Referat / Präsentation o. Ausarbeitung / Hausarbeit (Die Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer werden vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Aktuelle Themen aus dem Bereich Wirtschaftsinformatik (S, 3. Sem., 4 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Aktuelle Themen aus dem Bereich Wirtschaftsinformatik
Hot Topics in Information Systems Research

LV-Nummer	Kürzel	Leistungspunkte 6 CP	Fachsemester 3. (empfohlen)
Lehrformen Seminar	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

Präsentation zu aktuellen Forschungsthemen aus dem Bereich der Wirtschaftsinformatik, eigenständige Durchführung von Studien (bspw. Umfragen, Simulationsstudien, Entwicklung von Prototypen, usw.) und Vorstellung der Ergebnisse.

Didaktische Methoden und Medienformen

Präsenz, digital/online

Die Studierende erarbeiten und präsentieren die von ihnen bearbeiteten Themen eigenständig oder in Gruppen.

Literatur

- Laudon, K. C., Laudon, J. P., & Schoder, D. (2016). Wirtschaftsinformatik - Eine Einführung.
- Brynjolfsson, E., Wang, C. & Zhang, X. (2021). The Economics of IT and Digitization. Eight Questions for Research. MISQ.
- Recker, J. (2013). Scientific Research in Information Systems. A Beginners Guide.

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

180 Stunden, davon 42 (4 SWS) als Seminar, 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen

Modul

Analytics
Analytics

Modulnummer	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch
Fachsemester 3. (empfohlen)	Prüfungsart Modulprüfung	Leistungsart Prüfungsleistung	

Modulverwendbarkeit

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Thorsten Glück, Prof. Dr. Sebastian Herrmann

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- wichtige Regressions-, Klassifikations- und Clusterverfahren zu beschreiben, gegenüberzustellen und deren jeweiligen Stärken und Schwächen zu erklären
- Daten bzgl. deren Verwendbarkeit für ein quantitatives Verfahren bzw. Modell zu beurteilen und bei Bedarf zu verändern
- die wichtigsten quantitativen Verfahren zur Lösung betriebswirtschaftlicher Fragestellungen anzuwenden
- die Potentiale und aber auch Limitierungen quantitativer Verfahren im Kontext der Digitalisierung herauszustellen

Dieses Modul zählt auf folgende Studiengangsziele ein:

Entrepreneurship, Data Science, Data Science, Data Science,

Prüfungsform

Klausur o. Referat / Präsentation o. Ausarbeitung / Hausarbeit (Die Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer werden vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Analytics (S, 3. Sem., 4 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Analytics
Analytics

LV-Nummer	Kürzel	Leistungspunkte 6 CP	Fachsemester 3. (empfohlen)
Lehrformen Seminar	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Datenaufbereitung (z.B. Bereinigung, Filter, Transformation, Dimensionsreduktion)
- Korrelation vs. Kausalität
- Regression (z.B. Lineare-/Nicht-Lineare/Robuste-Regression)
- Klassifikation (z.B. Naive Bayes, SVM, Nearest Neighbor, Diskriminanzanalyse, Entscheidungsbäume)
- Clusteranalyse (z.B. k-Means, EM-Algorithmus)
- Neuronale Netze
- Modellvalidierung

Didaktische Methoden und Medienformen

Präsenz, digital/online

Neben einer vorlesungsorientierten Präsentation bezieht die Veranstaltung die Studierenden durch interaktive Elemente mit ein.

Literatur

- Runkler, T (2020): Data Analytics. Springer Vieweg
- Weber, F. (2020): Künstliche Intelligenz für Business Analytics. Springer Vieweg
- Shikhman, V., Müller, D. (2021): Mathematical Foundations of Big Data Analytics. Springer Gabler
- Greene, W. (2019): Econometric Analysis. Pearson, 8.ed.
- Russel, & Norvig, P. (2010). Artificial intelligence: a modern approach (Vol. 4).

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

180 Stunden, davon 42 (4 SWS) als Seminar, 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen

Modul

Auswahl aus dem Wahlpflichtkatalog
Selection from the Required Electives Catalog

Modulnummer	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Leistungspunkte 12 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n)
Fachsemester 3. (empfohlen)	Prüfungsart Modulprüfung	Leistungsart Prüfungsleistung	

Modulverwendbarkeit

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- je nach Wahl aus dem Wahlpflichtangebot ihr eigenes Profil im Bereich "Digital Business Management" zu schärfen bzw. zu vertiefen.
- je nach Wahl aus dem Wahlpflichtangebot ihre Kompetenzen in der Methodik und ihrer wissenschaftlichen Herangehensweise auszubauen.
- sich je nach Wahl aus dem Wahlpflichtangebot in neue und komplexe Themengebiete einzuarbeiten, um ihr Profil zu erweitern.

