

**Modulhandbuch**

**für den Studiengang  
Master of Arts in  
Corporate Management & Economics  
(MA CME)**



Stand: 07.2014

## Inhaltsverzeichnis

<b>Master Pflichtbereich (1.-2. Semester)</b>	<b>4</b>
Modul 23301   Foundation Modul	4
Modul 21204   Forschungsdesign & Methoden	5
Modul 21205   Leadership & Change	6
Modul 23206   Economics	8
<b>Master Wahlpflichtbereich (2.-3. Semester)</b>	<b>9</b>
Modul 24202   Corporate Finance & Capital Markets	9
Modul 24210   Corporate Responsibility & Leadership	11
Modul 24204   Responsibility & Social Entrepreneurship	13
Modul 24205   Family Owned Businesses	15
Modul 24206   Knowledge, Creativity & Innovation	17
Modul 24201   Managing Diversity & Diversity in Globalization	19
Modul 24107   Marketing & Branding	21
Modul 24249   Current Issues of CME	22
Modul 24352   Forschungsprojekt	23
Modul 90001   Student Study	25
Abschlussmodul   Masterkolloquium	26

### 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)

Modul 23301   Foundation Modul				
MA CME	1. Semester	12 SWS	20 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 144/356
Lehrform			Seminar	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			variabel	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			variabel	
Modulverantwortlicher			Prof. Dr. Marcel Tyrell Prof. Dr. Eckhard Schröter Prof. Dr. Karen van den Berg	
Teilnahmevoraussetzungen			keine	
Verwendbarkeit des Moduls			Pflichtmodul MA CME	
<b>Inhalt</b>				
Das Modul vermittelt einen vertiefenden und umfassenden Überblick zu grundlegenden Themen aus den Wahlbereichen Wirtschaftswissenschaften, Staats- & Gesellschaftswissenschaften, Kommunikations- & Kulturwissenschaften sowie Interdisziplinäre Ansätze.				
<b>Qualifikationsziele</b>				
Den Studierenden wird durch die verschiedenen Wahlmöglichkeiten des Foundation Moduls ermöglicht, eine Ergänzung oder gewünschte Vertiefung ihres Fachwissens in optimaler Abstimmung auf ihren weiteren Studienverlauf vorzunehmen				
Lehrveranstaltungen im Modul			ECTS	SWS
LV 232018 Entrepreneurship			5	3
LV 232015 Marketing			5	3
LV 233011 Policy, Polity, Politics			5	3
LV 233012 Öffentliche Verwaltung			5	3
LV 231031 Kommunikationstheorie			5	3
LV 231032 Kulturtheorie			5	3
LV 223013 Grundzüge des Bürgerlichen Rechts / Einführung ins das Öffentliche Recht			5	3
LV 232032 Spiel- & Entscheidungstheorie			5	3
LV 232014 Organisationstheorie			5	3

Modul 21204   Forschungsdesign & Methoden				
MA CME	1.-2. Semester	6 SWS	10 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 72/178
Lehrform			Seminar   Workshop	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>	
Dauer			2 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Klausur, Projekt	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			variabel	
Modulverantwortlicher			Prof. Dr. Marcel Prokopczuk Lehrstuhl für empirische Kapitalmarktforschung und Ökonometrie E-Mail: marcel.prokopczuk@zu.de	
Teilnahmevoraussetzungen			Schulkenntnisse Mathematik (Leistungskurs) und Grundkenntnisse der Statistik und Wahrscheinlichkeitstheorie	
Verwendbarkeit des Moduls			Pflichtmodul MA CME	
<b>Inhalt</b>				
This module consists of two parts:				
<b>Part 1: Econometrics</b>				
This course covers the most important cross-sectional and time-series techniques for economic analyses. Computer exercises using the statistical programming language are integrated in the course so that students get some hands-on experience in applying regression models to real data sets.				
Outline:				
Revision of the classical regression model (OLS)				
Relaxation of the standard assumptions				
Univariate time series models (ARMA models)				
Unit Root Tests				
Vectorautoregressive models (VAR models)				
Cointegration analysis				
<b>Part 2: Advanced Methods</b>				
In this part, students select 2 workshops on advanced methods (each 2.5 ECTS). Contents of the workshops vary over time. Possible topics are:				
Panel Data Analysis				
Limited Dependent Variables				
Advanced Time Series Analysis				
Research Design				
Bayesian Statistical Methods				
Lehrveranstaltungen im Modul			ECTS	SWS
LV 212042 Econometrics			5	3
LV 123241 bis 123244 Advanced Methods			5	3

