

Modulhandbuch

**für den
Master of Arts
in General Management**

Stand: 07.2014

Inhaltsverzeichnis

Master Pflichtbereich (1.-2. Semester)	3
„Management Functions“	3
Modul 522011 Strategic Management	3
Modul 522012 Corporate Finance	5
Modul 522013 Accounting & Controlling	6
“Management Competencies“	7
Modul 522021 Leadership	7
Modul 522022 Open Innovation	8
Modul 522023 Entrepreneurship	9
„Economics & Law“ (3 aus 4)	11
Modul 522031 Handels- & Gesellschaftsrecht	11
Modul 522032 Mirco Economics	13
Modul 522033 Macro Economics	14
Modul 522034 Ökonomische Entscheidungstheorien	16
“Methods“ (3 aus 4)	18
Modul 522041 Wirtschaftsmathematik	18
Modul 522042 Statistik	19
Modul 522043 Ökonometrie	20
Modul 522044 Quantitative Sozialforschung	21
Master Wahlpflichtbereich (3.-4. Semester)	22
„General Management“ (2 aus 4)	22
Modul 542011 Marketing & Brand Management	22
Modul 542012 Organisation & Netzwerktheorie	24
Modul 542013 Personalökonomik	25
Modul 542014 Supply Chain Management	26
„Managing Diversity & Diversity in Globalization“	27
Modul 542021 Managing Diversity	27
Modul 542022 Diversity in Globalization	29
„Responsibility & Finance“	31
Modul 542031 Business Ethics	31
Modul 542032 Capital Market Theory	32
“R&D Metrics & Knowledge Management“	32
Modul 542041 R&D Metrics	33
Modul 542042 Knowledge Management	35
„Managing Sustainability“	37
Modul 542051 Focusing on Economics & Ecology	37
Modul 542052 Management Decisions in Uncertain Environments	39
Modul Masterkolloquium	41

Anmerkung zur Aktualität der Modulbeschreibungen

Aktuelle Angaben zu Inhalten und Prüfungsleistungen, die mit der Besetzung von Kursen variieren können, entnehmen Sie der Veranstaltungssuche online über ihr ZU|hause.

Master Pflichtbereich (1.-2. Semester)

„Management Functions“

Modul 522011 Strategic Management				
GEMA	1. Semester	3 SWS	5 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/89
Lehrform				Seminar Fallstudie
Veranstaltungstyp				Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> i.d.R. im Fall Semester semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Präsentation Hausarbeit
Prüfungsumfang bzw. -dauer				variabel
Modulverantwortlicher				Prof. Dr. Manfred Moldaschl Audi-Stiftungslehrstuhl für unternehmerisches Handeln, globale Verantwortung und Nachhaltigkeit E-Mail: manfred.moldaschl@zu.de
Teilnahmevoraussetzungen				keine
Verwendbarkeit des Moduls				Master-Pflichtbereich
<p>Inhalte</p> <p>Die LV behandelt das spannungreiche Verhältnis von Theorie und Praxis im Strategischen Management, oder besser, in zwei Forschungsfeldern: der Unternehmensführung (<i>strategic mangement</i>) und der Theorie der Unternehmung (<i>theory of the firm</i>). Letztere ist gewissermaßen der theoretische Unterbau und harte Kern dieser im angelsächsischen Raum eigenen "Disziplin", der es um die Erklärung von Wettbewerbsvorteilen geht. Erstere versucht v.a. empirisch, erfolgreiche Wettbewerbsstrategien zu identifizieren. Ein drittes damit zusammenhängendes Feld sind Organisationstheorien und die empirische Organisationsforschung. Die Grenzen sind fließend. Es werden dabei nicht nur gewinnwirtschaftlich ausgerichtete Unternehmen zur Sprache kommen, sondern auch andere, öffentliche und Non-Profit-Organisationen. Auch sie brauchen Strategien. Die LV gibt einen Abriss der historischen Entwicklung des Faches, der wichtigsten Theorien sowie der empirischen Forschung. Die Frage der Innovation bzw. der Fähigkeit, solche strategisch hervorzubringen, sowie der Fähigkeit, kontextangemessen funktionierende Strategien zu generieren (Innovations- und Strategiefähigkeit), wird dabei eine besondere Rolle spielen.</p> <p>Externe Referenten stellen in einzelnen Sitzungen Praxiserfahrungen vor und zur Diskussion.</p> <p>Qualifikationsziele</p> <ul style="list-style-type: none"> die Studierenden lernen unterschiedliche Quellen des Managementwissens in Bezug auf Unternehmens- und Organisationsstrategie kennen kennen einige exemplarische Methoden, die in der Praxis angewandt werden können grundlegende Ansätze in diesem Feld unterscheiden 				

| entwickeln ein Verständnis für das Verhältnis von Theorie und Praxis in der Praxis
(Implementations- und Umsetzungsprobleme, Dynamik des Kontexts, Emergenz)
| und lernen so etwas über die Grenzen gezielter Steuerung und Intervention in komplexen
Organisationen

Literatur

Bea, F.X.; Haas, J.: Strategisches Management (4. Aufl., 2005). Stuttgart: UTB

Grant, R. (2005): Contemporary Strategy Analysis (5th Ed.). Malden et al: Blackwel (dt.:
Strategisches Management (5. Aufl.). München, Boston: Pearson 2006).

Kirsch, W.; Seidl, D.; van Aaken, D. (2009): Unternehmensführung. Eine evolutionäre
Perspektive. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Müller-Stewens, G.; Lechner, C. (2005): Strategisches Management (3. und noch immer akt.
Aufl.). Stuttgart: SchaefferPoeschl.

Modul 522012 Corporate Finance				
GEMA	2. Semester	3 SWS	5 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/89
Lehrform				Vorlesung
Veranstaltungstyp				Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> i.d.R. im Spring Semester semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Mid- und End-Term - Klausur
Prüfungsumfang bzw. -dauer				Je 60 min.
Modulverantwortlicher				Jun. Prof. Mark Mietzner Juniorprofessur für Finanzierung am Friedrichshafener Institut für Familienunternehmen E-Mail: mark.mietzner@zu.de
Teilnahmevoraussetzungen				keine
Verwendbarkeit des Moduls				Master-Pflichtbereich
Inhalt				
Finanzmathematische Grundlagen der Investitionsrechnung: Duplikation, Barwertermittlung, stetige Verzinsung, ewige Renten, Zero-Bonds etc.;				
Finanzierungsformen: Externe und interne Finanzierung, Mezzanine, Beteiligungsfinanzierung;				
Die neoklassische Perspektive: Finanzmanagement bei technologischer Unsicherheit, Finanzierung				
Die neoinstitutionalistische Perspektive: Unternehmensfinanzierung bei Qualitäts- und Verhaltensunsicherheit; Der Principal Agent Ansatz in der Unternehmensfinanzierung;				
Kapitalkostenbestimmung und Risiko: Portfolio-Theorie, risikoadjustierte Bewertung (Capital Asset Pricing Modell), Arbitrage Pricing Theory.				
Die Studierenden				
erlernen die Grundlagen der Bereiche Investition und Finanzierung (unter Berücksichtigung verschiedener theoretischer Perspektiven);				
werden befähigt, mit den finanzmathematischen Grundlagen zu arbeiten;				
führen selbständig Investitionsrechnungen durch;				
nehmen Kapitalkostenbestimmung unter Unsicherheit vor.				
Literatur				
Brealey, Richard A.; Myers, Stewart C.; Allen Franklin: Corporate Finance; 10th Edition; New York 2011.				
Schmidt, Reinhard H.; Terberger, Eva (1996): Grundzüge der Investitions- und Finanzierungstheorie; 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden.				