Dieses Modul zählt auf folgende Studiengangsziele ein:

Prüfungsform

Je nach Auswahl

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

360, davon 0 Präsenz (SWS) 360 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Modul

Computational Intelligence Computational Intelligence

Modulnummer	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch
Fachsemester 3. (empfohlen)	Prüfungsart Modulprüfung	Leistungsart Prüfungsleistung	

Modulverwendbarkeit

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Thorsten Glück, Prof. Dr. Sebastian Herrmann

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- grundlegende Prinzipien der Computational Intelligence und deren Anwendungsgebiete zu erläutern.
- eigenständig und in Teams anwendungsnahe Simulations- und Optimierungsprobleme zu modellieren, zugehörige Zielmetriken festzulegen und diese Probleme mit den Methoden der Computational Intelligence zu lösen.
- die gesellschaftliche Diskussion um Computational Intelligence kritisch zu reflektieren und das Potential von Computational Intelligence sachlich einzuschätzen.
- interdisziplinär zu denken und Erkenntnisse aus anderen Disziplinen (bspw. Naturwissenschaften, Informatik) auf betriebswirtschaftliche Fragestellungen zu übertragen.

Dieses Modul zählt auf folgende Studiengangsziele ein:

, , **Entrepreneurship**, **Data Science**, **Data Science**, , **Digital Business**

Prüfungsform

Referat / Präsentation o. Ausarbeitung / Hausarbeit o. mündliche Prüfung (Die Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer werden vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Computational Intelligence (S, 3. Sem., 4 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Computational Intelligence
Computational Intelligence

LV-Nummer	Kürzel	Leistungspunkte 6 CP	Fachsemester 3. (empfohlen)
Lehrformen Seminar	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Modellbildung (Travelling Salesman Problem, Knapsack Problem,)
- Exakte und heuristische Lösungsverfahren
- Genetische Algorithmen
- Evolutionsstrategien
- Ameisenalgorithmen, Partikel-Schwarm-Algorithmen
- Fitness Landscapes
- Neuronale Netze
- Komplexe Adaptive Systeme, Agenten und Multiagentensysteme

Didaktische Methoden und Medienformen

Präsenz

Die Studierenden erhalten theoretisches Wissen in Form von Vorträgen, Fachartikeln und Buchkapiteln. Die Theorie wird in Form konkreter Praxisprojekte eigenständig und in Gruppen angewendet.

Literatur

- Russel, & Norvig, P. (2010). Artificial intelligence: a modern approach (Vol. 4).
- Rothlauf, F. (2011). Design of modern heuristics: Principles and application. Berlin and Heidelberg: Springer.
- Miller, J. H., & Page, S. E. (2007). Complex Adaptive Systems: An Introduction to Computational Models of Social Life (Princeton). Princeton University Press.
- John Holland. (2013). Signals and boundaries: building blocks for complex adaptive systems (Vol. 14).
- Axelrod, Robert (1984). The Evolution of Cooperation.

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

180 Stunden, davon 42 (4 SWS) als Seminar, 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen

Modul

Master-Thesis
Master's Thesis

Modulnummer	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Leistungspunkte 30 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch
Fachsemester 4. (empfohlen)		Prüfungsart Zusammengesetzte Modulprüfung	

Modulverwendbarkeit

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Management im Gesundheitswesen (M.Sc.), PO2023

Hinweise für Curriculum

Begründung für zusammengesetzte Modulprüfung

Modulverantwortliche(r)

Dozentinnen und Dozenten des Studiengangs

Verpflichtende Voraussetzungen

- Die Zulassung zur Master-Thesis kann beantragen, wer mindestens 50 erbrachte Credit-Points nachweist.

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- eine aktuelle fachgebietsbezogene Fragestellung unter Berücksichtigung ihres interdisziplinären Charakters und unter Beachtung praktischer und theoretischer Aspekte anwendungsorientiert zu beantworten
- ein komplexes Problem eigenständig zu strukturieren und ressourcenmäßig zu planen, sowie das zu seiner Lösung benötigte Fachwissen zu identifizieren, notwendige Informationen und Methoden zu recherchieren und anzuwenden
- sich die Eigenmotivation nutzbar zu machen und Probleme oder Herausforderungen konstruktiv zu bewältigen und aus Fehlern zu lernen
- komplexe Sachverhalte und Fachthemen in verständlicher Weise sowie wissenschaftlichen und ethischen Standards entsprechend darzustellen
- eine Forschungsfrage mit empirischen Daten eigenständig zu analysieren und auszuwerten

Dieses Modul zählt auf folgende Studiengangsziele ein:

Forschung, Forschung, Forschung, Forschung, Forschung, , , , Kommunikation, , , , , , , , , , , Digital Business, Digital Business, Digital Business, Digital Business, Digital Business

Zusammensetzung der Modulnote

CP-gewichteter Mittelwert aus den LV-Noten

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

Gesamtworload des Moduls in Zeitstunden

900, davon 0 Präsenz (0 SWS) 900 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise**Zugehörige Lehrveranstaltungen**Pflichtveranstaltung/en:

- Master-Arbeit (MA, 4. Sem., 0 SWS)
- Master-Kolloquium (Kol, 4. Sem., 0 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Master-Arbeit
Master's Thesis

LV-Nummer	Kürzel	Leistungspunkte 27 CP	Fachsemester 4. (empfohlen)
Lehrformen Master-Arbeit	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Management im Gesundheitswesen (M.Sc.), PO2023

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

Didaktische Methoden und Medienformen

Literatur

Leistungsart

Prüfungsleistung

Prüfungsform

Ausarbeitung / Hausarbeit

LV-Benotung

Benotet

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

810 Stunden, davon 0 (0 SWS) als Master-Arbeit, 810 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen

Zugehörige Lehrveranstaltung

Master-Kolloquium

Thesis Defence

LV-Nummer

Kürzel

Leistungspunkte

3 CP

Fachsemester

4. (empfohlen)

Lehrformen

Kolloquium

Häufigkeit

jedes Semester

Sprache(n)

Deutsch und Englisch

Verwendbarkeit der LV

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Management im Gesundheitswesen (M.Sc.), PO2023

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

Didaktische Methoden und Medienformen

Literatur

Leistungsart

Prüfungsleistung

Prüfungsform

Fachgespräch

LV-Benotung

Benotet

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

90 Stunden, davon 0 (0 SWS) als Kolloquium, 90 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen

Modul

Fallstudien zur internationalen Wirtschaft Case Studies on International Economy

Modulnummer	Kürzel	Modulverbindlichkeit Wahlpflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch
Fachsemester 1. (empfohlen)	Prüfungsart Modulprüfung	Leistungsart Prüfungsleistung	

Modulverwendbarkeit

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Controlling and Finance (M.Sc.), PO2023

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Britta Kuhn, Prof. Dr. Stefan Schäfer

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- sich mit Hilfe international verbreiteter Lehrbücher und weiterer Fachpublikationen grundlegende Inhalte der aktuellen wissenschaftlichen Debatte über Probleme der internationalen Wirtschaft selbstständig zu erschließen.
- die aktuelle wissenschaftliche Debatte über Fragestellungen der internationalen Wirtschaft(spolitik) kritisch nachzuvollziehen
- fundiert eine eigene Position zu entwickeln
- auf der Basis der neueren ökonomischen Literatur selbstständig eigene Vorschläge zur Lösung internationaler Probleme zu erarbeiten

Dieses Modul zählt auf folgende Studiengangsziele ein:

Forschung, Management, Management, , , Kommunikation, , , Digital Business, Digital Business

Prüfungsform

Ausarbeitung / Hausarbeit u. Klausur o. Klausur o. mündliche Prüfung (Die Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer werden vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Fallstudien zur internationalen Wirtschaft (S, 1. Sem., 4 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Fallstudien zur internationalen Wirtschaft
Case Studies on International Economy

LV-Nummer	Kürzel	Leistungspunkte 6 CP	Fachsemester 1. (empfohlen)
Lehrformen Seminar	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Controlling and Finance (M.Sc.), PO2023
- Management im Gesundheitswesen (M.Sc.), PO2023

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

Im Mittelpunkt der Lehrveranstaltung steht die fallstudienartige Behandlung volkswirtschaftlicher Themen mit konkretem Bezug zu aktuellen Entwicklungen in den Unternehmen bzw. der Wirtschaftspolitik.

Beispiele:

- Aktuelle Trends der Globalisierung (z.B. mehr Protektionismus, verteuerte Lieferketten, Glokalisierung, Nachhaltigkeit)
- Ökonomische Betrachtung der Corona-Krise (z.B. Stagflation durch Unterbrechungen der internationalen Wertschöpfungsketten, internationale Externalität von Infektionen bzw. Impfungen)
- Arbeitsmarkt, Arbeitsmarktpolitik, Migration Economics (z.B. Ökonomische Steuerungsmöglichkeiten zur Abfederung des Fachkräftemangels)
- Europäische Integration: Aktuelle Entwicklungen (z.B. Fiskal-Programm NextGenEU, EU-Besteuerung? Binnenmarkt-Probleme)
- Geldpolitik der großen Zentralbanken
- Digitalisierung (z.B. aus wettbewerbsökonomischer Perspektive)
- Finanzkrisen/Vermögenspreisblasen (z.B. Immobilienpreise Deutschland)
- Investitionsperspektiven für deutsche Unternehmen in Asien und im Nahen Osten (z.B. China, Indien, Zentralasien, Türkei, Saudi-Arabien, Iran)

Didaktische Methoden und Medienformen

Seminaristischer Unterricht und wechselnde Zusammenstellung von Gastvorträgen, Exkursionen, Gruppenarbeiten, Workshops mit externen Referenten etc. Das alles wird dann ergänzt durch Literaturstudium der Studierenden