Modul 21205   Leadership & Change				
MA CME	2. Semester	6 SWS	10 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 72/178
Lehrform				Seminar
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>
Dauer				1 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Vortrag   Hausarbeit
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				Pflichtmodul MA CME
<b>LV: MANAGEMENT LEADERSHIP</b>				
<b>Inhalt</b>				
<p>Der Kurs befasst sich - hauptsächlich am Beispiel von Unternehmen - mit Verständnissen und Theorien, Formen und Methoden der "Menschenführung", also der gezielten Beeinflussung von Menschen im Interesse der Unternehmensziele - oder auch der Partikularinteressen einzelner Führungskräfte oder Managementfraktionen. Er befasst sich damit kritisch in dem Sinn, dass er Grundannahmen, auf denen das stark psychologisch geprägte Konstrukt aufbaut (u.a.: Menschen müssen, Menschen wollen geführt werden), aber auch Alternativen zur Diskussion stellt. Des Weiteren werden u.a. folgende Fragen behandelt: Wie beeinflussen die Geführten Ihrerseits die Führungskräfte? Welche Personen kommen eigentlich in Führungsfunktionen - wie sind die Selektionsmechanismen beschaffen? Inwieweit zählt dabei Leistung? Welche Instrumente kommen bei der Führungskräfteauswahl zum Einsatz? Werden die Effekte der Auswahlkriterien und der Selektion in irgendeiner Weise evaluiert? Und welche Rolle spielen ethische Fragen - in der Praxis der Führung, aber auch in den wissenschaftlichen Konzepten dazu?</p> <p>Gastdozenten werden Praxiserfahrungen beitragen und mit den Studierenden diskutieren.</p>				
<b>Qualifikationsziele</b>				
Die Studierenden des Kurses "Leadership"				
entwickeln ein kritisches Verständnis von der Notwendigkeit, der Aufgaben, der Auslegung von und den Alternativen zu Führung;				
sind in der Lage, die Flut an neuen Studien zu "Erfolgsfaktoren" der Menschenführung kritisch zu bewerten;				
Leadership auch aus der Perspektive der Geführten zu sehen;				
Methodologien der Leadership-Forschung und gute von schlechter Forschung zu unterscheiden.				
<b>Literatur</b>				
Blake, R.; Mouton, J. (1964). The Managerial Grid: The Key to Leadership Excellence. Houston: Gulf Publishing.				
Neuberger, O. (1995): Führen und Geführt werden. Stuttgart: Enke. (5. Auflage), bzw. Führen und führen lassen, Stuttgart: UTB 2002 (6. Auflage)				
Hartmann, Michael (2007): Eliten und Macht in Europa: Ein internationaler Vergleich.				

Frankfurt/M.: Campus.

John C. Maxwell and Steven R. Covey (2007): The 21 Irrefutable Laws of Leadership: Follow Them and People Will Follow You. HarperCollins Publishers.

Mobley, W.H.; Li, M.; Wang, Y. (eds., 2007): Advances in Global Leadership, Vol. 6, Emerald Group Publishing.

Horlings, Ina. (ed., 2010): Vital Coalitions, Vital Regions: Partnerships for Sustainable Regional Development, Wageningen, The Netherlands: Wageningen Academic Publishers,

Parkin, Sara (2010). The Positive Deviant: Sustainability Leadership in a Perverse World. London: Earthscan..

## **LV: STRATEGIC CHANGE MANAGEMENT**

### **Inhalte**

Gegenstand des Kurses ist Organisationaler Wandel. Behandelt werden Theorien des Organisationswandels, Methoden der strategischen Steuerung oder Beeinflussung dieses Wandels, und empirische Befunde dazu. Dabei behandelt der Kurs auch die hervorgehobene Rolle, die Beratungsunternehmen in bewusst gestalteten Veränderungsprozessen spielen, und untersucht ihre Arbeitsweisen. Ferner geht der Kurs auf die Normalität des Scheiterns solch strategischer Veränderungsprozesse thematisiert, analysiert Gründe, und behandelt dabei auch die "resistance to change", die von der Managementforschung als Konglomerat irrationaler Motive und Verhaltensweisen verstanden wird, die man "überwinden" müsse.

### **Qualifikationsziele**

Die Studierenden werden befähigt,

- | verschiedene Theorien des Organisationalen Wandels zu verstehen und miteinander zu vergleichen;
- | die Methoden der gezielten Initiierung und Beeinflussung des Organisationswandels sowie deren Grenzen kritisch einzuschätzen;
- | die Rolle von Beratungsunternehmen in diesen Prozessen zu verstehen;
- | und sich in die Perspektiven und Interessen jener zu versetzen, die von anderen solchen Wandlungsprozessen unterworfen werden.

### **Literatur**

Burke, W. W. (2008): Organization change: Theory and practice. Thousand Oaks, CA: Sage.