Modul 522013 Accounting & Controlling				
GEMA	2. Semester	3 SWS	5 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/89
Lehrform				Seminar
Veranstaltungstyp				Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> i.d.R. im Spring Semester semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Klausur
Prüfungsumfang bzw. -dauer				variabel
Modulverantwortlicher				Prof. Dr. Marcel Tyrell Institut für Unternehmer- & Finanzwissenschaften E-Mail: marcel.tyrell@zu.de
Teilnahmevoraussetzungen				keine
Verwendbarkeit des Moduls				Master-Pflichtbereich
<p>Inhalte</p> <p>(1) Fundamentals of Accounting Table of accounts, system of double entry accounting, accounting records, financial vs. management accounting; examples and cases.</p> <p>(2) Elements of Cost Accounting Total cost accounting vs. cost-of-goods-sold accounting, cost categories, cost centers, cost units, calculations: full cost accounting vs. direct costing, break-even analysis, activity based costing, main differences between German and International Accounting Standards (HGB vs. IAS/IFRS); examples and cases.</p> <p>(3) Annual Financial Statements Analysis of end-of-year statement: balance sheet, profit & loss statement and cash flow, interpretation of these statements; examples and cases.</p> <p>Qualifikationsziele</p> <p>Upon successful completion of this course the students will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> define and use accounting terminology; analyze and record business transactions in a manual and computerized environment; understand the complete accounting cycle; prepare financial statements; apply accounting concepts related to cash and payroll, receivables, payables, inventory and plant assets. 				

“Management Competencies”

Modul 522021 Leadership				
GEMA	1. Semester	3 SWS	5 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/89
Lehrform				Seminar
Veranstaltungstyp				Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> i.d.R. im Fall Semester semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Paper & Präsentation
Prüfungsumfang bzw. -dauer				variabel
Modulverantwortlicher				Prof. Dr. habil. Josef Wieland Leadership Excellence Institute Zeppelin LEIZ E-Mail: direktor.leiz@zu.de
Teilnahmevoraussetzungen				keine
Verwendbarkeit des Moduls				Master-Pflichtbereich
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> Einführung in die Kursinhalte, Paper; Grundlagen des individuellen Verhaltens; Motivation: vom Konzept zur Anwendung; Arbeitsgruppen verstehen Macht und Politik Konflikte und Verhandlungen Führungstheorien Unternehmenskultur <p>Qualifikationsziele</p> <ul style="list-style-type: none"> Nach dem erfolgreichen Abschluss des Kurses sind die Studenten in der Lage menschliches Verhalten in Unternehmen zu verstehen und aus unterschiedlichen theoretischen Perspektiven zu analysieren grundsätzliche Ansätze und aktuelle Themen im Bereich Leadership zu diskutieren Den komplexen Prozess des Aufbaus, der Pflege und der Veränderung einer Unternehmenskultur zu beschreiben Unternehmerische Konzepte und Ideen denen sie in Unternehmen begegnen, sowie kulturelle und politische Institutionen kritisch zu evaluieren Fundierte Handlungsempfehlungen zur Verbesserung der unternehmerischen Leistung zu geben <p>Literatur</p> <p>Yukl, G. (2009). Leadership in Organizations (7th edition). Pearson.</p> <p>Northouse, P 2013, Leadership : Theory And Practice / Peter G. Northouse. Sage.</p> <p>Padilla, A 2013, Leadership : Leaders, Followers, Environments. Wiley.</p>				

Modul 522022 Open Innovation				
GEMA	1. Semester	3 SWS	5 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/89
Lehrform			Seminar	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> i.d.R. im Fall Semester semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Präsentation Hausarbeit	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			variabel	
Modulverantwortlicher			Prof. Dr. Ellen Enkel Dr. Manfred Bischoff Institute of Innovation Management of Airbus Group E-Mail: ellen.enkel@zu.de	
Teilnahmevoraussetzungen			keine	
Verwendbarkeit des Moduls			Master-Pflichtbereich Das Modul ist die ideale Einführung in die betriebliche Praxis des Innovationsmanagements sowie seiner theoretischen Basis.	
Inhalte				
<p>Das Modul führt ein in kooperative Innovationsprozesse und neue Innovationsstrategien wie dem Open Innovation Ansatz. Dies ist der dominante Innovationsansatz in Europa. Es soll das Management von Technologien und Innovationen durch Praxisbeispiele und eigene Anwendung erlernt werden. Anhand von exemplarischen Materialien und Anwendungsbeispielen (Studien, Praxisbeispiele, Unternehmensbesuche, etc.) werden die Studierenden mit folgenden Gegenständen vertraut gemacht:</p> <ul style="list-style-type: none"> Wissenschaftliche Grundlagen des Technologie- und Innovationsmanagements; Neue Innovationsansätze wie Open Innovation und Cross Industry Innovation; Kundenintegration und deren Risiken; Intra- und Interorganisatorische Netzwerke; Besondere Herausforderungen des Fuzzy Front End; Innovationskultur und Kreativitätsmethoden. 				
Qualifikationsziele				
<p>Die Studenten lernen, eigenständige wissenschaftliche Forschung im Gebiet Technologie- und Innovationsmanagement zu betreiben und Unternehmen zu beraten. Die Studenten verstehen den Nutzen kooperativer Innovationsprozesse, können die inhärenten Barrieren überwinden und diese selbst gestalten.</p>				
Literatur				
<p>Die Studenten lesen für jeden Kurstag einen wissenschaftlichen Artikel zum Tagesthema der im zuhause bereitgestellt wird.</p>				

Modul 522023 Entrepreneurship				
GEMA	2. Semester	3 SWS	5 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/89
Lehrform				Seminar
Veranstaltungstyp				Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> i.d.R. im Spring Semester semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Geschäftsmodell Business Plan Venture Pitch
Prüfungsumfang bzw. -dauer				Geschäftsmodell: 10-12 Slides Business Plan: 30-40 Seiten Venture Pitch: 10-12 Slides
Modulverantwortlicher				Prof. Dr. Reinhard Prügl Lehrstuhl für Innovation, Technologie & Entrepreneurship am Friedrichshafener Institut für Familienunternehmen E-Mail: reinhard.pruegl@zu.de
Teilnahmevoraussetzungen				keine
Verwendbarkeit des Moduls				Master-Pflichtbereich, eMA FESH
Inhalte				
<p>Das Modul behandelt unternehmerisches Denken und Handeln in zwei unterschiedlichen Kontexten (jeweils im Wechsel zwischen Fall Term und Spring Term): (1) etablierte Unternehmen, mit einem besonderen Fokus auf Familienunternehmen und (2) Neugründungen, mit einem besonderen Fokus auf die Start-up-Phase.</p> <p>Ad (1) Familienunternehmen sind mit rund drei Mio. Firmen die tragende Säule der deutschen Volkswirtschaft. Entsprechend zeigt sich auch die Entwicklung im deutschsprachigen Ausland. Sie zeichnen sich unter anderem durch ihre auf Langfristigkeit angelegten Unternehmensstrategien, ihre Verankerung in der Region und ihre hohe Wertorientierung aus. Der bisherige Fokus der Forschungsansätze an deutschen Universitäten hat bereits wichtige und weiter zu intensivierende Lösungsansätze für die aktuellen strategischen und operativen Herausforderungen von Familienunternehmen erarbeitet. Interdisziplinäre Forschung und Nachfolgerqualifizierung sowie eine speziell an den Bedürfnissen von Familienunternehmen orientierte Unternehmergebung stehen in diesem Teil im Vordergrund. Beleuchtet werden sowohl die Theoriearbeit als auch empirische Analysen.</p> <p>Ad (2) Neugründungen, insbesondere auf Basis von innovativen Geschäftsmodellen, werden aufgrund der sich immer schneller ändernden Rahmenbedingungen, zunehmend zu einer wichtigen Karrierealternative für Studierende in unterschiedlichen Studienfächern. Wissen darüber, wie insbesondere die Start-up-Phase einer innovativen Neugründung ausgestaltet werden kann,</p>				

wird daher zunehmend zu einer Kernkompetenz von Studienabgängern. Beleuchtet werden sowohl die Theoriearbeit als auch empirische Analysen. Darauf aufbauend werden im Rahmen einer Gruppenarbeit ein innovatives Geschäftsmodell, ein Business plan sowie ein Venture Pitch zu einer potenzialträchtigen Gründungsgelegenheit erarbeitet. Damit wird der immer wieder geforderten Handlungsorientierung im Rahmen der Ausprägung unternehmerischer Fähigkeiten Rechnung getragen.

In beiden Teilen zusammengenommen stehen insbesondere die Themen Gründung, Geschäftsmodell, Geschäftsplan, Recht und Steuern, Finanzierung, Corporate Governance, und Verantwortung im weiteren Kontext der anderen universitären Departments für Politik- sowie Kultur- und Kommunikationswissenschaften im Vordergrund.

Qualifikationsziele

Die Studierenden lernen, eigenständig aktuelle wissenschaftliche Forschung in den Gebieten Gründung, Corporate Entrepreneurship und Familienunternehmen zu durchdringen, zu hinterfragen und anschließend entsprechend anzuwenden.