Literatur

- Blanchard, O./Illing, G.: Makroökonomie, Pearson-Verlag, München, jeweils aktuellste Auflage
- Forster, J./Klüh, U./Sauer, S.: Makroökonomie Das Übungsbuch, Pearson-Verlag, München, jeweils aktuellste Auflage
- Klump, R.: Wirtschaftspolitik Instrumente, Ziele und Institutionen, Pearson-Verlag, München, jeweils aktuelle Auflage
- Krugman, P.R./Melitz, M.J./Obstfeld, M.: Internationale Wirtschaft Theorie und Politik der Außenwirtschaft, Pearson-Verlag, München, jeweils aktuelle Auflage
- Mankiw, N.G.: Makroökonomik, Schaeffer Poeschel-Verlag, Stuttgart, jeweils aktuelle Auflage
- Aktuelle Zeitungen, Zeitschriften, Onlinepublikationen als Quelle für Fallstudien und Beispiele

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

180 Stunden, davon 42 (4 SWS) als Seminar, 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen

Modul

Financial Behaviour / Business Ethics
Financial Behaviour / Business Ethics

Modulnummer	Kürzel	Modulverbindlichkeit Wahlpflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch; Deutsch
Fachsemester 1. (empfohlen)	Prüfungsart Kombinierte Modulprüfung	Leistungsart Prüfungsleistung	

Modulverwendbarkeit

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Controlling and Finance (M.Sc.), PO2023

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Dipl. Kfm. Matthias Müller-Reichart, Prof. Dr. Maximilian Rosar

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- einen verhaltenswissenschaftlichen Risikomanagementprozess zu skizzieren,
- verhaltenswissenschaftliche Elemente des Risikomanagements zu definieren und interpretieren,
- moralisch-ethische Problemfelder in Aufbau- und Ablaufprozessen von Unternehmen zu identifizieren ,
- verhaltenswissenschaftliche Parameter einer getroffenen Entscheidung zu identifizieren und konstruieren,
- moralisch-ethische Hintergründe getroffener Entscheidungen allgemein und innerhalb von Finanzdienstleistungsunternehmen zu validieren,
- alternative Methoden zur Lösung entsprechender Konflikte zu diskutieren,
- interdisziplinäre Themen der Betriebswirtschaftslehre mit Bezug zur Psychologie, Soziologie, Neurophysiologie, Kommunikationswissenschaft und Didaktik zu kategorisieren und diese Disziplinen auf die Probleme der Betriebswirtschaftslehre zu transferieren.
- im Team interdisziplinäre Positionen einzunehmen und fachlich korrekt zu verteidigen.

Dieses Modul zählt auf folgende Studiengangsziele ein:

Forschung, , , , Entrepreneurship, Entrepreneurship, Entrepreneurship, Kommunikation, Kommunikation, Teamentwicklung, , Digital Business, Digital Business, Digital Business

Prüfungsform

mündliche Prüfung

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Business Ethics (SU, 1. Sem., 2 SWS)
- Financial Behaviour (S, 1. Sem., 2 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Business Ethics

Business Ethics

LV-Nummer	Kürzel	Leistungspunkte 3 CP	Fachsemester 1. (empfohlen)
Lehrformen Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Controlling and Finance (M.Sc.), PO2023
- Management im Gesundheitswesen (M.Sc.), PO2023

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Grundlagen der Ethik
- Definition von Normen und Werten
- Typen ethischer Argumentation (Pflichtenethik, Gesinnungsethik, Folgenethik)
- Individual-, Institutionen- und Öffentlichkeitsethik
- Ethische Entscheidungsmethoden (monologisch, Diskurs)
- Geschichte der Wirtschaftsethik von Aristoteles bis in die Gegenwart
- Die Beziehung von Ethik und Ökonomie
- Ordoliberalismus, Neoliberalismus
- Abgrenzung von Wirtschafts- und Unternehmensethik
- Corporate Social Responsibility
- Wirtschaftsethik im Prozess der Globalisierung
- Praxisbeispiele

Didaktische Methoden und Medienformen

Die Studierenden vertiefen anhand diverser Fallstudien den präsentierten Stoff. Insbesondere die theoriebasierte Diskussion ethischer und wirtschaftsethischer Fragen steht im Fokus.

Literatur

- Bausch, T.; Kleinfeld, A.; Steinmann, H.: Unternehmensethik in der Wirtschaftspraxis;
- Hampp Dietzfelbinger, D.: Praxisleitfaden Unternehmensethik, Kennzahlen, Instrumente, Handlungsempfehlungen;
- Gabler Dietzfelbinger, D.: Aller Anfang ist leicht. Unternehmens- und Wirtschaftsethik für die Praxis,
- Utz Homann, K.; Blome-Drees, F.: Einführung in die Wirtschaftsethik, Vandenhoeck und Ruprecht
- Homann, K.: Wirtschaftsethik der Globalisierung;
- Mohr Siebeck Knüfermann, M.: Ethikbasiertes Strategisches Management. Werteeinstellungen als Erfolgsfaktor im Bankenmarkt; Physica Verlag
- Korff, W.: Handbuch der Wirtschaftsethik, Gütersloher Verlagshaus

Es wird jeweils die aktuelle Ausgabe zugrunde gelegt.