Doppler, Klaus; Lauterburg, Christoph (2014): Change Management: Den Unternehmenswandel gestalten. Frankfurt/M: Campus

Groth, Alexander (2013): Führungsstark im Wandel: Change Leadership für das mittlere Management von von Campus.

Hayes, J. (2007): The theory and practice of change management. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Lehrveranstaltungen im Modul	ECTS	SWS
LV 212051 Management Leadership	5	3
LV 212052 Strategic Change Management	5	3

Modul 23206   Economics				
MA CME	1.-2. Semester	6 SWS	10 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 72/178
Lehrform				Vorlesung mit Übungsanteilen
Veranstaltungstyp				Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>
Dauer				2 Semester
Angebotsturnus				jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>
Prüfungsleistungen				Klausur   Präsentation
Prüfungsumfang bzw. -dauer				variabel
Modulverantwortlicher				Prof. Dr. Alexander Eisenkopf ZPELIN Lehrstuhl für Wirtschafts- und Verkehrspolitik E-Mail: alexander.eisenkopf@zu.de
Teilnahmevoraussetzungen				Mikro- und Makroökonomische Kenntnisse auf Bachelorniveau
Verwendbarkeit des Moduls				Pflichtmodul MA CME
<b>Inhalt</b>				
<p>Das Modul Economics vermittelt fortgeschrittene Inhalte aus der mikro- und makroökonomischen Theorie sowie deren wirtschaftspolitischen Anwendungen. Im mikroökonomischen Teil werden vertiefende Fragestellungen aus der Markt- und Preistheorie sowie der Industrieökonomik behandelt. Der Kurs baut auf dem mikroökonomischen Basiswissen der Bachelorstufe auf und enthält sowohl weiterführende theoretische wie auch anwendungsbezogene Konzepte. Unter anderem werden diskutiert die Theorie zweiseitiger Märkte, Preisdifferenzierung und nichtlineare Tarife, Bundling, Preisbildung erschöpfbarer Ressourcen, vertikale Bindungen und Monopolketten, spieltheoretische Konzepte, ökonomische Analyse von Problemen der Produktqualität. Im makroökonomischen Teil werden Themen aus der fortgeschrittenen Makroökonomik und monetären Makroökonomik behandelt. Es wird insbesondere das dynamische stochastische allgemeine Gleichgewichtsmodell (DSGE-Modell) behandelt und computergestützt angewandt, das weltweit von Zentralbanken und Regierungen für die Politikevaluation und für Prognosen benutzt wird. Außerdem werden wachstumstheoretische Modelle, Business Cycle-Modelle und Modelle der modernen keynesianischen Makroökonomie wie auch der monetären Makroökonomie diskutiert.</p>				
<b>Qualifikationsziele</b>				
Die Teilnehmer des Moduls Economics lernen				
fortgeschrittene Konzepte der mikro- und mikroökonomischen Theorie zu beherrschen;				
sich in neue Analysemethoden einzuarbeiten und deren Erklärungsgehalt zu bewerten;				
mikro- und makroökonomische Konzepte auf wirtschaftspolitische Fragestellungen anzuwenden;				
die Limitationen der mikro- und makroökonomischen Analysetechniken zu interpretieren.				
<b>Literatur</b>				
Romer, David: Advanced Macroeconomics, 3. Aufl., Boston/Mass, 2006				
Tirole, Jean: The Theory of Industrial Organization, 15. Aufl., Cambridge/Mass. 2004				
Lehrveranstaltungen im Modul			ECTS	SWS
LV 232061 Advanced Microeconomics			5	3
LV 232062 Advanced Macroeconomics			5	3