Literatur

Aktuelle Papers, Bücher und Fallstudien zu den Themen Gründung, Corporate Entrepreneurship, Innovation und Familienunternehmen.

„Economics & Law“ (3 aus 4)

Modul 522031 Handels- & Gesellschaftsrecht				
GEMA	2. Semester	3 SWS	5 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/89
Lehrform				Vorlesung Fallbearbeitung
Veranstaltungstyp				Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> i.d.R. im Spring Semester semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Klausur
Prüfungsumfang bzw. -dauer				90 min.
Modulverantwortlicher				Prof. Dr. Georg Jochum Lehrstuhl für Öffentliches Recht, Steuer- und Europarecht und Recht der Regulierung E-Mail: georg.jochum@zu.de
Teilnahmevoraussetzungen				Grundkenntnisse im Bürgerlichen Recht
Verwendbarkeit des Moduls				Master-Pflichtbereich
Inhalte				
Handelsrecht				
Kaufmann;				
Firma;				
Prokura;				
Handelsvertreter;				
Handelskauf;				
Grundzüge des Bilanzrechts;				
Gesellschaftsrecht				
Verein, GbR;				
OHG, KG;				
GmbH;				
AG;				
Recht der Non-Profit-Unternehmen (Gemeinnützigkeit).				
Qualifikationsziele				
Die Studierenden				
erkennen das Zusammenspiel des Handelsrechts mit dem täglichen Wirtschaftsleben und können diesbezügliche Geschäfte juristisch einordnen;				
überblicken das Ineinandergreifen des Handelsrechts mit dem allgemeinen Zivilrecht;				
erkennen die wesentlichen Grundlagen ordnungsgemäßer Bilanzierung;				

- | können die verschiedenen Gesellschaftsformen identifizieren und wissen um deren juristische Behandlung
- | lernen die Vorgaben des Gesellschaftsrechts bei grundsätzlichen Unternehmensentscheidungen mit einzubeziehen;
- | wissen um die Besonderheiten bei Non-Profit-Unternehmen.

Literatur

Brox / Henssler, Handelsrecht, 21. Auflage, 2011; Lettl, Handelsrecht: ein Studienbuch, 2011;
Hüffer/Koch, Gesellschaftsrecht, 8. Auflage, 2011; Kindler, Grundkurs Handels- und Gesellschaftsrecht, 6. Auflage, 2011

Modul 522032 Mirco Economics				
GEMA	1. Semester	3 SWS	5 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/89
Lehrform			Seminar	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> i.d.R. im Fall Semester semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Klausur	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			90 min.	
Modulverantwortlicher			Prof. Dr. Wolfgang Schulz Lehrstuhl für Mobilität, Handel & Logistik E-Mail: wolfgang.schulz@zu.de	
Teilnahmevoraussetzungen			Abrufbares Abiturwissen in Mathematik, insbesondere Ableitungen; Grundlagen der Optimierung unter Nebenbedingungen (Lagrange-Funktion)	
Verwendbarkeit des Moduls			Master-Pflichtbereich Als komplementäres Modul zur Makroökonomie befähigt dieses Modul die systemische Betrachtung ökonomischer Prozesse.	
Inhalte				
Grundlagen der mikroökonomischen Haushalts-, Produktions- und Markttheorie;				
Anwendung mikroökonomischer Konzepte auf aktuelle wirtschaftspolitische Problemstellungen;				
Regulierung und Deregulierung von Märkten;				
Moderne Ansätze der Mikroökonomie				
Das Cantillon-Paradigma				
Qualifikationsziele				
Die Studierenden				
werden zur mikroökonomischen Analyse arbeitsteiliger Koordinations- und Marktprozesse befähigt;				
erlangen die Fähigkeit, die Funktionsweise von Märkten und die Bedeutung von staatlichen Markteingriffen zu beurteilen;				
lernen die Prinzipien der Gestaltung von Anreizsystemen und Institutionen zu verstehen.				
Literatur				
Varian (2012): Grundzüge der Mikroökonomik, Oldenbourg, 8., überarb. u. erw. Aufl.				
Pindyck und Rubinfeld (2009): Mikroökonomie, Pearson Studium, 7. Aufl.				
MasColell; Whinston und Green (1995): Microeconomic Theory, Oxford University Press.				
Sydsaeter und Hammond (2006): Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler. Basiswissen mit Praxisbezug, Pearson Studium.				
Siebert (2007), Einführung in die Volkswirtschaftslehre, 15. Aufl.				

Modul 522033 Macro Economics				
GEMA	2. Semester	3 SWS	5 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/89
Lehrform			Seminar	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> i.d.R. im Spring Semester semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Klausur	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			90 min.	
Modulverantwortlicher			Prof. Dr. Jarko Fidrmuc ZEPPELIN-Lehrstuhl für Internationale Wirtschaftstheorie & -politik E-Mail: jarko.fidrmuc@zu.de	
Teilnahmevoraussetzungen			keine	
Verwendbarkeit des Moduls			Master-Pflichtbereich Als komplementäres Modul zur Mikroökonomie befähigt dieses Modul die systemische Betrachtung ökonomischer Prozesse.	
Inhalte				
Einführung Grundlagen der makroökonomischen Analyse und Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung				
Makroökonomische Analyse der kurzen Frist Kurze Frist: Gütermarkt Geld- und Finanzmärkte Die IS-Kurve (Güternachfrage und Zinsen) IS-LM-Modell				
Makroökonomische Analyse der mittleren Frist Arbeitsmarkt AS-AD Modell Dynamische Analyse und Phillipskurve				
Außenwirtschaftliches Gleichgewicht Außenwirtschaftliches Gleichgewicht Makroökonomische Analyse der Finanzkrise				
Qualifikationsziele				
Die Studenten erlangen die Fähigkeit, die Funktionsweise der wirtschaftspolitischen Maßnahmen zu beurteilen; diskutieren die Auswirkungen der Fiskal- und Geldpolitik auf die Wirtschaft und ; verstehen die makroökonomischen und politisch-ökonomischen Modelle und lernen diese auf aktuelle wirtschaftspolitische Frage- und Problemstellungen der Weltwirtschaft anzuwenden.				

Literatur

Blanchard, Olivier, Illing, Gerhard (2014): Makroökonomik, 6. aktualisierte und erweiterte Auflage, München.

Forster, J., U. Klüh und S. Sauer (2009), Übungen zur Makroökonomie, 3. Auflage, Pearson Studium.

Modul 522034 Ökonomische Entscheidungstheorien				
GEMA	1. Semester	3 SWS	5 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/89
Lehrform			Seminar und Übung	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> i.d.R. im Fall Semester semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Präsentation	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			Themenbasierte Präsentation von ca. 45 – 60 min.	
Modulverantwortlicher			Jun. Prof. Marco Hubert Juniorprofessur für Innovation und Entrepreneurship, insbesondere Innovationskommunikation und Verhaltensforschung im Dr. Manfred Bischoff Institut für Innovationsmanagement der Airbus Group E-Mail: marco.hubert@zu.de	
Teilnahmevoraussetzungen			Statistik, evtl. Fähigkeiten im Umgang mit Experimentalliteratur und - forschung	
Verwendbarkeit des Moduls			Master-Pflichtbereich Grundlage für Module mit entscheidungsrelevanten Inhalten und Fragestellungen (z.B. Brand Management)	
Inhalte In der Veranstaltung werden die Grundlagen ökonomischer Theorien und Konzepte von "Entscheidungen bei Unsicherheit" vermittelt. Wesentlicher Schwerpunkt ist dabei die Vermittlung axiomatischer Entscheidungstheorien (Erwartungsnutzentheorie, Prospect Theory) und darauf aufbauende neuere Entwicklungen und Veränderungen. In diesem Zusammenhang werden neben den Konzepten der Modellierung von Risikoeinstellungen (Risikoaversion, Verlustaversion etc.) beispielsweise Framing-Effekte, Endowment-Effekte und weitere entscheidungsrelevante Faktoren eingeführt und diskutiert. Zusätzlich sollen Erkenntnisse aus der Psychologie und der Neurowissenschaften ergänzt werden. Die Studierenden sollen mit Hilfe des Kurses in der Lage sein, konkrete Entscheidungsprobleme bei Unsicherheit erkennen und analysieren zu können. Außerdem sollen die Studierende durch das Studium der experimentellen Literatur befähigt werden, verhaltenstheoretische Überlegungen in die Beurteilung von konkreten Entscheidungssituationen (in Politik, Kultur und Wirtschaft) einfließen zu lassen.				
Qualifikationsziele Verständnis der Grundlagen wesentlicher Entscheidungstheorien Verstehen axiomatischer Theorien "rationalen" Entscheidens Erkennen und Verstehen von "Verhaltensanomalien" in der Entscheidungsfindung Erwerb der Fähigkeit Entscheidungsprobleme bei Unsicherheit analysieren zu können.				