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

90 Stunden, davon 21 (2 SWS) als Seminaristischer Unterricht, 69 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen

Zugehörige Lehrveranstaltung

Financial Behaviour

Financial Behaviour

LV-Nummer	Kürzel	Leistungspunkte 3 CP	Fachsemester 1. (empfohlen)
Lehrformen Seminar	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Controlling and Finance (M.Sc.), PO2023
- Management im Gesundheitswesen (M.Sc.), PO2023

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Interdisziplinäre Betrachtung der verhaltenswissenschaftlichen Entscheidungstheorie
- Perceived Risk und Prospect Theory als Kernelemente einer verhaltenswissenschaftlichen Entscheidungstheorie
- Heuristiken, Biases, externe Effekte als endogene und exogene Parameter einer verhaltenswissenschaftlichen Entscheidungstheorie
- Kontrollillusion als motivationaler Faktor einer verhaltenswissenschaftlichen Entscheidungstheorie

Didaktische Methoden und Medienformen

Einbindung interdisziplinärer Fachexperten (Psycholog:innen, Soziolog:innen, Neurolog:innen, etc.) in die Präsenzveranstaltungen.

Verknüpfung von synchroner (Präsenzveranstaltungen) und asynchroner (Online-Videos/Screencasts) Lehre. Unterstützung der asynchronen Lehre durch Quizzes zu den einzelnen Subthemen des Moduls.

Online-Teilnahme an Webinaren und fachbezogenen Foren.

Literatur

- Dobelli, Rolf: Die Kunst des klaren Denkens, Verlag Piper, 2011.
- Kahneman, Daniel: Schnelles Denken, Langsames Denken, Verlag Random House, 2011.
- Müller-Reichart, M./Romeike, F.: Risiko-Management in Versicherungsunternehmen, 3. Auflage. Verlag Wiley, 2020.
- Thaler, Richard: Misbehaving - Was uns die Verhaltensökonomik über unsere Entscheidungen verrät, Verlag Random House, 2019.

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

90 Stunden, davon 21 (2 SWS) als Seminar, 69 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen

Modul

Moderne Portfolio- und Kapitalmarkttheorie
Modern Portfolio and Capital Market Theory

Modulnummer	Kürzel	Modulverbindlichkeit Wahlpflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch
Fachsemester 1. (empfohlen)	Prüfungsart Modulprüfung	Leistungsart Prüfungsleistung	

Modulverwendbarkeit

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Controlling and Finance (M.Sc.), PO2023

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Jochen Beißer, Prof. Dr. Jürgen Hawlitzky

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- Verteilungsparameter zu berechnen und zu beurteilen
- optimale Portfolien riskanter Wertpapiere zu bestimmen
- Gleichgewichtskurse und –renditen von Wertpapieren unter Unsicherheit abzuleiten
- verschiedene Kapitalstrukturmodelle zu erklären und zu rechtfertigen

Dieses Modul zählt auf folgende Studiengangsziele ein:

, Entrepreneurship, Entrepreneurship, Data Science, Kommunikation, , , , Digital Business, Digital Business

Prüfungsform

Klausur

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Moderne Portfolio- und Kapitalmarkttheorie (SU, 1. Sem., 4 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Moderne Portfolio- und Kapitalmarkttheorie
Modern Portfolio and Capital Market Theory

LV-Nummer	Kürzel	Leistungspunkte 6 CP	Fachsemester 1. (empfohlen)
Lehrformen Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Controlling and Finance (M.Sc.), PO2023
- Management im Gesundheitswesen (M.Sc.), PO2023

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

1. Einführung
 - Rendite und Renditeverteilung
 - Risikomaße
2. Kapitalmarktbeurteilung unter Sicherheit
3. Moderne Portfoliotheorie
 - Rendite und Risiko eines Portfolios
 - Portfolioselektion
 - Portfolioselektion mit risikoloser Anlage
 - Indexmodell von Sharpe
4. Kapitalmarkttheorie
 - Capital Asset Pricing Model
 - Kapitalkosten
 - Arbitrage Pricing Theory
 - Performancemessung
5. Kapitalstrukturtheorie
 - Leverage
 - Kapitalstrukturmodelle
 - Erweiterung um Steuern, Insolvenz- und Agency-Kosten

Didaktische Methoden und Medienformen

Die Veranstaltung ist als seminaristischer Unterricht konzipiert, so dass sich Studierende jederzeit am Unterricht aktiv beteiligen können. Zusätzlich regen zahlreiche Übungsaufgaben die Studierenden zu eigener Arbeit an. Die Übungsaufgaben sind von den Studierenden alleine oder in Gruppen zu lösen und die Lösungen anschließend dazu präsentieren. Einerseits ist es Ziel der Übungen, die strukturierte Analyse von Problemstellungen und die systematische Suche nach Lösungsansätzen einzuüben, andererseits werden Präsentationstechniken eingeübt. Die eigenständige Beschäftigung mit den Lehrinhalten bereitet zudem auf die Prüfungen vor. Zusätzlich zu Übungsaufgaben werden größere komplexe Fallstudien bearbeitet. Für die Lösung dieser Fallstudien müssen die Studierenden Wissen aus mehreren Gebieten der Vorlesung verknüpfen und anwenden.