## Master Wahlpflichtbereich (2.-3. Semester)

Modul 24202   Corporate Finance & Capital Markets				
MA CME	2.-3. Semester	6 SWS	10 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 72/178
Lehrform			Seminare	
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			Abschlussklausur (100%)	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			Zwei Abschlussklausuren à 90 min.	
Modulverantwortlicher			Jun.-Prof. Dr. Mark Mietzner Juniorprofessur für Finanzierung E-Mail: mark.mietzner@zu.de	
Teilnahmevoraussetzungen			Kenntnisse in (Unternehmens-) Finanzierung, Mathematik und Statistik	
Verwendbarkeit des Moduls			Wahlpflichtmodul MA CME	
<p><b>Inhalt</b></p> <p>Das Ziel dieses Moduls ist es, den Studierenden ein Verständnis wesentlicher Elemente aus dem Bereich der Unternehmensfinanzierung, der empirischen Kapitalmarktforschung und der Funktionsweise und Rolle von Kapitalmärkten zu vermitteln.</p> <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>  bekommen einen Überblick über die Grundlagen der Finanzmärkten und Wertpapieren;</li> <li>  erlernen grundlegende Konzepte zum Treffen von Entscheidungen unter Unsicherheit;</li> <li>  erlernen theoretische Konzepte und Modelle wie der Portfolio Theorie, dem Capita Asset Pricing Model (CAPM), oder der Arbitrage Pricing Theory (APT);</li> <li>  erhalten eine Einführung in Derivate;</li> <li>  Efficient Capital Markets: Theory and Evidence;</li> <li>  werden mit der Theorie effizienter Kapitalmärkte und der entsprechenden empirischen Evidenz konfrontiert;</li> <li>  Erhalten einen Überblick über wesentliche Themen der modernen Unternehmensfinanzierung (z. B. Fusionen und Übernahmen, Kapitalstruktur und finanzielle Notlage, Managementanreize, Ausschüttungspolitik, Corporate Governance, empirische Methoden);</li> <li>  sollen mit entsprechenden Datensätzen zu ausgewählten Fragestellungen eigene Auswertungen vornehmen.</li> </ul> <p><b>Literatur</b></p> <p>Originalliteratur u. a.:</p> <p>Tirole, J., (2006): "The Theory of Corporate Finance", Princeton University Press.</p> <p>Brealey, R. A., S. C. Myers and F. Allen, (2011): "Principles of Corporate Finance", Mc Graw Hill.</p> <p>Edwin J. Elton, Martin J. Gruber, Stephen J. Brown und William N. Goetzmann (2010): Modern Portfolio Theory and Investment Analysis, 8. Aufl. John Wiley &amp; Sons.</p>				

Weitere Angaben zur Literatur finden Sie in den Beschreibungen zu den jeweiligen Veranstaltungen.

Lehrveranstaltungen im Modul	ECTS	SWS
LV 242021 Corporate Finance	5	3
LV 242022 Capital Market Theory	5	3

Modul 24210   Corporate Responsibility & Leadership				
MA CME	2.-3. Semester	6 SWS	10 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 72/178
Lehrform			Vorlesung mit Fallstudie	
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   Analyse von Fallstudien	
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			Wahlpflichtmodul MA CME	
<b>Inhalt</b>				
<p>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);    Institutionenökonomische Theorie der Firma (Transaktionskostentheorie, Prinzipal-Agent Theorie, Theorie der Verfügungsrechte.</p>				
<b>Qualifikationsziele</b>				
<p>Die Studenten sollen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>  Die Bedeutung wirtschaftsethischer Fragestellungen im täglichen Geschäftsverlauf verstehen;</li> <li>  Die jüngsten Entwicklungen in Bereich der sozialen Verantwortung von Geschäften und deren Effekt auf ihre normative Seite verstehen;</li> <li>  Die Instrumente kennenlernen, die aus der Managementperspektive genutzt werden können um wirtschaftsethische Fragestellungen zu beantworten;</li> <li>  Sich mit dem weitgefassten Text über die Entwicklung der Theorie der Firma aus einer institutionenökonomischen Perspektive auseinandersetzen, sowie mit dessen Implikationen für das Verstehen des Managements des Unternehmens.</li> </ul>				
<b>Literatur</b>				
<p><i>Carroll, A.B., Buchholtz, A.K. (2008): Business and Society: Ethics and Stakeholder Management. Mason, OH: South Western Cengage Learning</i></p> <p><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></p> <p><i>Homann, K./Blome-Drees, F. (1992): Wirtschafts- und Unternehmensethik, Göttingen: UTB</i></p> <p><i>Küng, H., Leisinger, K.M., Wieland, J. (2010): Manifesto Globale Economic Ethic. München: dtv</i></p> <p><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></p> <p><i>Steinmann, H./Löhr, A. (1994): Grundlagen der Unternehmensethik. Stuttgart: Schäffer-Poeschel</i></p>				

Wieland, J.: Metropolis-Reihe „Studien zur Governanceethik“

Wieland, J., Steinmeyer, R., Grüniger, S. (Hrsg.) (2010): Handbuch Compliance Management. Erich Schmidt Verlag (ESV)

Wieland, J.(2014): "Governance Ethics: Global Value Creation, Economic Organization and Normativity"

Lehrveranstaltungen im Modul	ECTS	SWS
LV 242101 Corporate Responsibility	5	3
LV 242102 Leadership	5	3

Modul 24204   Responsibility & Social Entrepreneurship				
MA CME	2.-3. Semester	6 SWS	10 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 72/178
Lehrform			Seminar mit Übungsanteilen	
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   Teilnahme	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			Paper von max. 20 Seiten	
Modulverantwortlicher			Prof. Dr. Stephan A. Jansen Lehrstuhl für Strategische Organisation & Finanzierung E-Mail:praesident@zu.de	
Teilnahmevoraussetzungen			Lesen vorbereiteter Literatur	
Verwendbarkeit des Moduls			Wahlpflichtmodul MA CME	
<b>Inhalt</b>				
Theorien der Ethik und Moralphilosophie				
Perspektiven und Maximen neuer Sozialstaatlichkeit				
Verantwortungsbereiche privatwirtschaftlicher Unternehmen				
Strategien und Praxis der unternehmerischen Verantwortung				
Dilemmata und Paradoxien der Wirtschaftsethik				
Wohlfahrts- und Interessensverbände im Transformationsprozess				
Zivilgesellschaft intersektoral gedacht				
Konfessionell kirchliche Verbände im Transformationsprozess				
Einordnung von Sozialunternehmertum in den dritten sowie privatwirtschaftlichen Sektor				
Die Rolle von Sozialunternehmen bei der Bereitstellung öffentlicher Güter				
Internationale und vergleichende Perspektivierungen von Sozialunternehmertum				
Abgrenzung von Sozialunternehmertum zu anderen Konzepten wie sozialen Innovationen und Wohlfahrtsorganisationen				
Management und Zielkonflikte in Sozialunternehmen.				
Finanzierung von Sozialunternehmen				
<b>Qualifikationsziele</b>				
Fähigkeit aktuelle Fragestellungen und Handlungsbereiche von unternehmerischer Verantwortung, Sozialunternehmen und Sozialen Innovationen eigenständig zu entwickeln und zu interpretieren;				
Anwendung ethischer und moralphilosophischer Theorien sowie Theorien öffentlicher Güter und verschiedene Organisationstheorien;				
Definition und Abgrenzung unterschiedlicher Konzepte und Organisationsformen in der intersektoralen Bereitstellung öffentlicher vs. privater Güter;				
Verständnis regionaler Unterschiede in der Organisation und Finanzierung sozialunternehmerischen Handelns;				
Verständnis aktueller Trends und Herausforderungen in der Organisation, dem Management und der Finanzierung von Sozialunternehmen;				
Fähigkeit die Komplexitäten und Spannungsfelder in der sozialunternehmerischen und				

wirtschaftsethischen Praxis identifizieren und analysieren zu können;   Sozialunternehmerische Geschäftsmodelle analysieren und interpretieren können;		
Lehrveranstaltungen im Modul	ECTS	SWS
LV 242041 Business Ethics	5	3
LV 242042 International Social Enterprises Research & Practice	5	3

Modul 24205   Family Owned Businesses				
MA CME	2.-3. Semester	6 SWS	10 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 72/178
Lehrform			Seminar mit Übungsanteilen	
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   Hausarbeit	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			Klausuren: 90 min   Hausarbeiten: 30-40 Seiten	
Modulverantwortlicher			Prof. Dr. Reinhard Prügl Friedrichshafener Institut für Familienunternehmen E-Mail: reinhard.pruegl@zu.de	
Teilnahmevoraussetzungen			Grundkenntnisse in Handel.- & Gesellschaftsrecht Vorkenntnisse im Bereich Corporate Finance (z.B. LV 242021)	
Verwendbarkeit des Moduls			Wahlpflichtmodul MA CME	
<b>Inhalt</b>				
<p>Das Modul behandelt unternehmerisches Denken und Handeln in etablierten Unternehmen mit einem besonderen Fokus auf Familienunternehmen. 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>Inhalte im Detail (Auszug):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>  Corporate Life Cycle von KMU; Unternehmensnachfolge;</li> <li>  Für KMU und Familienunternehmen relevante ertrag- und erbschaftssteuerliche Regelungen;</li> <li>  Strategieentwicklung im Familienunternehmen;</li> <li>  Finanzierungsformen;</li> <li>  Risikomanagement und Rating;</li> <li>  Corporate Governance im Familienunternehmen;</li> <li>  Beirat als Führungs- und Kontrollinstrument im Familienunternehmen.</li> </ul> <p>In beiden Teilen zusammengenommen stehen insbesondere die Themen 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.</p>				

### Qualifikationsziele

Die Studierenden ...

- | erlangen eine Übersicht über die spezifischen Herausforderungen des Managements von Familienunternehmen im Vergleich zu börsennotierten und konzertierten Unternehmen;
- | erhalten eine praxisorientierte Querschnittsanalyse der Betriebswirtschaftslehre mit Fokus auf die Aspekte der Unternehmenssicherung und -nachfolge.
- | lernen, eigenständig aktuelle wissenschaftliche Forschung in den Gebieten Corporate Entrepreneurship, Corporate Finance und Familienunternehmen zu durchdringen, zu hinterfragen und anschließend entsprechend anzuwenden.

### Literatur

Klein, Sabine B.: Familienunternehmen, 2. Auflage, Wiesbaden 2004.

Smith R. L., Kiholm Smith J., Entrepreneurial Finance, 2nd Edition, ISBN: 978-0-471-23072-4;

Metrick. A.: Venture Capital and the Finance of Innovation. 2007, Wiley.

Weitere aktuelle Papers, Bücher und Fallstudien zu den Themen Corporate Entrepreneurship, Entrepreneurial Finance und Familienunternehmen.

Lehrveranstaltungen im Modul	ECTS	SWS
LV 242051 Family Governance	5	3
LV 242052 Entrepreneurial Finance	5	3



Modul 24206   Knowledge, Creativity & Innovation				
MA CME	2.-3. Semester	6 SWS	10 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 72/178
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			Je Kurs 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			Wahlpflichtmodul MA CME Das Wahlpflichtmodul soll die Themen Wissens- und Innovationsmanagement vertiefen und Anwendungspraxis vermitteln. Das Teilmodul R&D Metrics bietet eine ideale Ergänzung zum Kurs Knowledge Management.	
<b>Inhalt</b>				
<p>Das Modul besteht aus den beiden Teilmodulen Knowledge Management und R&amp;D Metrics. Während das Wissensmanagement die Voraussetzungen für Innovationen bildet, wird im Modul R&amp;D Metrics die Förderung von Kreativität und die Messbarkeit von Innovationsleistungen besprochen. Beide Module gemeinsam bilden theoriebasiert sowie praxisorientiert eine ideale Voraussetzung zum Einstieg in eine Position im Innovationsmanagement oder eine andere kreative Tätigkeit.</p> <p>Knowledge Management:</p> <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 erweitert 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>R&amp;D Metrics:</p> <p>Dieses Teilmodul 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 diskutierten Theorien 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,</p>				

Beiersdorf und Bosch aktuelle Herausforderungen der Praxis durch Studenten gelöst werden und so ein wesentlicher Beitrag für die Praxis geschaffen werden.

Themen beider Kurse:

- | 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;
- | 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 den Unternehmen 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 Theorie 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 ZU|Hause bereitgestellt wird.

Lehrveranstaltungen im Modul	ECTS	SWS
LV 242061 Knowledge Management	5	3
LV 242062 R&D Metrics & Creativity	5	3

Modul 24201   Managing Diversity & Diversity in Globalization				
MA CME	2.-3. Semester	6 SWS	10 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 72/178
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				Wahlpflichtmodul MA CME
<b>Inhalt</b>				
<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>				
<p>Methoden und Instrumente:</p> <p>Der Fokus in diesem Modul liegt auf dem Umgang mit Unterschieden. Es gibt eine Einführung in Diversity Management und Globalisierung/global Leadership mit einem interdisziplinären theoretischen und individuellen Ansatz. Es wird mit historischen Entwicklungen der Themen, sowie mit verschiedenen, auf Systemtheorie und individuellen Konzepten basierenden Theorien gearbeitet. Ein weiterer Fokus liegt auf der Studentin/dem Studenten selbst und ihrer/seiner Biographie mit Diversität in verschiedenen Kontexten (Familie, Unternehmen, Institutionen, etc.). Wir werden unterschiedliche Lernmethoden, von wissenschaftlichem Arbeiten, bis hin zu praktischen Angeboten wie Diversity Diagnosen, Rollenspiele, Perspektivenwechsel und Erfahrungsberichte von Unternehmen anwenden.</p>				
<b>Qualifikationsziele</b>				
<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 echt-Zeit Situationen verstehen und managen.</p>				
<b>Literatur</b>				
<p>Bartlett, C., Ghoshal, S., &amp; Beamish, P. W. (2008). Transnational Management: Text, Cases &amp; Readings in Cross-Border Management, 5th ed. New York: McGraw-Hill/Irwin.</p> <p>D. Held and A. McGrew (eds.) (2003) The Global Transformations Reader , 2nd ed. Cambridge: Polity</p> <p>G. Ritzer (2011) Globalization : the essentials, Oxford: Wiley-Blackwell</p> <p>Geert Hofstede, Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations. 2nd Edition, Thousand Oaks CA: Sage Publications, 2001</p>				

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.

Lehrveranstaltungen im Modul	ECTS	SWS
LV 242011 Managing Diversity	5	3
LV 242012 Diversity in Globalization	5	3

Modul 24107   Marketing & Branding				
MA CME	2.-3. Semester	6 SWS	10 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 72/178
Lehrform			Seminar	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/>	
Dauer			1 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Präsentation   Mündliche Mitarbeit   Seminararbeit	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			variabel	
Modulverantwortlicher			Prof. Dr. Anja Achtziger Lehrstuhl für Sozial- & Wirtschaftspsychologie E-Mail:anja.achtziger@zu.de	
Teilnahmevoraussetzungen			keine	
Verwendbarkeit des Moduls			Wahlpflichtmodul MA CME	
<b>Inhalt</b>				
<p>Für die Entwicklung langfristig erfolgreicher Markenstrategien sind Kenntnisse der psychologischen Wirkungen des Markenmanagements und der empirischen Marktforschung unverzichtbar. In dieser Veranstaltung werden die Funktionen, die Steuerungsmechanismen, und Controllingmöglichkeiten in der Markenführung aus interdisziplinärer Perspektive betrachtet.</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss der Veranstaltung kennen die Studierenden die wesentlichen psychologischen und marketingtechnischen Grundlagen der Markenführung. Sie sind zudem in der Lage, Problempunkte bei der Führung von Marken zu erkennen und effektive Steuerungs- und Controllingmechanismen zu etablieren. Dazu gehört auch die Kompetenz, gezielt Methoden der empirischen Markt- und Trendforschung einsetzen zu können.</p>				
Lehrveranstaltungen im Modul			ECTS	SWS
LV 242071 Strategic Marketing & Branding			5	3
LV 242072 Empirical Market Research			5	3

Modul 24249   Current Issues of CME				
MA CME	2.-3. Semester	6 SWS	10 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 72/178
Lehrform			Seminar	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1-2 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input type="checkbox"/> semesterweise <input checked="" type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			variabel	
Prüfungsumfang bzw. -dauer			variabel	
Modulverantwortlicher			Prof. Dr. Marcel Tyrell Institut für Unternehmer- & Finanzwissenschaften E-Mail: marcel.tyrell@zu.de	
Teilnahmevoraussetzungen			Abgeschlossenes Foundation Modul	
Verwendbarkeit des Moduls			Wahlpflichtmodul MA CME	
<b>Inhalt</b>				
<p>Das Modul greift aktuelle Fragen, Themen und Problemstellungen im Bereich Corporate Management &amp; Economics auf und gibt den Studierenden Gelegenheit, in Diskurs und Debatte eigene Vorstellungen von der Problemkonstitution und möglichen Problemlösungen bzw. Lösungsstrategien zu entwickeln. Dabei können semesterweise betriebs- und volkswirtschaftliche Schwerpunktthemen behandelt werden.</p>				
<b>Qualifikationsziele</b>				
<p>Im Rahmen des Moduls erweitern die Studierenden die bis dahin erworbenen theoretischen, methodischen und empirischen Kenntnisse um den Aspekt der kompetenten Teilnahme an Diskursen und Debatten zu aktuellen Themen in den Feldern der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre. Die Studierenden lernen, theoretische Ansätze auf praktische Anwendungsfälle zu übertragen und methodische Kenntnisse bei der Erarbeitung eigener Fallstudien und selbständiger Lösungsvorschläge anzuwenden. Sie üben dabei, in aktuellen Debatten normative Positionen zu vertreten.</p>				
<b>Literatur</b>				
Wird in den einzelnen Lehrveranstaltungen bekannt gegeben.				
Lehrveranstaltungen im Modul			ECTS	SWS
LV 242491 Current Issues of CME I			5	3
LV 242492 Current Issues of CME II			5	3

Modul 24352   Forschungsprojekt				
MA CME	2.-3. Semester		20 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 12/488
Lehrform			Forschungskolloquium   individuelle Betreuung	
Veranstaltungstyp			Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer			1-2 Semester	
Angebotsturnus			jährlich <input type="checkbox"/> semesterweise <input checked="" type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen			Wissenschaftlicher Bericht über das Forschungsprojekt in Form einer Hausarbeit oder eines wissenschaftlichen Papers    Präsentation des Forschungsprojekts im Rahmen des Forschungskolloquiums	
Prüfungsumfang bzw. -dauer				
Modulverantwortlicher			Prof. Dr. Marcel Tyrell Institut für Unternehmer- & Finanzwissenschaften E-Mail: marcel.tyrell@zu.de	
Teilnahmevoraussetzungen			Erfolgreiche Bewerbung auf ein Forschungsprojekt eines ZU-Lehrstuhls, Forschungsclusters, Forschungsverbunds oder Forschungscenenters. Die konkreten fachlichen Voraussetzungen ergeben sich dabei aus den jeweiligen Themenstellungen.	
Verwendbarkeit des Moduls			Wahlpflichtmodul MA CME	
<b>Inhalt</b>				
<p>Das Modul „Forschungsprojekt“ richtet sich an Masterstudierende mit einem ausgeprägten Interesse an wissenschaftlicher Arbeit und forschungsorientierten Berufsfeldern. Es bietet den Studierenden die Möglichkeit der betreuten und wissenschaftlich begleiteten Realisierung eines forschungsorientierten Projektes an einem ZU-Lehrstuhl, Forschungscluster, Forschungsverbund oder Forschungscenenters. Im Zusammenhang mit diesem Forschungsprojekt erstellen die Studierenden einen Bericht in Form einer Hausarbeit oder eines wissenschaftlichen Papers. Bei dieser Ausarbeitung handelt es sich um eine eigenständig zu erarbeitende wissenschaftliche Leistung, bei der die Studierenden wissenschaftliche Methoden und Erkenntnisse auf ein konkretes Forschungsthema anwenden. Die Betreuung dieser Arbeit wird von einer ZU-Professur übernommen, mit der die Aufgabenstellung und die anzuwendenden Methoden abgestimmt werden.</p> <p>Projektfortschritte, etwaige Probleme bei der Bearbeitung und Lösungsvorschläge werden in einem studienbegleitenden Forschungskolloquium diskutiert. Die zur Bearbeitung des Forschungsprojektes erforderlichen Inhalte und Methoden werden im Rahmen einer integrierten individuellen Betreuung vermittelt.</p>				
<b>Qualifikationsziele</b>				
Die Studierenden				
arbeiten in einem Team von Wissenschaftlern mit, und somit lernen und durchlaufen sie selber die einzelne Arbeitsschritte des wissenschaftlichen Arbeitsprozesses durch.				
erwerben die Fähigkeit, eine Forschungsfrage zu formulieren und anhand geeignetem theoretischen und methodischen Instrumentarium diese zu bearbeiten und zu beantworten.				
erwerben die Fähigkeit zum analytischen Denken und Wissenstransfers				
erwerben die Fähigkeit wissenschaftliche Texte zu analysieren, diskutieren und eigene				

wissenschaftliche Texte zu verfassen.

| können mit der Wahl des Forschungsprojektes entweder einen disziplinären oder einen interdisziplinären wissenschaftlichen Schwerpunkt in ihrem Master Studium setzen

**Literatur**

Forschungsprojekt bezogene Fachliteratur und Fachartikel.

Lehrveranstaltungen im Modul	ECTS	SWS
LV 243521 Forschungskolloquium	5	3
LV 243522 Forschungsarbeit	15	0



Modul 90001   Student Study					
MA CME	2.-3. Semester	6 SWS	10 ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h): 72/178	
Lehrform				Seminar	
Veranstaltungstyp				Pflicht <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input checked="" type="checkbox"/>	
Dauer				1-2 Semester	
Angebotsturnus				jährlich <input type="checkbox"/> semesterweise <input checked="" type="checkbox"/>	
Prüfungsleistungen				variabel	
Prüfungsumfang bzw. -dauer				variabel	
Modulverantwortlicher				Prof. Dr. Marcel Tyrell Institut für Unternehmer- & Finanzwissenschaften E-Mail: marcel.tyrell@zu.de	
Teilnahmevoraussetzungen				keine	
Verwendbarkeit des Moduls				Wahlpflichtmodul MA	
<b>Inhalt</b>					
Das Modul dient dazu, in einer von den Studierenden mitverantwortlich organisierten Veranstaltung, die i.d.R. zwei Semester umfasst, aktuelle Themen, die nicht im Curriculum verankert sind, innerhalb der Wahlmöglichkeiten der Major Phase einbeziehen zu können. Das Modul ist somit ein Rahmen für die Ausgestaltung eines Seminars, dessen Inhalte, Lernziele, Formate, Dozenten und Prüfungsleistungen mit der Programmdirektion abgesprochen und organisiert werden.					
Lehrveranstaltungen im Modul				ECTS	SWS
LV 900011 Student Study I				5	3
LV 900012 Student Study II				5	3

Abschlussmodul   Masterkolloquium				
MA CME	4. Semester	SWS	ECTS	Kontaktzeit/Selbststudium (in h):
Lehrform				Kolloquium
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				Bestandteil der MA-Thesis
Modulverantwortlicher				Prof. Dr. Marcel Tyrell Institut für Unternehmer- & Finanzwissenschaften E-Mail: marcel.tyrell@zu.de
Teilnahmevoraussetzungen				Abgeschlossene Pflichtmodule
Verwendbarkeit des Moduls				Abschlussmodul
<p><b>Inhalte</b></p> <p>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.</p> <p><b>Literatur</b></p> <p>Aktuelle wissenschaftliche Diskussion fachspezifischer Themen.</p>				