Literatur

Der Kurs basiert auf Literatur und Artikeln, die in der ersten Veranstaltung angekündigt werden. Artikel sind u.a.:

Kahneman, Daniel, and Amos Tversky. "Prospect theory: An analysis of decision under risk." *Econometrica: Journal of the Econometric Society* (1979): 263-291.

Tversky, Amos, and Daniel Kahneman. "Judgment under uncertainty: Heuristics and biases." *science* 185.4157 (1974): 1124-1131.

"Methods" (3 aus 4)

Modul 522041 Wirtschaftsmathematik				
GEMA	1. Semester	3 SWS	5 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/89
Lehrform				Vorlesung
Veranstaltungstyp				Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> i.d.R. im Fall Semester semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Klausur
Prüfungsumfang bzw. -dauer				90 min.
Modulverantwortlicher				Prof. Dr. Marcel Prokopczuk Lehrstuhl für empirische Kapitalmarktforschung und Ökonometrie E-Mail: marcel.prokopczuk@zu.de
Teilnahmevoraussetzungen				Bei allen Teilnehmern wird ein Kenntnisstand an mathematischen Grundlagen vorausgesetzt, der mindestens abrufbares Abiturwissen in folgenden Bereichen umfasst: Berechnung von Potenzen Sinus, Cosinus, Tangens Differenzieren: Produktregel Polynomdivision Integrieren Logarithmieren Grundlagen Folgen und Reihen Lösen quadratischer Gleichungen. Hierzu wird bereits im ersten Studienjahr ein entsprechendes Tutorium angeboten.
Verwendbarkeit des Moduls				Master Pflichtbereich
Inhalte				
Die Studierenden werden in die Lage versetzt, ökonomische Probleme mathematisch zu beschreiben und mit mathematischen Methoden zu lösen. Inhalte sind:				
Grundlagen				
Ausgewählte Funktionen				
Folgen und Reihen				
Grundlagen der Finanzmathematik				
Differentialrechnung				
Integralrechnung				
Lineare Algebra				

Modul 522042 Statistik				
GEMA	1. Semester	3 SWS	5 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/89
Lehrform				Vorlesung Übung oder Tutorium
Veranstaltungstyp				Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> i.d.R. im Fall Semester semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Klausur
Prüfungsumfang bzw. -dauer				90 min.
Modulverantwortlicher				Prof. Dr. Marcel Prokopczuk Lehrstuhl für empirische Kapitalmarktforschung und Ökonometrie E-Mail: marcel.prokopczuk@zu.de
Teilnahmevoraussetzungen				Bei allen Teilnehmern wird ein Kenntnisstand an mathematischen Grundlagen vorausgesetzt, der mindestens abrufbares Abiturwissen in folgenden Bereichen umfasst: Berechnung von Potenzen Sinus, Cosinus, Tangens Differenzieren: Produktregel Polynomdivision Integrieren Logarithmieren Grundlagen Folgen und Reihen Lösen quadratischer Gleichungen. Hierzu wird bereits im ersten Studienjahr ein entsprechendes Tutorium angeboten.
Verwendbarkeit des Moduls				Master Pflichtbereich
Inhalte				
Die Studierenden erlernen das Analysieren und Prognostizieren mit quantitativen, vor allem statistischen Methoden in den Sozial- und Wirtschaftswissenschaften. Anhand konkreter Übungsaufgaben erlernen die Studierenden verschiedene Verwendungszusammenhänge statistischer Verfahren in Wissenschaft und Praxis. Inhalte sind:				
Häufigkeitsverteilungen				
Statistische Kennzahlen				
Konzentrationsmessung				
Indizes				
Korrelation und Regression				
Wahrscheinlichkeitsrechnung				
Diskrete Zufallsvariable und Verteilungen				
Stetige Zufallsvariable und Verteilungen				
Gesetz der großen Zahlen und zentraler Grenzwertsatz				
Statistisches Schätzen und Testen				

Modul 522043 Ökonometrie				
GEMA	2. Semester	3 SWS	5 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/89
Lehrform			Vorlesung Übung oder Tutorium	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> i.d.R. im Spring Semester semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Klausur	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			90 min.	
Modulverantwortlicher			Prof. Dr. Marcel Prokopczuk Lehrstuhl für empirische Kapitalmarktforschung und Ökonometrie E-Mail: marcel.prokopczuk@zu.de	
Teilnahmevoraussetzungen			Modul 522041 und 522042	
Verwendbarkeit des Moduls			Master Pflichtbereich	
Inhalte				
Die Studierende erlernen elementare ökonometrische Methoden. Der Schwerpunkt liegt auf dem linearen Regressionsmodell und dessen praktischer Anwendung. Die Theorie wird durch PC-Übungen mit Hilfe des Statistikprogramms R veranschaulicht. Inhalte sind:				
Grundkonzepte der Wahrscheinlichkeitstheorie				
Das einfache Regressionsmodell				
Erweiterungen des einfachen Regressionsmodells				
Das multiple Regressionsmodell				
Regression mit binären Variablen				

Modul 522044 Quantitative Sozialforschung				
GEMA	2. Semester	3 SWS	5 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/89
Lehrform			Seminar und Übung	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> i.d.R. im Spring Semester semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			variabel	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			variabel	
Modulverantwortlicher			Prof. Dr. Marcel Prokopczuk Lehrstuhl für empirische Kapitalmarktforschung und Ökonometrie E-Mail: marcel.prokopczuk@zu.de	
Teilnahmevoraussetzungen			Modul 522041 und 522042	
Verwendbarkeit des Moduls			Master Pflichtbereich	
Inhalte				
<p>Der Schwerpunkt der Lehrveranstaltung liegt auf der Durchführung eigener, sozial- und wirtschaftswissenschaftlicher Forschungsprojekte sowie auf der softwaregestützten quantitativen Datenanalyse (z. B. im Rahmen von Meinungs- und Marktforschungsstudien). Inhalte sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> Kritische Betrachtung von Forschungsprozessen Entwicklung von Forschungsdesigns Einführung und Vertiefung in die quantitativen Methoden der empirischen Sozialforschung Vertiefung und praktische Anwendungen zu Stichprobenverfahren Vertiefung des Themenbereichs der quantitativen Datenerhebung; experimentelle Designs Datenanalyse 				

Master Wahlpflichtbereich (3.-4. Semester)

„General Management“ (2 aus 4)

Modul 542011 Marketing & Brand Management				
GEMA	3.-4. Semester	3 SWS	5 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/89
Lehrform				Seminar
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Präsentation Seminararbeit
Prüfungsumfang bzw. -dauer				variabel
Modulverantwortlicher				Jun. Prof. Dr. Marco Hubert Juniorprofessur für Innovation und Entrepreneurship, insbesondere Innovationskommunikation und Verhaltensforschung im Dr. Manfred Bischoff Institut für Innovationsmanagement der Airbus Group E-Mail: marco.hubert@zu.de
Teilnahmevoraussetzungen				keine
Verwendbarkeit des Moduls				Master Wahlpflichtbereich
Inhalte				
<p>Für die Entwicklung langfristig erfolgreicher Markenstrategien sind Kenntnisse der psychologischen Wirkungen des Markenmanagements unverzichtbar. In dieser Veranstaltung werden die Funktionen und die Steuerungsmechanismen von Marken aus interdisziplinärer Perspektive betrachtet. Wissenschaftlich fundiert und praxisrelevant werden aktuelle Erkenntnisse zu den psychologischen und marketingtechnischen Grundlagen der Markenführung vorgestellt. Die Umsetzung der dargestellten Ansätze wird mit Fallstudien aus der Praxis verdeutlicht. Wichtige Themen sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> Identitätsorientierte Markenführung Markenpersönlichkeit Markenwert Marken-Kunden-Beziehungen Markenkommunikation Sponsoring Corporate Branding Co-Branding. Neue Entwicklungen im Markencontrolling 				