Literatur

- Bruns, Ch.; Meyer-Bullerdieck, F.: Professionelles Portfoliomanagement, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Ross, S.A.; Westerfield; R.W.; Jaffe J.: Corporate Finance, European Edition, McGraw-Hill/Irwin, New York.
- Auer, B.R.; Schuhmacher, F.: Portfoliooptimierung, in: WISU, 5, S. 679-687.
- Markowitz, H.: Portfolio Selection, in: The Journal of Finance, Vol. 7, No. 1, S. 77-91.

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

180 Stunden, davon 42 (4 SWS) als Seminaristischer Unterricht, 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen

Modul

Entrepreneurship / Innovative Geschäftsmodelle
Entrepreneurship / Innovative Business Models

Modulnummer	Kürzel	Modulverbindlichkeit Wahlpflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch
Fachsemester 3. (empfohlen)	Prüfungsart Modulprüfung	Leistungsart Prüfungsleistung	

Modulverwendbarkeit

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Management im Gesundheitswesen (M.Sc.), PO2023

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Markus Faber

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- das Entrepreneurship zu skizzieren, aktuelle Entwicklungen zu interpretieren und die Rolle der Digitalisierung zu beurteilen. / outline entrepreneurship, interpret current developments and assess the role of digitization.
- Marktstrukturen zu beschreiben und auf geeignete Digitalisierungsideen zu untersuchen. / describe market structures and examine them for suitable digitization ideas.
- einen Business Plan zu entwickeln und die Erfolgsaussichten von Ideen zu bewerten. / develop a business plan and evaluate the prospects of success of ideas.
- Finanzierungsstrukturen für Start ups zu kategorisieren und damit verbundene Implikationen einzuschätzen. / categorize financing structures for start ups and assess associated implications.
- innerhalb von Teams erste Ideen für neue Geschäftsmodelle zu diskutieren und gemeinsam relevante Fragestellungen zu bearbeiten. discuss initial ideas for new business models within teams and work together on relevant issues.

Dieses Modul zählt auf folgende Studiengangsziele ein:

Forschung, Forschung, Forschung, Management, Management, Management, Management, , , , , Entrepreneurship, Entrepreneurship, Entrepreneurship, Entrepreneurship, Entrepreneurship, Entrepreneurship, Data Science, Kommunikation, Kommunikation, , Teamentwicklung, Wirtschaftsinformatik, , Digital Business, Digital Business, Digital Business, Digital Business

Prüfungsform

Klausur o. Referat / Präsentation o. Ausarbeitung / Hausarbeit (Die Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer werden vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Entrepreneurship / Innovative Geschäftsmodelle (SU, 3. Sem., 4 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Entrepreneurship / Innovative Geschäftsmodelle

Entrepreneurship / Innovative Business Models

LV-Nummer

Kürzel

Leistungspunkte

6 CP

Fachsemester

3. (empfohlen)

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht

Häufigkeit

jedes Semester

Sprache(n)

Deutsch und Englisch

Verwendbarkeit der LV

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Management im Gesundheitswesen (M.Sc.), PO2023

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Grundlagen des Unternehmertums
- Grundlagen des Innovationsmanagements
- Grundlagen und Auswirkungen der Digitalisierung
- Marktstrukturen und Ideenfindung
- (Digitale) Geschäftsmodelle und Business Plan
- Produkt, Wettbewerb und Marktzugang
- Finanzierung, Beteiligung und Exit

-
- Fundamentals of entrepreneurship
 - Fundamentals of innovation management
 - Basics and effects of digitization
 - Market structures and idea generation
 - (Digital) business models and business plan
 - Product, competition and market access
 - Financing, venturing and exit

Didaktische Methoden und Medienformen

Präsenz

Neben einer vorlesungsorientierten Präsentation bezieht die Veranstaltung die Studierenden durch interaktive Elemente stark mit ein. Es werden seitens der Studierenden einzelne Themen und Aufgabenstellungen des Entrepreneurships alleine oder in Gruppenarbeiten erarbeitet, die Ergebnisse dann ebenfalls kurz präsentiert. Videos, Praxisbeispiele sowie aktuelle Unternehmensinformationen dienen dabei dem Praxisbezug, auf Basis derer die Diskussion über die unternehmerischen Konsequenzen geführt wird.

In addition to a lecture-oriented presentation, the course involves the students through interactive elements. The students work on individual topics and tasks of entrepreneurship alone or in groups and the results are then presented. Videos, practical examples and current company information serve the practical relevance and the basis for discussions about the entrepreneurial consequences.

Literatur

Aktuelle Monographien / Sammelbänder und Beiträge in einschlägigen Journals, bspw.

- Entrepreneurship: Theory and Practice
- Strategic Entrepreneurship Journal
- The Journal of Technology Transfer
- Industry and Innovation

Relevante Literaturquellen, bspw.:

- Pott, Oliver (akt. Auflage): Entrepreneurship
- Kollmann, Tobias (2019): E-Entrepreneurship

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

180 Stunden, davon 42 (4 SWS) als Seminaristischer Unterricht, 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen

Modul

Kalkulatorische Methoden der Finanzdienstleistungen Methods of Calculation in Financial Services

Modulnummer	Kürzel KMF DL	Modulverbindlichkeit Variabel wegen Mehrfach- verwendung	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit nur im Wintersemester	Sprache(n) Deutsch und Englisch
Fachsemester 3. (empfohlen)	Prüfungsart Modulprüfung	Leistungsart Prüfungsleistung	

Modulverwendbarkeit

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Controlling and Finance (M.Sc.), PO2023

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Arnd Grimmer

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- die verschiedenen Zinsbegriffe zeitlich variabler Zinsstrukturen zu unterscheiden und rechnerisch zu handhaben.
- die Funktionsweise geschlossener Zinssysteme anhand des Prinzips der Bausparmathematik anzuwenden und in den Grundlagen zu berechnen.
- typische Aufgabengebiete und Funktionen von Aktuaren in Versicherungsunternehmen aufzuzählen und zu beschreiben.
- mit Hilfe der Kalkulationsprinzipien der Schaden- und Personenversicherung Standardversicherungsprodukte zu berechnen.
- die Funktionsweise versicherungstechnischer Rückstellungen anzuwenden und diese für Standardversicherungsprodukte zu berechnen.

Dieses Modul zählt auf folgende Studiengangsziele ein:

Entrepreneurship, Entrepreneurship, , , Digital Business

Prüfungsform

Klausur o. mündliche Prüfung (*Die Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer werden vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.*)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Kalkulatorische Methoden der Finanzdienstleistungen (SU, 3. Sem., 4 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Kalkulatorische Methoden der Finanzdienstleistungen
Methods of Calculation in Financial Services

LV-Nummer	Kürzel	Leistungspunkte 6 CP	Fachsemester 3. (empfohlen)
Lehrformen Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit nur im Wintersemester	Sprache(n) Deutsch und Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Controlling and Finance (M.Sc.), PO2023
- Management im Gesundheitswesen (M.Sc.), PO2023

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Arnd Grimmer

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

Berechnung nicht-flacher Zinsstrukturen:

- Par-, Zero- und Forward-Zinssätze
- Zinsstrukturkurven
- Fixe Rate eines Zinsswaps

Grundprinzipien der Bausparmathematik

Rolle und Aufgaben des Verantwortlichen Aktuars und der Versicherungsmathematischen Funktion

Aktuarielle Methoden der Schadenversicherung:

- Verteilungsformen
- Prinzipien der Prämienkalkulation
- Auswahl von Risiko- und Tarifmerkmalen
- Prämienberechnung
- Erfahrungstarifizierung
- Spätschadenreservierung

Rolle des Verantwortlichen Aktuars

Aktuarielle Methoden der Personenversicherung

- Rechnungsgrundlagen, Ausscheideordnungen
- Leistungs- und Prämienbarwerte
- Deckungs- und Alterungsrückstellungen
- Versicherungstechnische Überschüsse

Didaktische Methoden und Medienformen

- Anhand von Fallbeispielen die Korrespondenz zwischen variablen und festen Zinsszenarien berechnen;
- Aufgaben der aktuariellen Funktionen anhand der gesetzlichen Regulatorik in Gruppenarbeit analysieren;
- Ausgewählte Aspekte der Kalkulation von Lebensversicherungstarifen über ein Inverted Classroom Model behandeln; die Studierenden bearbeiten damit eine vorgegebene Aufgabe zur Kalkulation von Prämien oder Deckungsrückstellungen.