Qualifikationsziele

| Kennen der wesentlichen psychologischen und marketingtechnischen Grundlagen der Markenführung

| Befähigt Problempunkte bei der Führung von Marken zu erkennen und effektive Steuerungs- und Controllingmechanismen zu etablieren

Literatur

Florack, A., Scarabis, M. & Primosch, E. (2007). Psychologie der Markenführung. München: Vahlen

Modul 542012 Organisation & Netzwerktheorie				
GEMA	3.-4. Semester	3 SWS	5 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/89
Lehrform			Seminar Selbststudium	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> i.d.R. im Fall Semester semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Hausarbeit	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			10 Seiten Umfang bei einem Autor, 15 bei zwei Autoren	
Modulverantwortlicher			Prof. Dr. Alfred Kieser Lehrstuhl für Managementtheorie E-Mail: alfred.kieser@zu.de	
Teilnahmevoraussetzungen			keine	
Verwendbarkeit des Moduls			Master Wahlpflichtbereich	
Inhalte				
<p>Wir leben in einer Organisationsgesellschaft. In einer Organisation sind wir (mit großer Wahrscheinlichkeit) zur Welt gekommen, unsere Ausbildung wurde uns in einer oder mehreren Organisationen vermittelt, wir arbeiten in einer Organisation oder in mehreren Organisationen gleichzeitig, wir gehen unseren Hobbies in Organisationen nach und wir werden voraussichtlich unser Leben in einer Organisation beenden. Organisationsnetzwerke werden immer bedeutsamer. Organisationen kooperieren, weil sie auf diese Weise Projekte realisieren können, die sie auf sich gestellt nicht oder nur in einer sehr viel längeren Zeit bewältigt bekämen. In diesem Seminar werden verschiedene Theorien zur Erklärung und Gestaltung von Organisationen und Organisationsnetzwerken abgehandelt. Theorien werden eingesetzt, um u.a. folgende Fragen zu diskutieren: Wie können Spezialisten unterschiedlicher Ausprägung über Abteilungen und über Organisationen hinweg produktiv zusammenarbeiten? Wie entscheiden Unternehmen darüber, welche Leistungen sie selbst erstellen, welche sie zusammen mit anderen Unternehmen erstellen und welche sie von anderen Unternehmen beziehen? Warum erhöht es die Wahrscheinlichkeit des Auftretens von Innovationen, wenn Unternehmen mit Unternehmen kooperieren, mit denen sie noch nicht kooperiert haben und die anders sind als sie? Weshalb arbeiten Menschen motiviert in Open Source Netzwerke, obwohl sie keine Bezahlung erhalten? Wie wird die Arbeit in Open Source Netzwerken, die weitgehend ohne Hierarchie und vorgegebene Regeln arbeiten, koordiniert? Sind Netzwerke dabei, Organisationen traditioneller Art zu ersetzen?</p>				
Qualifikationsziele				
<p>Die Teilnehmer dieses Seminars lernen verschiedene Theorien kennen – u.a. Bürokratiethorie, neue Institutionentheorie, Entscheidungstheorien, Theorien des organisationalen Lernens, soziologische Netzwerktheorien – die sie befähigen, Strategien und Aktivitäten von Organisationen und Organisationsnetzwerken zu erklären. Dieses Wissen erweist sich auch für die Wahrnehmung von Managementaufgaben in Organisationen und Organisationsnetzwerken als nützlich.</p>				
Literatur				
<p>Parmigiani, Anne; Rivera-Santos, Miguel 2011: Clearing a path through the forest: A meta-review of interorganizational relationships. <i>Journal of Management</i> 37: 1108-1136.</p>				

Modul 542013 Personalökonomik				
GEMA	3.-4. Semester	3 SWS	5 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/89
Lehrform			Seminar	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> i.d.R. im Spring Semester semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Klausur Referat	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			60-minütige Klausur 20-minütiges Referat	
Modulverantwortlicher			Prof. Dr. Christian Opitz ZF Friedrichshafen-Lehrstuhl für Unternehmensführung & Personalmanagement E-Mail: christian.opitz@zu.de	
Teilnahmevoraussetzungen			keine	
Verwendbarkeit des Moduls			Master Wahlpflichtbereich	
Inhalte				
Betriebliche Qualifizierung und Investitionen in Humankapital Kündigungen, Entlassungen, Abfindungen Rekrutierungsstrategien bei asymmetrischer Informationsverteilung Beförderungen und Turniere Entlohnung nach Dienstalter, Lineare Anreizlöhne und Sonderzahlungen Teamarbeit Nicht-monetäre Entlohnungskomponenten				
Qualifikationsziele				
Die Studierenden erlernen theoretische und empirische Grundlagen des Personalmanagements aus einer personalökonomischen Perspektive; kennen wichtige Handlungsfelder der betrieblichen Personalarbeit und können Aufgaben- und Problembereiche in diesen Feldern theoretisch fundiert bearbeiten; erwerben vertiefte Kenntnisse auf den Gebieten der Qualifizierung, Rekrutierung, Beförderung und Entlohnung; können einen aktiven Beitrag zur Gestaltung effizienzorientierter Anreizsysteme in Unternehmen sowie kulturellen und politischen Institutionen leisten.				
Literatur				
Backes-Gellner, U./Lazear, E./Wolff, B. (2001): Personalökonomik. Stuttgart; Verschiedene Aufsätze aus wissenschaftlichen Fachzeitschriften.				

Modul 542014 Supply Chain Management				
GEMA	3.-4. Semester	3 SWS	5 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/89
Lehrform			Seminar	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> i.d.R. im Fall Semester semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			variabel	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			variabel	
Modulverantwortlicher			Prof. Dr. Wolfgang Schulz Lehrstuhl für Mobilität, Handel & Logistik E-Mail: wolfgang.schulz@zu.de	
Teilnahmevoraussetzungen			Betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Grundkenntnisse	
Verwendbarkeit des Moduls			Master Wahlpflichtbereich Im Rahmen der generalistischen Ausbildung vertieft dieses Modul das Verständnis für Logistikprozesse	
Inhalte				
Entwicklung der Logistik				
Logistik-Treiber				
Logistik-Standort Deutschland				
Local und global Sourcing				
Lagerung und Warehouse Management				
Logistische Netzwerke				
Finanzierung in der Logistik (Supply Chain Finance)				
IT in der Logistik				
Spezielle Logistik				
Neue Geschäftsfelder der Logistik				
Nachhaltigkeit in der Logistik				
Qualifikationsziele				
Ziel ist es, den Studierenden zu vermitteln, dass eine bloße Beschränkung auf die funktionalen Managementelemente, die deskriptive Logistikentwicklung sowie die Rahmen- und Strukturbedingungen für Logistik in Deutschland in der heutigen Zeit für „fitness for logistics“ zwar ausreichen würde, aber in der heutigen Zeit „fitness of logistics“ die Anforderung ist für ein nachhaltiges Wachstum der Logistikindustrie ist.				

„Managing Diversity & Diversity in Globalization“

Modul 542021 Managing Diversity				
GEMA	3.-4. Semester	3 SWS	5 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/89
Lehrform				Seminar
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> i.d.R. im Spring Semester semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Paper & Präsentation
Prüfungsumfang bzw. -dauer				variabel
Modulverantwortlicher				Prof. Dr. habil. Josef Wieland Leadership Excellence Institute Zeppelin LEIZ E-Mail: direktor.leiz@zu.de
Teilnahmevoraussetzungen				keine
Verwendbarkeit des Moduls				Master Wahlpflichtbereich
Inhalte				
<p>Das managen von Unterschieden in Unternehmen, sowie von individuellen globalen Führungspersonen/Managern; wie manage ich Unterschiede, wie managen Unternehmen Unterschiede? Strategien und weitere Entwicklungsbereiche werden noch erarbeitet. Dieses Modul beschäftigt sich außerdem mit den kulturellen Herausforderungen denen man in einem globalen Kontext begegnet, sowie mit Werkzeugen und Ansätzen um mit diesen Herausforderungen umzugehen. Wir wollen verstehen was Kultur ist und dann mit Hilfe von Fallstudien tiefer in den Business- und Unternehmenskontext eintauchen, indem wir den Blickwinkel eines Praktikers einnehmen.</p>				
Qualifikationsziele				
<p>Das Beobachten des historischen Kontextes, der theoretischen Konzepte, sowie der eigenen Art und Weise mit Unterschieden in einer globalen Umwelt umzugehen; zukünftige Entwicklungsbereiche aufzeigen; Diversität in Echtzeit-Situationen verstehen und managen.</p>				
Literatur				
<p>Prasad and J. K. Pringle (eds), Handbook of Workplace Diversity, London: Sage.</p> <p>Stahl, G. K., Mendenhall, M. E., & Oddou, G. R. (Eds.). (2012). Readings and Cases in International Human Resource Management and Organizational Behavior, 5th ed. New York and Milton Park: Routledge.</p> <p>Thomas, D. A. (2001). 'The truth about mentoring minorities: race matters', Harvard Business Review, 79, pp. 98–107.</p> <p>Thomas, D. C. (2008). Cross-Cultural Management: Essential Concepts, 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage.</p> <p>Prasad and J. K. Pringle (eds), Handbook of Workplace Diversity, London: Sage.</p>				

Stahl, G. K., Mendenhall, M. E., & Oddou, G. R. (Eds.). (2012). *Readings and Cases in International Human Resource Management and Organizational Behavior*, 5th ed. New York and Milton Park: Routledge.

Thomas, D. A. (2001). 'The truth about mentoring minorities: race matters', *Harvard Business Review*, 79, pp. 98–107.

Thomas, D. C. (2008). *Cross-Cultural Management: Essential Concepts*, 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage.

Modul 542022 Diversity in Globalization				
GEMA	3.-4. Semester	3 SWS	5 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/89
Lehrform			Seminar	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> i.d.R. im Spring Semester semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Paper & Präsentation	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			variabel	
Modulverantwortlicher			Prof. Dr. habil. Josef Wieland Leadership Excellence Institute Zeppelin LEIZ E-Mail: direktor.leiz@zu.de	
Teilnahmevoraussetzungen			keine	
Verwendbarkeit des Moduls			Master Wahlpflichtbereich	
Hintergrund				
<p>In der globalisierten Welt von heute gibt es kaum einen Sektor der nicht in irgendeiner Form mit der globalen Wirtschaft verknüpft ist. Durch den technologischen Fortschritt in der Transport- und Kommunikationsindustrie werden Wertschöpfungsketten immer weiter und tiefer ausgedehnt und fortlaufend verschwindende Grenzen bringen den globalen Wettbewerb direkt zu uns. Unternehmen können dies entweder als Gefahr einschätzen und eine Abwehrhaltung einnehmen, oder aber die Möglichkeiten nutzen um neue Märkte zu durchdringen und Diversität in ihre menschlichen, finanziellen, sowie natürlichen Ressourcen zu bringen. Immer häufiger entscheiden sich Unternehmen für letzteres, ohne zwangsläufig auf die Komplexität und die Herausforderung die die Veränderung birgt, vorbereitet zu sein.</p>				
Inhalte				
<p>Das managen von Unterschieden in Unternehmen, sowie von individuellen globalen Führungspersonen/Managern; wie manage ich Unterschiede, wie managen Unternehmen Unterschiede? Strategien und weitere Entwicklungsbereiche werden noch erarbeitet. Dieses Modul beschäftigt sich außerdem mit den kulturellen Herausforderungen denen man in einem globalen Kontext begegnet, sowie mit Werkzeugen und Ansätzen um mit diesen Herausforderungen umzugehen. Wir wollen verstehen was Kultur ist und dann mit Hilfe von Fallstudien tiefer in den Business- und Unternehmenskontext eintauchen, indem wir den Blickwinkel eines Praktikers einnehmen.</p>				
Qualifikationsziele				
<p>Das Beobachten des historischen Kontextes, der theoretischen Konzepte, sowie der eigenen Art und Weise mit Unterschieden in einer globalen Umwelt umzugehen; zukünftige Entwicklungsbereiche aufzeigen; Diversität in Echtzeit-Situationen verstehen und managen.</p>				
Literatur				
<p>Bartlett, C., Ghoshal, S., & Beamish, P. W. (2008). Transnational Management: Text, Cases & Readings in Cross-Border Management, 5th ed. New York: McGraw-Hill/Irwin.</p>				

- D. Held and A. McGrew (eds.) (2003) *The Global Transformations Reader*, 2nd ed. Cambridge: Polity
- G. Ritzer (2011) *Globalization: the essentials*, Oxford: Wiley-Blackwell
- Geert Hofstede, *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*. 2nd Edition, Thousand Oaks CA: Sage Publications, 2001
- Geert Hofstede, Gert Jan Hofstede, Michael Minkov, *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. 3rd Edition, McGraw-Hill USA, 2010
- L. Martell, (2010) *The sociology of globalization*, Cambridge: Polity Press
- Ozbilgin, M. and A. Tatli (2008). *Global Diversity Management: An Evidence-based Approach*. London: Palgrave.
- Prasad and J. K. Pringle (eds), *Handbook of Workplace Diversity*, London: Sage.
- Stahl, G. K., Mendenhall, M. E., & Oddou, G. R. (Eds.). (2012). *Readings and Cases in International Human Resource Management and Organizational Behavior*, 5th ed. New York and Milton Park: Routledge.
- Thomas, D. A. (2001). 'The truth about mentoring minorities: race matters', *Harvard Business Review*, 79, pp. 98–107.
- Thomas, D. C. (2008). *Cross-Cultural Management: Essential Concepts*, 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Thomas, R. R. (1990). 'From affirmative action to affirming diversity', *Harvard Business Review*, 68, pp. 107–117.
- Trompenaars F. & Hampden-Turner, C. P. (1998). *Riding the Waves of Culture. Understanding Diversity in Global Business*, 2nd ed. McGrawHill.

„Responsibility & Finance“

Modul 542031 Business Ethics				
GEMA	3.-4. Semester	3 SWS	5 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/89
Lehrform			Vorlesung mit Fallstudien	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			variabel	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			variabel	
Modulverantwortlicher			Prof. Dr. habil. Josef Wieland Leadership Excellence Institute Zeppelin LEIZ E-Mail: direktor.leiz@zu.de	
Teilnahmevoraussetzungen			keine	
Verwendbarkeit des Moduls			Master Wahlpflichtbereich	
Inhalte				
Grundsätzliche Fragen der Wirtschaftsethik;				
Modelle um Dilemmata der Wirtschaftsethik zu lösen;				
Verantwortung der Unternehmen und die relevanten Management Konzepte;				
Wertemanagement; Compliance Management; Corporate Social Responsibility (soziale Verantwortung von Unternehmen)				
Qualifikationsziele				
Die Bedeutung wirtschaftsethischer Fragestellungen im täglichen Geschäftsverlauf verstehen;				
Die jüngsten Entwicklungen im Bereich der sozialen Verantwortung von Geschäften und deren Effekt auf ihre normative Seite verstehen				
Die Instrumente kennenlernen, die aus der Managementperspektive genutzt werden können um wirtschaftsethische Fragestellungen zu beantworten				
Literatur				
<i>Carroll, A.B., Buchholtz, A.K. (2008): Business and Society: Ethics and Stakeholder Management. Mason, OH: South Western Cengage Learning</i>				
<i>Brink, A. (Ed.) (2010): Corporate Governance and Business Ethics, Series: Studies in Economic Ethics and Philosophy (SEEP), Vol. 37, Berlin, Heidelberg, New York, Tokyo: Springer</i>				
<i>Homann, K./Blome-Drees, F. (1992): Wirtschafts- und Unternehmensethik, Göttingen: UTB</i>				
<i>Küng, H., Leisinger, K.M., Wieland, J. (2010): Manifesto Globale Economic Ethic. München: dtv</i>				
<i>Sacconi, L., Blair, M., Freeman, R.E. (Eds.) (2010): Corporate Social Responsibility and Corporate Governance: The Contribution of Economic Theory and Related Disciplines. Palgrave.</i>				
<i>Steinmann, H./Löhr, A. (1994): Grundlagen der Unternehmensethik. Stuttgart: Schäffer-Poeschel</i>				
<i>Wieland, J.: Metropolis-Reihe „Studien zur Governanceethik“</i>				
<i>Wieland, J., Steinmeyer, R., Grüniger, S. (Hrsg.) (2010): Handbuch Compliance Management. Erich Schmidt Verlag (ESV)</i>				
Wieland, J. (2014): "Governance Ethics: Global Value Creation, Economic Organization and Normativity"				

Modul 542032 Capital Market Theory				
GEMA	3.-4. Semester	3 SWS	5 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/89
Lehrform			Vorlesung / Übung	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> i.d.R. im Fall Semester semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Klausur	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			90 min.	
Modulverantwortlicher			Prof. Dr. Mark Mietzner Lehrstuhl für Finanzierung am FIF E-Mail: mark.mietzner@zu.de	
Teilnahmevoraussetzungen			Mathematik, Statistik, Finanzierung	
Verwendbarkeit des Moduls			Master Wahlpflichtbereich	
Inhalte				
Financial Markets and Securities				
Choice under Uncertainty				
Portfolio Theory				
CAPM				
APT				
Efficient Capital Markets: Theory and Evidence				
Introduction to Derivatives Securities				

“R&D Metrics & Knowledge Management”

Modul 542041 R&D Metrics				
GEMA	3.-4. Semester	3 SWS	5 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/89
Lehrform			Seminar und eigene Forschung	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> i.d.R. im Spring Semester semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Fallstudie Präsentation (Einzel und Gruppe)	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			Gruppenhausarbeit ca. 20 Seiten, Einzel- und Gruppen-Präsentation ca. 30 min.	
Modulverantwortlicher			Prof. Dr. Ellen Enkel Dr. Manfred Bischoff Institute of Innovation Management of Airbus Group E-Mail: ellen.enkel@zu.de	
Teilnahmevoraussetzungen			keine	
Verwendbarkeit des Moduls			Master Wahlpflichtbereich Das Modul R&D Metrics bietet eine ideale Ergänzung zum Kurs Knowledge Management. Beide Module gemeinsam bereiten für eine Tätigkeit im unternehmensinternen Innovationsmanagement oder einen andere kreative Aufgabe vor.	
Inhalte				
<p>Dieses Modul beschäftigt sich mit der Förderung von Kreativität und dem Messen von Innovationsleistungen. Durch viele Praxisbeispiele sowie eigenes Erproben werden die Themen praxisorientiert vermittelt und helfen den Studenten die diskutierte Theorie auf die Praxis anzuwenden. Das interdisziplinäre Thema wird von zahlreichen wissenschaftlichen Perspektiven betrachtet. In den letzten Jahren konnten durch die Zusammenarbeit mit Unternehmen wie Telekom, Beiersdorf und Bosch aktuelle Herausforderungen der Praxis durch Studenten gelöst werden und so ein wesentlicher Beitrag für die Praxis geschaffen werden.</p> <p>Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Portfolio- and technology management; R&D metrics and key performance indicators; Enhancing creativity through creativity methods; Measurement of company performance and its influence factors; 				
Qualifikationsziele				
Die Studenten wissen und diskutieren vielfältige theoretische Ansätze im Innovations- und Technologiemanagement und können diese durch zahlreiche Beispiele aus der Praxis in der				

Unternehmenswirklichkeit wiedererkennen und anwenden.

Die Studenten führen eigene Forschung in den Gebieten Innovation, Technologie und Wissensmanagement durch und tragen so zur Erweiterung existierender oder Entwicklung neuer Theorien bei.

Die Studenten lösen aktuelle Praxisprobleme in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen und tragen so wesentlich zu neuen Erkenntnissen für die Praxis bei.

Literatur

Die Studenten lesen für jeden Kurstag einen wissenschaftlichen Artikel zum Tagesthema der im Campusnet bereitgestellt wird.

Modul 542042 Knowledge Management				
GEMA	3.-4. Semester	3 SWS	5 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/89
Lehrform			Seminar und eigene Forschung	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> i.d.R. im Spring Semester semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Fallstudie Präsentation (Einzel und Gruppe)	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			Gruppenhausarbeit ca. 20 Seiten, Einzel und Gruppen-Präsentation ca. 30 Minuten	
Modulverantwortlicher			Prof. Dr. Ellen Enkel Dr. Manfred Bischoff Institute of Innovation Management of Airbus Group E-Mail: ellen.enkel@zu.de	
Teilnahmevoraussetzungen			keine	
Verwendbarkeit des Moduls			Master Wahlpflichtbereich Das Modul soll die Themen Wissens- und Innovationsmanagement vertiefen und Anwendungspraxis vermitteln. Das Modul Knowledge Management bietet eine ideale Ergänzung zum Kurs R&D Metrics. Beide Module gemeinsam bereiten für eine Tätigkeit im unternehmensinternen Innovationsmanagement oder einen andere kreative Aufgabe vor.	
Inhalte				
<p>Der Kurs führt in seinem ersten Teil in die Theorie und in seinem zweiten Teil in die Praxis des Wissensmanagements ein. Dabei orientiert sich die Reihenfolge der Themen an der historischen Entwicklung des Feldes von der ersten Erkenntnis warum Wissen wichtig für die Unternehmensleistung ist bis zur heutigen Perspektive wie große Innovationen durch Wissensflüsse in Ökosystemen entstehen. Die theoretischen Inhalte werden durch zahlreiche Praxisbeispiele illustriert und ergänzt. Nach der Hälfte des Kurses beginnen die Studenten in Gruppen eigene Forschung durchzuführen, in dem sie Daten zu einem selbstgewählten Ökosystem sammeln, analysieren und interpretieren. Ihre Erkenntnisse erweitern die bisher kaum existierende Theorie in diesem Feld. Fallstudien des letzten Kurses waren z.B. Autonomes Fahren, das Human Genome Project oder Smart Cities um hier Wissensaustausch und Innovation in der heutigen Ökonomie zu verstehen.</p> <p>Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Knowledge based theory of the firm, dimensions of knowledge, knowledge processes; Knowledge management in practice, business goals for knowledge management; Networks for managing knowledge; 				

| Opening up the innovation process to external knowledge;

| Customer knowledge integration approaches;

Qualifikationsziele

Die Studenten wissen und diskutieren vielfältige theoretische Ansätze im Innovations- und Technologiemanagement und können diese durch zahlreiche Beispiele aus der Praxis in der Unternehmenswirklichkeit wiedererkennen und anwenden.

Die Studenten führen eigene Forschung in den Gebieten Innovation, Technologie und Wissensmanagement durch und tragen so zur Erweiterung existierender oder Entwicklung neuer Theorien bei.

Die Studenten lösen aktuelle Praxisprobleme in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen und tragen so wesentlich zu neuen Erkenntnissen für die Praxis bei.

Literatur

Die Studenten lesen für jeden Kurstag einen wissenschaftlichen Artikel zum Tagesthema der im Campusnet bereitgestellt wird.

„Managing Sustainability“

Modul 542051 Focusing on Economics & Ecology				
GEMA	3.-4. Semester	3 SWS	5 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/89
Lehrform				Seminar
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> i.d.R. im Fall Semester semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				variabel
Prüfungsumfang bzw. -dauer				variabel
Modulverantwortlicher				Prof. Dr. Dr. Manfred Moldaschl Lehrstuhl für Sozioökonomik und unternehmerisches Handeln E-Mail: manfred.moldaschl@zu.de
Teilnahmevoraussetzungen				keine
Verwendbarkeit des Moduls				Master-Wahlpflichtbereich

Theorien und Methoden der Nachhaltigkeit**Inhalte**

Der Kurs setzt sich mit der Frage auseinander, wie moderne Gesellschaften Modi des Wirtschaftens und des Konsums finden können, die mit der Tragfähigkeit des Planeten Erde auf Dauer vereinbar sind. Grenzen des Wachstums werden überall immer deutlicher, während die Vision der Entkopplung von Wirtschaftswachstum und Ressourcenverbrauch bislang immer an "Rebound-Effekten" gescheitert ist. Ist eine Postwachstumsökonomie innerhalb des Kapitalismus denkbar, oder ist diesem der Wachstumszwang immanent? Falls letzteres: welche Möglichkeiten nachhaltigeren Wirtschaftens sind dennoch innerhalb dieser Formation möglich? Welche Spielräume sind unausgeschöpft, ja unentfaltet? Sind die Bedürfnisse der Menschen grenzenlos und liegt ihre Bedürfnishierarchie fest, oder sind nachhaltige Bedürfnisstrukturen und Lebensstile denkbar? Welche anthropologischen Annahmen machen die Wirtschaftstheorien dazu? Und welche Indikatorensysteme liefern die verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen, um den Grad der Nachhaltigkeit bzw. der erzielten Fortschritte auf lokaler und nationaler Ebene zu evaluieren?

Qualifikationsziele

Die Studierenden

- | kennen Grundbegriffe, Definitionen, Strategien und Barrieren von Nachhaltigkeit auf der Ebene von Natur, Wirtschaft und Gesellschaft
- | kennen Ansätze und Methoden der ökologischen Ökonomik und können diese exemplarisch auf praktische Problemstellungen anwenden
- | verstehen, welche Auswirkungen anthropologische Grundannahmen auf wissenschaftliche Konzeptionen des Wirtschaftens haben

Praxis des Nachhaltigkeitsmanagements

Inhalte

Die Transformation moderner Gesellschaften in nachhaltigere und weniger ressourcenabhängige erzeugt Gewinner und Verlierer - wie jeder Innovationsprozess. Wer sind diese Betroffenen, wer die wirtschaftlichen und politischen Akteure, die Strategien der Nachhaltigkeit voranbringen oder konterkarieren - auf nationaler und transnationaler (oder postnationaler) Ebene. Welche neuen wirtschaftlichen Chancen ergeben sich im Rahmen von Dezentralisierung (etwa der Energieversorgung) auf regionaler und lokaler Ebene (Kommunen)? Welche Autonomie hat die Politik - auf diesen verschiedenen Ebenen - gegenüber organisierten wirtschaftlichen Interessen, die bislang mehrheitlich nicht auf Nachhaltigkeit zielen bzw. mit diesem Ziel inkompatibel sind? Welche der Ergebnisse und Methoden, die z.B. in der Management- und der Gemeindeforschung zum Thema "Change Management" entwickelt wurden, können in diesem Zusammenhang sinnvoll angewandt werden? Und wie verbreiten sich eigentlich innovative Wirtschaftsmodelle, Praktiken, Lebensstile und Konsummuster?

Qualifikationsziele

Die Studierenden

- | entwickeln Einsicht in die postnationale Dimension der Thematik
- | erarbeiten sich Urteilvermögen in spezifische Akteursverhältnisse und Beziehungsmuster zwischen Wirtschaft und Politik
- | erwerben methodisches Grundwissen zum Nachhaltigkeitsmanagement und zum "transition management" bzw. zur Intervention in komplexe soziale Systeme (Unternehmen, Kommunen, Region)
- | und lernen, wie sie selbst zur Verbreitung innovativer, nachhaltigkeitsförderlicher Praktiken beitragen können

Literatur

- Daly, H.E. & Farley, J. (2004). Ecological economics: principles and applications. Washington: Island Press.
- de Vries, B.J.M. (2012): Sustainability Science. Cambridge; Cambridge University Press.
- Ekardt, F. (2011): Theorie der Nachhaltigkeit. Rechtliche, ethische und politische Zugänge – Am Beispiel von Klimawandel, Ressourcenknappheit und Welthandel. Baden-Baden: Nomos.
- Massarrat, M. (2005): Kapitalismus, Machtungleichheit, Nachhaltigkeit. Perspektiven revolutionärer Reformen. Marburg: Metropolis.
- Siebenhüner, B. (2001): Homo Sustines. Marburg: Metropolis.
- Skidelsky, R.; Skidelsky E. (2013): Wie viel ist genug? Vom Wachstumswahn zu einer Ökonomie des guten Lebens. München: Kunstmann (engl. Orig.: How Much is Enough?: Money and the Good Life. New York, NY: Other Press 012).
- Weizsäcker, E.U.v. (2010): Faktor Fünf: die Formel für nachhaltiges Wachstum. München: Droemer (engl.: Factor Five: Transforming the Global Economy through 80% Improvements in Resource Productivity. Routledge 2009).
- Wiesenthal, H. (1991): 'Rational Choice', Unsicherheit und ökologische Rationalität. In: Beckenbach, Frank (Hrsg.): Die ökologische Herausforderung für die ökonomische Theorie. Marburg: Metropolis, 281-298

Modul 542052 Management Decisions in Uncertain Environments				
GEMA	3.-4. Semester	3 SWS	5 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 36/89
Lehrform			Seminar	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> i.d.R. im Fall Semester semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			variabel	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			variabel	
Modulverantwortlicher			Prof. Dr. Dr. Manfred Moldaschl Lehrstuhl für Sozioökonomik und unternehmerisches Handeln E-Mail: manfred.moldaschl@zu.de	
Teilnahmevoraussetzungen			keine	
Verwendbarkeit des Moduls			Master-Wahlpflichtbereich	
<p>Inhalte</p> <p>Unsicherheit ist ein entscheidendes Merkmal von Entscheidung in der Moderne. Strukturen wurden vielfältiger und weniger rigide, Traditionen orientieren das Handeln viel weniger, soziale Systeme sind viel enger miteinander vernetzt, auch weltweit, und ihr materieller und informationeller Austausch ist um ein Vielfaches schneller geworden. Diese interaktive Komplexität bedeutet für alle Entscheidungsprozesse, auch wirtschaftliche in Unternehmen, dass sie unter höherer Unsicherheit zustande kommen, flexibler sein müssen, leichter oder überhaupt revidierbar sein sollten. Die Geschichte der Organisations- und Managementforschung erkennt diese Anforderungen zunehmend an. Die Lehrveranstaltung zeichnet diesen Erkenntnisprozess nach und vergleicht verschiedene "Managementansätze" und ihre Methoden in Bezug darauf, ob und inwieweit sie Praktikern bei der Bewältigung von Unsicherheit helfen (Markt- und Trendforschung, Risk Management, Diversity Management, Szenario-Strategien, Strategisches Controlling, Organizational Learning, Institutionelle Reflexivität u.ä.)</p> <p>Qualifikationsziele</p> <p>Lernziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden lernen, transdisziplinär auf Verhältnisse von Komplexität, Interdependenz und Unsicherheit zu achten - und dies nicht nur als Kontext unternehmerischen Handelns zu verstehen Sie erkunden theoretische und methodische Ansätze, die versprechen, angemessene Antworten auf das Unsicherheitsproblem zu haben und lernen, diese kritisch zu vergleichen Sie verstehen, dass Unsicherheit nicht durch ein Mehr an Planung zu beseitigen oder zu bewältigen ist Sie erkennen, dass diese Verfahren voller Widersprüche sind, da alle auf der Paradoxie beruhen, das Unplanbare durch Wissen und Institutionalisierung zu beherrschen 				

Literatur

Beck, U.; Giddens, A.; Lash, S. (1994): Reflexive Modernization. Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order. Cambridge: Polity Press (german: Reflexive Modernisierung. Frankfurt/M. 1996).

Burrell, G.; Morgan, G. (1979): Sociological Paradigms and Organizational Analysis. London: Heinemann.

Cohen, M.D.; March, J.G.; Olsen, J. P. (1972): A Garbage Can Model of Organizational Choice, in: Administrative Science Quarterly, 17, 1-25.

Galbraith, J.K. (1978): Die Tyrannei der Umstände. Ursachen und Folgen unseres Zeitalters der Unsicherheiten. Bern u.a.: Haupt.

Gmür, M. (1996): Normale Krisen. Unsicherheit als Managementproblem. Bern u.a.: Haupt.

Marion, R. (1999): The edge of organization. Chaos and complexity theories of formal social systems. Thousand Oaks, CA: SAGE.

Power, M. (2007): Organized Uncertainty: Designing a World of Risk Management: Oxford: University Press.

Weick, K.; Sutcliffe, K.M. (2007): Managing the Unexpected: Assuring High Performance in an Age of Complexity. San Francisco: Jossey-Bass

Modul Masterkolloquium				
GEMA	4. Semester	SWS	ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h):
Lehrform				
Veranstaltungstyp				Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input type="checkbox"/> semesterweise <input checked="" type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Kolloquium
Prüfungsumfang bzw. -dauer				Präsentation (MAP) der eigenen Forschungsinhalte
Modulverantwortlicher				Prof. Dr. Marcel Tyrell Institut für Unternehmer- & Finanzwissenschaften E-Mail: marcel.tyrell@zu.de
Teilnahmevoraussetzungen				Abgeschlossene Pflichtmodule
Verwendbarkeit des Moduls				Pflichtmodul GEMA
Inhalte				
Das Modul dient der Vorbereitung auf die Master-Prüfung. Die Studierenden werden mit Standards wissenschaftlicher Arbeiten auf Master-Niveau vertraut gemacht und lernen ihre Masterthesis zu präsentieren und zu verteidigen.				
Literatur				
Aktuelle wissenschaftliche Diskussion fachspezifischer Themen.				