Literatur

In der jeweils neuesten verfügbaren Auflage:

- Spreman, K.; Gantenbein, P.: Zinsen - Anleihen - Kredite, Oldenbourg, München
- Heidorn, T.: Finanzmathematik in der Bankpraxis, Springer, Wiesbaden
- Mack, T.: Schadenversicherungsmathematik, Schriftenreihe AVM Bd. 28, Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe
- H. W. Goelden et al.: Schadenversicherungsmathematik, Springer, Berlin Heidelberg
- Führer, C.; Grimmer, A.: Einführung in die Lebensversicherungsmathematik, Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe
- K. M. Ortmann: Praktische Lebensversicherungsmathematik, Springer, Wiesbaden
- Milbrodt, H.: Aktuarielle Methoden der deutschen Privaten Krankenversicherung, Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

180 Stunden, davon 42 (4 SWS) als Seminaristischer Unterricht, 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen

Modul

New Technologies in the Financial Industry New Technologies in the Financial Industry

Modulnummer	Kürzel	Modulverbindlichkeit Wahlpflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Englisch
Fachsemester 3. (empfohlen)	Prüfungsart Modulprüfung	Leistungsart Prüfungsleistung	

Modulverwendbarkeit

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Management im Gesundheitswesen (M.Sc.), PO2023

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Markus Faber, Prof. Dr. Oliver Read

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- neue Technologien zu identifizieren, die für die Finanzindustrie relevant sein könnten, / identify new technologies that could be relevant to the financial industry,
- die Auswirkungen der Anwendung neuer Technologien zu beschreiben und hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit zu beurteilen, / describe the impact of the application of new technologies and assess it in terms of sustainability,
- neue Technologien, die aktuell in der Finanzindustrie Anwendung finden, darzulegen und kritisch hinsichtlich ihrer Relevanz zu würdigen, / present new technologies that are currently being used in the financial industry and to critically assess their relevance,
- einzelne Anwendungsbereiche der jeweiligen Technologien zu erklären, die jeweiligen Applikationen zu beschreiben und weitere Anwendungsmöglichkeiten zu identifizieren. / explain individual application areas of the respective technologies, describe the respective applications and identify further possible applications

Dieses Modul zählt auf folgende Studiengangsziele ein:

Forschung, Forschung, Forschung, Forschung, Management, Management, Management, Management, , , , , , , , Entrepreneurship, Entrepreneurship, Entrepreneurship, Entrepreneurship, Data Science, Data Science, Data Science, Data Science, Kommunikation, Kommunikation, Kommunikation, Kommunikation, Teamentwicklung, Teamentwicklung, Teamentwicklung, Teamentwicklung, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsinformatik, , , , Digital Business, Digital Business, Digital Business, Digital Business

Prüfungsform

Klausur o. Ausarbeitung / Hausarbeit o. Referat / Präsentation (Die Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer werden vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- New Technologies in the Financial Industry (SU, 3. Sem., 4 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

New Technologies in the Financial Industry
New Technologies in the Financial Industry

LV-Nummer	Kürzel	Leistungspunkte 6 CP	Fachsemester 3. (empfohlen)
Lehrformen Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Digital Business Management (M.Sc.), PO2023
- Management im Gesundheitswesen (M.Sc.), PO2023

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Oliver Read

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

Anwendungsbereiche und Technologien in der Finanzindustrie.
Implikationen und Anwendungsbereiche:

- Digitalisierung
- Dezentralisierung
- Demokratisierung
- Digital Accounting
- Digital Controlling
- Digital Finance

Aktuell relevante Technologien, bspw.:

Blockchain
Tokenisierung
Machine Learning
Künstliche Intelligenz

Topics/contents of the course Application areas and technologies in the financial industry. Implications and application areas:

- Digitization
- Decentralization
- Democratization
- Digital Accounting
- Digital Controlling
- Digital Finance

Currently relevant technologies, e.g.:

Blockchain
Tokenization
Machine Learning
Artificial Intelligence.

Didaktische Methoden und Medienformen

Präsenz

- Literatur begleitender Quellen, auch eines Skriptes
- (Gruppen-)Diskussionen

Neben einer vorlesungsorientierten Präsentation bezieht die Veranstaltung die Studierenden durch interaktive Elemente mit ein. Es werden seitens der Studierenden einzelne Themen und Aufgabenstellungen alleine oder in Gruppenarbeiten erarbeitet, die Ergebnisse dann ebenfalls kurz präsentiert. Videos, Praxisbeispiele, aktuelle Unternehmensinformationen dienen dabei dem Praxisbezug, auf Basis derer die Diskussion über die praxisbezogene Umsetzbarkeit geführt wird.

Presence

- Literature of accompanying sources, also of a script
- (group) discussions

In addition to a lecture-oriented presentation, the course involves the students through interactive elements. The students work on individual topics and tasks alone or in groups and the results are then also presented briefly. Videos, practical examples, current company information serve the practical relevance, on the basis of which the discussion about the practical feasibility is conducted.

Literatur

Jeweils aktuelle Literatur zu relevanten technologischen Entwicklungen. Beiträge in den einschlägigen Fachzeitschriften, bspw.

- Journal of Finance
- Journal of Accounting, Auditing and Finance
- Der Treasurer
- REthinking Finance
- Industry and Innovation
- Technovation
- International Journal of Innovation Management

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

180 Stunden, davon 42 (4 SWS) als Seminaristischer Unterricht, 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen