

Hochschule Aalen
Fakultät Wirtschaftswissenschaften
Studiengang Nachhaltige Unternehmensführung
Master of Science (M.Sc.)

Modulhandbuch SPO 32

Stand: April 2024

Inhaltsverzeichnis

Nachhaltige Unternehmensführung^(GreenTE)	2
Nachhaltiges Supply Chain Management^(GreenTE)	5
Compliance^(GreenTE)	7
International Persuasion & Negotiation	10
Qualitative Research & Market Intelligence	12
Nachhaltigkeitscontrolling^(GreenTE)	15
Nachhaltigkeitsberichterstattung^(GreenTE)	17
Design Strategy & Value	19
Nachhaltiges Unternehmensprojekt^(GreenTE)	22
Sustainable International & Strategic Marketing	24
Wahlfach 1	27
Wahlfach 2	29
Masterarbeit	31

Modul-Nummer: 15001

SPO-Version: 32

Nachhaltige Unternehmensführung^(GreenTE)

Studiengang	Master Nachhaltige Unternehmensführung (M.Sc.)
Modulverantwortliche / r	Prof. Dr. Simone Häußler
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	Semester 1 oder 2 (je nach Studienstart)
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	1
Angebotshäufigkeit	Wintersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	keine
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch

Modulziele

Fachliche Kompetenzen

Studierende erlangen fundierte Kenntnisse über die theoretischen und rechtlichen Grundprobleme und Chancen des betrieblichen Nachhaltigkeitsmanagements und können bestehende Ansätze eigenständig weiterentwickeln.

Die Studierenden sind in der Lage, die organisatorische Ausgestaltung und die Anwendung von Nachhaltigkeitsinstrumenten in der Praxis zu erkennen und deren ökonomische Wirksamkeit zu beurteilen. Neben Kosten-Nutzen-Abwägungen spielen hier v.a. die Stakeholder von Organisationen eine Rolle.

Studierende übertragen ihre Kenntnisse, um die Notwendigkeit der Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in betriebliche Funktionsbereiche zu erkennen.

In zahlreichen praktischen Übungen lernen die Studierenden die jeweiligen Möglichkeiten und Grenzen von Nachhaltigkeitsinstrumenten kennen. Das Modul besteht daher aus Fallstudien und kleineren Projekten in Einzel- und Gruppenarbeit.

Überfachliche Kompetenzen

Die Studierenden werden befähigt eigenständig qualitativ und quantitativ zu argumentieren und die situativ optimalen Nachhaltigkeitsinstrumente im Diskurs zu verteidigen. Sie können im Diskurs ökonomische, ökologische und soziale Aspekte abwägen.

Besondere Methodenkompetenz

Studierende sind in der Lage, Theorien, Systeme und Mechanismen der Nachhaltigkeit selbstständig auf Widerspruchsfreiheit zu überprüfen.

Im Bereich der Forschung wird die Fähigkeit geschult, verschiedene Theorien im Kontext aktueller Problemfelder der Nachhaltigkeit anzuwenden und zu vergleichen; ein weiterer

Schwerpunkt liegt auf verhaltensökonomischen und spieltheoretischen Modellen des Einsatzes von Nachhaltigkeitsinstrumenten.

Lerninhalte

- Einführung in das Nachhaltigkeitsmanagement
- Ethik und Sustainable Development Goals
- Nachhaltigkeitskommunikation
- Corporate Social Responsibility
- Strategisches Nachhaltigkeitsmanagement
- Funktionales Nachhaltigkeitsmanagement
- Nachhaltigkeitsinstrumente

Literatur

Einführungsliteratur:

Meadows, D.; Randers, J.; Meadows D, (2020): Grenzen des Wachstums: Das 30-Jahre-Update. Signal zum Kurswechsel. 6. Auflage mit einem Geleitwort von Ernst Ulrich von Weizsäcker. Hirzel-Verlag, Stuttgart

Hahn, R. (2022). Sustainability management: Global perspectives on concepts, instruments, and stakeholders. Rüdiger Hahn, Fellbach

Paech, N. (2011). Nachhaltiges Wirtschaften jenseits von Innovationsorientierung und Wachstum: eine unternehmensbezogene Transformationstheorie. Metropolis-Verlag GmbH, Weimar

Schaltegger, S., Christ, K. L., Wenzig, J., & Burritt, R. L. (2022). Corporate sustainability management accounting and multi-level links for sustainability—A systematic review. *International journal of management reviews*, 24(4), 480-500. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12288>

Nawaz, W., & Koç, M. (2019). Exploring organizational sustainability: Themes, functional areas, and best practices. *Sustainability*, 11(16), 4307. <https://doi.org/10.3390/su11164307>

Eine aktuelle Literaturliste mit Zeitschriftenartikeln wird zusätzlich im Kurs bekannt gegeben

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹	SWS	CP
15101	Nachhaltige Unternehmensführung	Prof. Dr. Simone Häußler	V, Ü	4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leistungsnachweises ²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
	PLK (90 Minuten)	100%	

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung: -

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen: -

Bemerkungen: -

Letzte Aktualisierung: 15.04.2024, Ulrich Wamsler

¹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning
 Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

² PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
 PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
 PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
 PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)
 Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 15002

SPO-Version: 32

Nachhaltiges Supply Chain Management^(GreenTE)

Studiengang	Master Nachhaltige Unternehmensführung (M.Sc.)
Modulverantwortliche / r	Prof. Dr. Simone Häußler
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	Semester 1 oder 2 (je nach Studienstart)
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	1
Angebotshäufigkeit	Wintersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	keine
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch, Englisch

Modulziele

Fachliche Kompetenzen

Studierende können das Grundkonzept, die Bedarfe, Zielsetzungen und Bedingungen des Supply Chain Managements im Allgemeinen wiedergeben und ein nachhaltiges Supply Chain Management (Sustainable Supply Chain Management, SSCM) im Speziellen verdeutlichen, vernetzen und optimieren.

Studierende können die grundlegenden Begrifflichkeiten, verschiedene theoretische Erklärungsmodelle und Gestaltungskonzepte zum SSCM veranschaulichen.

Studierende können vertieftes theoretisches Wissen zu der Grundvoraussetzung der Anwendung eines SSCM in die Praxis übertragen.

Studierende können die Methoden des Sustainable Supply Chain Managements kategorisieren und kombinieren, praktisch anwenden und instrumentell umsetzen.

Überfachliche Kompetenzen

Studierende vertiefen ihre Präsentations- und Argumentationskenntnisse, indem sie den diskursiven Prozess der Anwendung von Konzepten des SSCM in Kleingruppen üben.

Besondere Methodenkompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, neue und innovative Lösungen zu entwickeln. Sie können ökonomische, ökologische und soziale Aspekte dabei gewinnbringend kombinieren.

- Lerninhalte**
- Grundlagen des Nachhaltigen Supply Chain Managements
 - CSR in der Lieferkette
 - Ethik, Menschenrechte und Compliance in der Supply Chain
 - Lieferkettensorgfaltspflichten, sowie Umwelt und Sozialstandards
 - Strategieentwicklung und Organisation einer SSCM Zertifizierung, Qualitäts- und Risikomanagement
 - CO2-Bilanzierung im Unternehmen und in der Lieferkette

Literatur

Einführungsliteratur:

Kreye M. (2023): Sustainable Operations and Supply Chain Management. Routledge, London. ISBN 978-1032384368

Grant, D.; Trautrim A.; Wong, C. (2022) Logistics and Supply Chain Management: Principles and Practices for Sustainable Operations and Management. Kogan page, London. ISBN 1398604437

Shekarian, E., Ijadi, B., Zare, A., & Majava, J. (2022). Sustainable supply chain management: a comprehensive systematic review of industrial practices. Sustainability, 14(13), 7892. <https://doi.org/10.3390/su14137892>

Eine aktuelle Literaturliste mit Zeitschriftenartikeln wird zusätzlich im Kurs bekannt gegeben

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ³	SWS	CP
15102	Nachhaltiges Supply Chain Management	Prof. Dr. Simone Häußler	V, Ü	4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leistungsnachweises ⁴	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
	PLK (90 Minuten)	100%	

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung: -

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen: -

Bemerkungen: -

Letzte Aktualisierung: 15.04.2024, Ulrich Wamsler

³ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning
 Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

⁴ PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
 PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
 PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
 PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)
 Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 15003

SPO-Version: 32

Compliance^(GreenTE)

Studiengang	Master Nachhaltige Unternehmensführung (M.Sc.)
Modulverantwortliche / r	Prof. Dr. habil. Patrick Ulrich
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	Semester 1 oder 2 (je nach Studienstart)
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	1
Angebotshäufigkeit	Wintersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	keine
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch

Modulziele

Fachkompetenz

Der Kurs Compliance beschäftigt sich mit dem Design, der Analyse und dem Wandel verschiedener Systeme in der Geschäftspraxis, insbesondere mit dem Compliance-Management. Hier geht es um die Umsetzung der Regeleinhaltung gesetzlicher, satzungsmäßiger und ethischer Regelungen in der Unternehmenspraxis. Die Studierenden können unternehmensweite Managementsysteme wie interne Kontrollsysteme (IKS), die Interne Revision, Risikomanagement, Anreizsysteme und Compliance-Managementsysteme (CMS), aber auch andere Systeme erklären. Sie können den Zusammenhang zur Unternehmensstruktur auf der einen Seite und zur Informationstechnologie auf der anderen Seite erklären. Die Studierenden können innerhalb von CMS zwischen der Erfüllung gesetzlicher Mindestanforderungen und proaktiver, z.T. freiwilliger Regelüberfüllung im Sinne der Integrität unterscheiden. Hier fokussieren sich die Themenstellungen nicht nur, aber besonders auf Compliance-Probleme im Kontext der Nachhaltigkeit, bspw. im Rahmen der Lieferkette sowie von Haftungsfragen. Studierende können Vorträge über die Bedeutung von Unternehmensführungssystemen in der Praxis halten und diskutieren. Die Studierenden können Systeme aus der Praxis analysieren und eigene Systeme für spezielle Aufstellungen (z.B. Branchen) entwickeln. Sie können praktische Lösungen im Spannungsfeld zwischen Betriebswirtschaftslehre, Psychologie und Rechtswissenschaften hinterfragen und theoretische und praktische Argumente abwägen, um Ihre eigene differenzierte Entscheidung zu treffen. Besonderes Augenmerk wird auf den Vergleich von CMS im internationalen Umfeld und die Auditierung dieser Systeme durch Auditoren und andere Berater gelegt. Auf diese Weise können die Studierenden ihr Wissen über das deutsche System der Unternehmensführung vermitteln. Studierende werden somit in die Lage versetzt, CMS in der Praxis begleitend zu konzipieren und im Hinblick auf primär betriebswirtschaftliche und ethische Fragen hin zu überprüfen.

Interdisziplinäre Kompetenz

Das Modul findet an der Schnittstelle von Betriebswirtschaftslehre, IT, Psychologie und Recht statt. Die Studierenden sind in der Lage, die Theorien und Werkzeuge des betrieblichen Systemmanagements in diesen Disziplinen zu analysieren und zu bewerten. Durch die Arbeit in kleinen Gruppen, Diskussionen und Fallstudien können die Studierenden ihre Kommunikations- und Präsentationsfähigkeiten verbessern. Argumentationsstil und logisches Denken können durch eine fundierte Seminararbeit weiterentwickelt werden. Sie können ihre (wissenschaftliche) Problemlösungsfähigkeit durch vertiefte wissenschaftliche Quellen aus verschiedenen Bereichen erhöhen.

Zivilgesellschaftliches Engagement

Die Studierenden können selbstständig neue Themengebiete erarbeiten, Informationen bewerten, praktische Schlussfolgerungen ziehen, neue Lösungen entwickeln und dabei sowohl gesellschaftliche/ soziale als auch ökologische und ökonomische Aspekte berücksichtigen. Dadurch sind die mit dem zivilgesellschaftlichen Engagement verbundenen Ziele, wie die ganzheitliche Bildung der Studierenden zu fördern, erreicht.

Lerninhalte

- Grundlagen der Corporate Governance, Risk and Compliance (GRC)
- Konzepte des Managements von Unternehmenssystemen
- Wesentliche interne Kontroll- und Compliance-Funktionen
- Konformitätsmanagementsysteme (CMS)
- Situationsbezogene Veränderungen des internen Kontrollsystems

Literatur

Ulrich, Compliance-Management, Stuttgart 2023
Hauschka, Corporate Compliance, München 2016
Welge/Eulerich, Corporate Governance-Management, 2. Aufl., Wiesbaden 2014
Zusätzliche Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ⁵	SWS	CP
15103	Compliance	Prof. Dr. habil. Patrick Ulrich	V, Ü	4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leistungsnachweises ⁶	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
	PLS	70%	Schriftliche Seminararbeit von ca. 20 Seiten
	PLR	30%	Präsentation ca. 20 Minuten plus Diskussion

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung: -

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen: -

Bemerkungen: -

Letzte Aktualisierung: 15.04.2024, Ulrich Wamsler

⁵ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning
 Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

⁶ PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
 PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
 PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
 PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)
 Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 15004

SPO-Version: 32

International Persuasion & Negotiation

Studiengang	Master Nachhaltige Unternehmensführung (M.Sc.)
Modulverantwortliche / r	Prof. Dr. Jae-Aileen Chung
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	Semester 1 oder 2 (je nach Studienstart)
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	1
Angebotshäufigkeit	Wintersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	Gute Englischkenntnisse, C1 Niveau
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Englisch

Modulziele

Fachkompetenz

Studierende kennen die grundlegenden Theorien zur Beeinflussung von Personen und werden befähigt diese in konkreten Praxisfragen selbständig anzuwenden. Sie lernen damit verschiedene Verhandlungssituationen einzuschätzen und zu bewältigen.

Überfachliche Kompetenz

Studierende des Moduls steigern Ihre Kommunikationsfähigkeiten, um gute Verhandlungsergebnisse zu erzielen.

Ggf. besondere Methodenkompetenz

Die Studierenden erlernen Methoden gezielt Einfluss auf Personen zu nehmen, um vorgegebene Ziele zu erreichen (Einrichtung von Fokusgruppen etc.).

Lerninhalte

- Grundlagen der Verhandlungsführung
- Verhandeln und Überzeugen
- Methodik und Anwendung von Fokusgruppen
- Bearbeitung von Praxisfällen

Literatur

Cialdini, Robert. 2001. Influence: Science and Practice. Boston: Allyn & Bacon.
 Krueger, R.A., & Casey, M.A. 2009. Focus groups: A Practical Guide for Applied Research (4th Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
 Pfeffer, Jeffrey. 1992. Managing with Power: Politics and Influence in Organizations. Harvard Business Press: Harvard, MA.

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ⁷	SWS	CP
15104	International Persuasion & Negotiation	Prof. Dr. Jae-Aileen Chung	V, Ü	4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leistungsnachweises ⁸	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
	PLP		

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung: -

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen: -

Bemerkungen: -

Letzte Aktualisierung: 15.04.2024, Ulrich Wamsler

⁷ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning
 Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

⁸ PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
 PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
 PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
 PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)
 Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Module-Number: 15005**SPO-Version: 32**

Qualitative Research & Market Intelligence

Course of study	Master Nachhaltige Unternehmensführung (M.Sc.)
Person responsible for module	Prof. Dr. Jae-Aileen Chung
Module type	Mandatory module
Taught in semester	Semester 1 or 2 (depending on the start of the programme)
Duration of the module	1 Semester
Number LV	
Frequency	Winter semester
Credits	5 CP
Workload weekly classes	60 hours
Workload self study	90 hours
Prerequisites for the module	–
Language	English

Objectives This master's course provides students with a comprehensive skill set, encompassing qualitative research foundations, advanced data collection techniques, and the strategic integration of qualitative insights with AI applications for market intelligence in an international context. Through theoretical modules and practical scenarios, students develop professional competencies in crafting effective research designs, conducting in-depth analyses, and harmonizing qualitative insights with inductive data methods, all within the broader framework of market intelligence.

Professional Competencies Developed in the Course

- 1. Qualitative Research Foundations:** Understanding the foundational principles of qualitative research methods, differentiating them from quantitative approaches.
- 2. Research Design and Methodology:** Crafting effective research questions and developing qualitative research designs while considering ethical considerations in international marketing research.
- 3. Advanced Data Collection Techniques:** Conducting in-depth interviews, focus groups, and utilizing observational methods, including ethnography, while leveraging digital platforms for qualitative data collection.
- 4. Data Analysis in Market Intelligence:** Applying thematic analysis, content analysis, and grounded theory, and gaining an introduction to software tools for qualitative data analysis.
- 5. Integration of Qualitative Research with Inductive Data Methods:** Understanding inductive reasoning in data analysis, identifying patterns and insights through qualitative data, and examining case studies showcasing successful integration in AI-driven marketing strategies.

6. **Harmonization of Qualitative Research with AI:** Recognizing opportunities and challenges in integrating qualitative research with AI, illustrated through the example scenario of integrating qualitative analysis and AI in marketing.

7. **Professional Competencies from the Integration Scenario:** Sentiment Analysis: Analyzing sentiments within qualitative data using Natural Language Processing (NLP) algorithms.

Interdisciplinary Competencies Developed

1. **Effective Communication Across Disciplines:** Proficiently convey complex ideas and concepts. Demonstrate adaptability in tailoring communication strategies to resonate with varied audiences, facilitating interdisciplinary cooperation.

2. **Synthesis of Knowledge from Multiple Disciplines:** Integrate insights and methodologies from different fields to generate innovative solutions to complex problems. Demonstrate the ability to navigate diverse knowledge domains, recognizing patterns and connections.

3. **Collaborative Problem-Solving:** Engage in collaborative problem-solving openness to diverse perspectives, encouraging a synergy of ideas that leads to comprehensive and effective solutions.

Contents

Week 1-2: Introduction to Qualitative Research in Market Intelligence

- Establishing foundational knowledge in qualitative research
- Distinguishing qualitative/ quantitative methods in the context of market intelligence
- Exploring the significance of qualitative research in informing market strategies enhanced by AI

Week 3-4: Research Design, Methodology, and Ethical Considerations in Market Intelligence

- Crafting effective research questions for market intelligence
- Developing qualitative research designs tailored for AI integration
- Ethical considerations specific to qualitative research in the realm of market intelligence

Week 5-6: Advanced Data Collection Techniques for Market Intelligence

- In-depth interviews, focus groups, and their applications in understanding market dynamics
- Observational methods, including ethnography, and their relevance to market intelligence
- Leveraging digital platforms for qualitative data collection in the context of market intelligence

Week 7-8: Data Analysis in Qualitative Research and AI Integration for Market Intelligence

- Thematic analysis and content analysis applied to market intelligence
- Grounded theory and narrative analysis methodologies tailored for AI-enhanced market strategies
- Introduction to software tools for qualitative data analysis in the realm of market intelligence

Week 9-11: Integration of Qualitative Research with Inductive Data Methods in Market Intelligence

- Inductive reasoning in data analysis for market intelligence
- Identifying patterns and insights through qualitative data to inform market strategies
- Case studies showcasing successful integration of qualitative research with AI-driven market intelligence

Week 12-13: AI Applications in Market Intelligence

- Overview of Artificial Intelligence in market intelligence
- Analyzing the role of AI in data-driven decision-making specific to market intelligence
- Case studies on AI applications in the market intelligence landscape

Week 14-15: Opportunities and Challenges in Integrating Qualitative Research with AI in Market Intelligence

- Exploring the synergies between qualitative research and AI for market intelligence
- Example Scenario: Integrating Qualitative Analysis and AI in a Tech Market
 - Qualitative Analysis: Understanding customer preferences and perceptions through interviews and focus groups. Thematic analysis reveals patterns such as feature preferences, user experience considerations, and emerging trends
 - AI Applications: Leveraging sentiment analysis, personalized recommendations, content generation, and chatbots to enhance market intelligence in the tech sector

Texts TBA

Courses included

Course-no.	Course name	Lecturer	Type ⁹	WSH	CP
15105	Qualitative Research & Market Intelligence	Prof. Dr. Jae-Aileen Chung	V, Ü, E	4	5

Examination (Prerequisite for the award of credit points)

Course-no.	Mode of delivery ¹⁰	Determination of the grade	Comments
	PLP	100%	

Requirements for admission to the module examination: -

Additional feedback during the course of study: -

Comments: -

Last update: 15.04.2024, Ulrich Wamsler

⁹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning
 Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

¹⁰ PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
 PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
 PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
 PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)
 Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 15006

SPO-Version: 32

Nachhaltigkeitscontrolling^(GreenTE)

Studiengang	Master Nachhaltige Unternehmensführung (M.Sc.)
Modulverantwortliche / r	Prof. Dr. Simone Häußler
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	Semester 1 oder 2 (je nach Studienstart)
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	1
Angebotshäufigkeit	Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	keine
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch, Englisch

Modulziele

Fachliche Kompetenzen

Studierende können unternehmerische Entscheidungen im Kontext von Nachhaltigkeitszielen treffen, organisatorische oder individuelle Leistungen bewerten und auf Basis etablierter sowie spezifisch nachhaltigkeitsorientierter Controllinginstrumenten beurteilen.

Studierende können den grundlegenden Zusammenhang zwischen Nachhaltigkeit und Controlling wiedergeben und sind in der Lage, Aufgaben und Ziele des Nachhaltigkeitscontrollings in der Theorie und seinen Anwendungen darzustellen.

Studierende können Weiterentwicklungsbedarfe klassischer Controllinginstrumente erkennen und beurteilen.

Studierende sind in der Lage, Instrumente und Konzepte des Nachhaltigkeitscontrollings anzuwenden (z.B. Green Controlling CO₂-Bilanzierung) und ein nachhaltigkeitsorientiertes Controllingsystem zu gestalten.

Studierende können in der Unternehmenspraxis implementierte Controllingsysteme hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeitsorientierung und Ethik kritisch hinterfragen.

Überfachliche Kompetenzen

Lösungsansätze werden in Kleingruppen erarbeitet und in Einzel- und Gruppenarbeiten präsentiert. Dadurch stärken die Studierenden ihr Selbstbewusstsein und ihre Selbstsicherheit.

Besondere Methodenkompetenz

Die Studierenden können wissenschaftlich argumentieren, Themen wissenschaftlich dokumentieren und fachlich diskutieren.

- Lerninhalte**
- Grundkonzept des Nachhaltigkeitscontrollings
 - Ziele, Aufgaben und Instrumente des Nachhaltigkeitscontrollings
 - Nachhaltigkeitsstrategien und Instrumente des strategischen Nachhaltigkeitscontrollings in der Praxis

Literatur Einführungsliteratur:
 Weber, J., Georg, J., Janke, R. und Mack, S. (2011): Nachhaltigkeit und Controlling, Wiley, Weinheim
 Colman, B. (2016): Nachhaltigkeitscontrolling, 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden
 Eine aktuelle Literaturliste mit Zeitschriftenartikeln wird zusätzlich im Kurs bekannt gegeben

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹¹	SWS	CP
15201	Nachhaltigkeitscontrolling	Prof. Dr. Simone Häußler	V, Ü, S, P	4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leistungsnachweises ¹²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
	PLP (Projekt aus Seminararbeit und Präsentation)	70% Seminararbeit; 30% Präsentation	

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung: -

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen: -

Bemerkungen: -

Letzte Aktualisierung: 15.04.2024, Ulrich Wamsler

¹¹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning
 Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

¹² PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
 PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
 PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
 PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)
 Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 15007

SPO-Version: 32

Nachhaltigkeitsberichterstattung^(GreenTE)

Studiengang	Master Nachhaltige Unternehmensführung (M.Sc.)
Modulverantwortliche / r	Prof. Dr. Simone Häußler
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	Semester 1 oder 2 (je nach Studienstart)
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	1
Angebotshäufigkeit	Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	keine
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch, Englisch

Modulziele

Fachliche Kompetenzen

Studierende, die dieses Modul erfolgreich absolviert haben, können aktuelle Herausforderungen der internen und externen Nachhaltigkeitsberichterstattung beschreiben. Sie können die Auswirkungen der Nachhaltigkeitsberichterstattung auf die moderne Unternehmensführung darlegen.

Studierende können Implikationen externer und interner Einflüsse auf die Nachhaltigkeitsberichterstattung sammeln, Schlussfolgerungen ziehen und zu möglichen Weiterentwicklungen Stellung beziehen.

Sie können wissenschaftliche Publikationen zu den Themen des Moduls analysieren und ihre Erkenntnisse in eigene Ausarbeitungen einfließen lassen.

Studierende können aktuelle rechtliche Veränderungen (z.B. CSRD, EU-Taxonomie) im Hinblick auf die Konsequenzen für die Unternehmensberichterstattung hin analysieren.

Überfachliche Kompetenzen

Das Modul findet an der Schnittstelle von Recht, Accounting, Controlling und strategischem Nachhaltigkeitsmanagement statt. Die Studierenden sind in der Lage, die Theorien und Werkzeuge in diesen Disziplinen zu analysieren und zu bewerten.

- Lerninhalte**
- Grundlagen der Nachhaltigkeitsberichterstattung
 - Rechtliche Veränderungen in der Praxis
 - Konsequenzen für Unternehmenssysteme
 - Greenwashing und Green Claims
 - Bewertung der Nachhaltigkeitsberichterstattung ESG-Indikatoren und ESG-Assessments

Literatur

Einführungsliteratur:

Theis, J. (2018). Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Praxis. Anwendung im DAX, 30. Düsseldorf: IDW Verlag

Günther, E./Steinke, K.-H. (Hrsg.) (2016): CSR und Controlling – Unternehmerische Verantwortung als Gestaltungsaufgabe des Controlling, Berlin/Heidelberg: Springer Gabler.

Herremans, I./Nazari, J. (2016): Sustainability Reporting Driving Forces and Management Control Systems, in: Journal of Management Accounting Research 28(2): 103-124.

Fifka, M. (Hrsg.) (2014): CSR und Reporting. Nachhaltigkeits- und CSR-Berichterstattung verstehen und erfolgreich umsetzen. Berlin/Heidelberg: Springer Gabler.

Eine aktuelle Literaturliste mit Zeitschriftenartikeln wird zusätzlich im Kurs bekannt gegeben

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹³	SWS	CP
15202	Nachhaltigkeitsberichterstattung	Prof. Dr. Simone Häußler	V, Ü	4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leistungsnachweises ¹⁴	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
	PLK (120 Minuten)	100%	

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung: -

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen: -

Bemerkungen: -

Letzte Aktualisierung: 15.04.2024, Ulrich Wamsler

¹³ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning
 Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

¹⁴ PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
 PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
 PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
 PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)
 Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 15008

SPO-Version: 32

Design Strategy & Value

Studiengang	Master Nachhaltige Unternehmensführung (M.Sc.)
Modulverantwortliche / r	Prof. Dr. habil. Patrick Ulrich
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	Semester 1 oder 2 (je nach Studienstart)
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	1
Angebotshäufigkeit	Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	keine
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch, Englisch

Modulziele

Fachkompetenz

Das Modul „Designing Strategy & Value“ beschäftigt sich mit den Grundprinzipien der Unternehmensstrategie und des Unternehmenswertes aus Sicht von CFOs und CEOs. In den letzten Jahren haben Unternehmen auch zunehmend Positionen für Chief Strategy Officers (CSOs) und Chief Digital Officers (CDOs) geschaffen. Die Studierenden können strategisches Denken hinterfragen und auf nachhaltige Prinzipien aufbauen, um sie in der Lösung praktischer Probleme anzuwenden. Sie entwickeln eigene Methoden zur Wertanalyse von Strategien im Unternehmenskontext, wobei ein Fokus auf der Schaffung von Werten liegt und dabei ethische und nachhaltige Gesichtspunkte berücksichtigt werden. Durch die Kenntnis des strategischen Managementprozesses können die Studierenden, die Nachhaltigkeit von Strategien sowohl aus Leistungs- als auch aus Wertsicht beurteilen und eigenständig markt-, ressourcen- und wertorientierte Strategien entwickeln. Dabei sind Fallstudien von besonderer Bedeutung. Die Studierenden übertragen ihr theoretisches und praktisches Wissen in neue Zusammenhänge.

Interdisziplinäre Kompetenzen

Die Studierenden arbeiten in kleinen Gruppen an Unternehmensbeispielen und stärken so ihre Kommunikations- und Teamfähigkeit. Strategisches Denken schärft die analytischen Fakten und die Verteidigung strategischer Grundpositionen ermöglicht es, andere betriebswirtschaftliche Fakten zu analysieren und Schlussfolgerungen zu formulieren.

Lerninhalte

- Grundlagen der Strategie & des Werts
- Schulen des strategischen Denkens
- Strategie, Wert & Leistung
- Strategische Diagnose
- Strategische Wahl
- Strategieumsetzung & -kontrolle
- Geschäftsmodelle und ihre Auswirkungen auf CFOs

Literatur

Becker, Wolfgang/Ulrich, Patrick (2019). Strategic Value Management. Theorien, Methoden und Konzepte, Stuttgart

Galpin, Timothy/Whittington, J. Lee/Bell, Greg (2015). Is your sustainability strategy sustainable? Creating a culture of sustainability, in: Corporate Governance, 15. Jg., Nr. 1, S. 1-17

Hunger, J. David/Wheelen, Thomas L. (2014). Essentials of Strategic Management, 5. Auflage, Harlow

Kleinfeld, Annette/Martens, Annika (2018). CSR und Compliance, Berlin, Heidelberg

Lloret, Antonio (2016). Modeling corporate sustainability strategy, in: Journal of Business Research, 69. Jg., Nr. 2, S. 418-425

López-Concepción, Arellys/Gil-Lacruz, Ana I./Saz-Gil, Isabel (2021). Stakeholder engagement, Csr development and Sdgs compliance: A systematic review from 2015 to 2021, in: Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 29. Jg., Nr. 1, S. 19-31

Möbes, Franziska (2022). Unternehmensführung 4.0: Wie viel Nachhaltigkeit steckt in GRC (Governance, Risk, Compliance)?, in: Bavarian Journal of Applied Sciences, S. 44-53

Wunder, Thomas (2016). Essentials of Strategic Management. Effective Formulation and Execution of Strategy, Stuttgart

Weitere Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹⁵	SWS	CP
15203	Design Strategy & Value	Dr. Christoph Feichtinger	V, Ü	4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leistungsnachweises ¹⁶	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
	PLP		PLP Portfolio Comprehensive examination consisting of a seminar paper (approx. 20 pages) and an oral presentation (approx. 15 pages)

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung: -

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen: -

Bemerkungen: -

Letzte Aktualisierung: 28.11.2023, Ulrich Wamsler

¹⁵ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning
 Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

¹⁶ PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
 PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
 PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
 PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)
 Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 15009

SPO-Version: 32

Nachhaltiges Unternehmensprojekt^(GreenTE)

Studiengang	Master Nachhaltige Unternehmensführung (M.Sc.)
Modulverantwortliche / r	Prof. Dr. Simone Häußler
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	Semester 1 oder 2 (je nach Studienstart)
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	1
Angebotshäufigkeit	Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	keine
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch

Modulziele

Dies ist ein Anwendungskurs. Wissen muss angewendet werden, um nützlich zu sein. Jedes Semester wählt ein Professor eine aktuelle Problematik in einem Unternehmen aus und bestimmt Teams, die Lösungen für diese Problematik herausarbeiten. So übernehmen die Studierenden eine beratende Funktion und organisieren Nachhaltigkeitsprojekte, beteiligen sich an Problemlösungsprozessen und geben Antworten auf Forschungsfragen und reflektieren die Ergebnisse kritisch.

Abhängig von der aktuellen Forschungs- und Firmenprojektkooperation haben die Studierenden die Möglichkeit, sich mit realen Problemen des Nachhaltigkeitsmanagements auseinanderzusetzen.

Professionalität

Im Praxisprojekt werden die zentralen Lernziele des Programms in die Praxis umgesetzt und die Studierenden können betriebswirtschaftliche Probleme im Bereich des Nachhaltigkeitsmanagements lösen. Die Prüfung in Form einer Projektarbeit mit benotetem Projektbericht ist die am häufigsten verwendete Form für Praxisprojekte.

Übergreifende Kompetenzen

Die Studierenden beherrschen die Lösung komplexer betriebswirtschaftlicher Probleme, die fachliche Diskussion und Problemlösung in Gruppen oder als Einzelpersonen.

Die Studierenden sind in der Lage, ihr ggf. erstes berufliches Wissen einem Expertenkreis zu vermitteln und selbstständig zu präsentieren. Hier stehen die Fähigkeiten des Selbstmanagements und des Selbstwachstums im Vordergrund.

Lerninhalte - Abhängig von der Wahl des Kurses

Literatur Abhängig von der Wahl des Kurses
Eine aktuelle Literaturliste mit Zeitschriftenartikeln wird zusätzlich im Kurs bekannt gegeben

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ¹⁷	SWS	CP
15204	Nachhaltiges Unternehmensprojekt	Prof. Dr. Simone Häußler	V, Ü, S, P	4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leistungsnachweises ¹⁸	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
	PLP / PLS	70% / 30%	70% Seminararbeit; 30% Präsentation

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung: -

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen: -

Bemerkungen: -

Letzte Aktualisierung: 15.04.2024, Ulrich Wamsler

¹⁷ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning
Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

¹⁸ PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)
Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Module-Number: 15010

SPO-Version: 32

Sustainable International & Strategic Marketing

Course of study	Master Nachhaltige Unternehmensführung (M.Sc.)
Person responsible for module	Prof. Dr. Christina Ravens
Module type	Mandatory module
Taught in semester	Semester 1 or 2 (depending on the start of the programme)
Duration of the module	1 Semester
Number LV	
Frequency	Summer semester
Credits	5 CP
Workload weekly classes	60 hours
Workload self study	90 hours
Prerequisites for the module	–
Language	English

Objectives

Professional competencies

The Advanced International Marketing module aims to build upon the basic foundations laid by the International Marketing module. In particular the module seeks to extend the depth of knowledge about the development of global marketing strategies, and their implementation. On completion of the module students will understand the processes adopted by marketing professionals: analysis, development of global marketing strategies, and critically, the ways in which these strategies are implemented, and refined in response to tactical / short term imperatives.

The general intent of the module is to refine students' ability to make marketing decisions, and also to do so at a higher level than discussion previously. In particular the module will help students develop their ability to: choose the most effective analytic strategies, assess implementation and managerial implications; and critically evaluate strategic marketing analysis methods with respect to their validity and relevance in a range of global marketplaces. The module will also explore the impact of marketing decisions upon the long-term evolution of markets, and market structures in terms of customers, competitors and market channels.

Specifically, the module aims to enable the students to:

- Define and explain the scope of global marketing strategy.
- Explain the process and methods for identifying and selecting marketing strategies.
- Explain key concepts and practical frameworks and techniques for effective strategic market analyses.
- Be able to develop and present a market-led strategy of sustainable competitive advantage.

- Be able to develop and apply approaches to address competitor's actions - both strategic and tactical.
- Demonstrate an understanding of alternative approaches to manage a firm's growth, and possible associated diversification strategy.
- Demonstrate an understanding of sustainable practicalities and limitations of sustainable global marketing strategy implementation.
- Explain how marketing strategies and their implementation has an impact on the organization overall.

Interdisciplinary competencies

Having successfully completed this module, the student should be able to:

- Develop their decision-making skills through the process case study, and real-firm analysis.
- Demonstrate problem formulation skills – developed by identifying problem areas in real organizations' marketing strategies via independent study and interaction with module colleagues.
- Demonstrate market research and forecasting skills – developed through web search exercises, independent study and interaction with module colleagues.
- Develop sustainable marketing strategies and integrate sustainability throughout international marketing policies.

Contents

The objective is for students to master key concepts of strategic and international marketing and successfully apply these throughout marketing contexts.

- **Reading and independent learning:** Students are expected to read required readings, and to prepare for sessions according to the weekly guidelines on Blackboard. Students are individually responsible for all of the material in the required readings. The readings will cover most of the course material, but lectures may also introduce new material. Students should not see readings as substitutes for lectures. Students are encouraged to share questions about their readings in lectures and class discussions.
- **Case studies:** Case studies serve the purpose of illustrating concepts in practice and offer opportunity to grapple with the material. Students are required to prepare cases in advance, as indicated in the weekly guidelines (see Blackboard). Students are expected to think independently about application of course concepts to the case studies.
- **Class discussion:** Upon completion of preparatory work, students are expected to contribute to class discussions with questions and comments. Ideas should be shared in structured and constructive fashion.
- **Group Project:** The group exercise constitutes an important element of the module. Throughout the period of instruction, time in tutorials is devoted to work on the Group Project. To ensure effective progress on the Group Project, students are strongly encouraged to stay up-to-date on the readings and the module material, more generally.

Literature

Tomczak et al (current edition), Strategic Marketing, Springer

Hollensen (current edition), Global Marketing, Pearson

Meffert et al (current edition), Marketingmanagement

Stead and Stead (current edition), Sustainable Strategic Management, Greenleaf

Courses included

Course-No.	Course name	Lecturer	Type ¹⁹	WSH	CP
15205	Sustainable International & Strategic Marketing	Prof. Dr. Christina Ravens	V, Ü	4	5

Examination (Prerequisite for the award of credit points)

Course-No.	Mode of delivery ²⁰	Determination of the grade	Comment
	PLP	100%	

Requirements for admission to the module examination: -

Additional feedback during the course of study: -

Comments: -

Last update: 15.04.2024, Ulrich Wamsler

¹⁹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning
 Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

²⁰ PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
 PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
 PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
 PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)
 Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 15011

SPO-Version: 32

Wahlfach 1

Studiengang	Master Nachhaltige Unternehmensführung (M.Sc.)
Modulverantwortliche / r	Prof. Dr. habil. Patrick Ulrich
Modulart	Wahlpflichtmodul
Studiensemester	Semester 1 oder 2 (je nach Studienstart)
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	1
Angebotshäufigkeit	Wintersemester, Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	keine
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Modulabhängig

Modulziele**Allgemeine Bemerkungen**

Das Modul Wahlfach bezieht sich auf ein Modul, das aus dem Vorlesungsangebot der Fakultät Wirtschaftswissenschaften ausgewählt wurde. Sollte das Wahlfach außerhalb der Fakultät sein, verweisen Sie bitte auf Wahlmodul 1.

Professionalität

Die erworbenen Fachkompetenzen basieren auf dem Fokus des jeweiligen Dozenten.

Interdisziplinäre Fähigkeiten

Eigenständigkeit bei der Lösung komplexer Geschäftsprobleme, Diskussion und Problemlösung in Gruppen.

Lerninhalte

- Die konkreten Inhalte sind abhängig vom jeweiligen Dozenten
- Sie dienen der Vertiefung und Erweiterung des beruflichen Wissens der Studierenden

Literatur

Die spezifischen Vorlesungsinhalte hängen vom gewählten Modul und damit vom Dozenten dieses Moduls ab.

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ²¹	SWS	CP
15801	Modulabhängig	Modulabhängig	V, Ü	4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leistungsnachweises ²²	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
	Modulabhängig	Modulabhängig	

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung: -

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen: -

Bemerkungen: -

Letzte Aktualisierung: 01.10.2021, Alexander Sprengel

²¹ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning
 Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

²² PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
 PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
 PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
 PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)
 Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 15012

SPO-Version: 32

Wahlfach 2

Studiengang	Master Nachhaltige Unternehmensführung (M.Sc.)
Modulverantwortliche / r	Prof. Dr. habil. Patrick Ulrich
Modulart	Wahlpflichtmodul
Studiensemester	Semester 1 oder 2 (je nach Studienstart)
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	1
Angebotshäufigkeit	Wintersemester, Sommersemester
Credits	5 CP
Workload Präsenz	60 Stunden
Workload Selbststudium	90 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	keine
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Modulabhängig

Modulziele

Allgemeine Bemerkungen

Das Modul Wahlfach bezieht sich auf ein Modul, das aus dem Vorlesungsangebot der Fakultät Wirtschaftswissenschaften ausgewählt wurde. Sollte das Wahlfach außerhalb der Fakultät sein, verweisen Sie bitte auf Wahlmodul 2.

Professionalität

Die erworbenen Fachkompetenzen basieren auf dem Fokus des jeweiligen Dozenten.

Interdisziplinäre Fähigkeiten

Eigenständigkeit bei der Lösung komplexer Geschäftsprobleme, Diskussion und Problemlösung in Gruppen.

Lerninhalte

- Die konkreten Inhalte sind abhängig vom jeweiligen Dozenten
- Sie dienen der Vertiefung und Erweiterung des beruflichen Wissens der Studierenden

Literatur

Die spezifischen Vorlesungsinhalte hängen vom gewählten Modul und damit vom Dozenten dieses Moduls ab.

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ²³	SWS	CP
15802	Modulabhängig	Modulabhängig	V, Ü	4	5

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leistungsnachweises ²⁴	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
	Modulabhängig	Modulabhängig	

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung: -

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen: -

Bemerkungen: -

Letzte Aktualisierung: 01.10.2021, Alexander Sprengel

²³ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
 E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning
 Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

²⁴ PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
 PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
 PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
 PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)
 Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32

Modul-Nummer: 9999

SPO-Version: 32

Masterarbeit

Studiengang	Master Nachhaltige Unternehmensführung (M.Sc.)
Modulverantwortliche / r	LeiterIn des Prüfungsamtes
Modulart	Pflichtmodul
Studiensemester	3. Semester
Moduldauer	1 Semester
Zahl LV	–
Angebotshäufigkeit	Wintersemester, Sommersemester
Credits	30 CP
Workload Präsenz	1 Stunde (Kolloquium)
Workload Selbststudium	899 Stunden
Teilnahmevoraussetzung Modul	Genehmigung des Themas der Masterthesis durch den Prüfungsausschuss des Studiengangs; das Erreichen von mindestens 255 CP im bisherigen Studienverlauf (Bachelor- und Masterstudium)
Verwendung in anderen SG	
Sprache	Deutsch, Englisch

Modulziele

Professionalität

Die Studierenden sind in der Lage, ein relevantes komplexes Problem selbstständig und kritisch zu bearbeiten und die erlernten wissenschaftlichen Methoden im Detail darzustellen. In der Masterthesis ist der Studierende in der Lage, die Aufgabe selbstständig, strukturiert und nach wissenschaftlichen Methoden und nach internationalen wissenschaftlichen Standards innerhalb eines bestimmten Zeitraums, unter Nutzung der bis dahin im Studium erworbenen Kompetenzen, zu erarbeiten.

Ein zentraler Bestandteil ist die schriftliche, wissenschaftlich fundierte Ausarbeitung der Arbeitsergebnisse und deren Diskussion, einschließlich Literatur und anderer Quellen. Die Studierenden werden befähigt, Quellen nach ihrem wissenschaftlichen Wert und ihrer Qualität zu differenzieren und in die Struktur einer logischen Argumentationskette zu integrieren. Im Rahmen des Kolloquiums ist der Studierende in der Lage, die Arbeit zusammengefasst und verständlich darzustellen und mit dem Fachpublikum aus objektiver Sicht zu diskutieren.

Interdisziplinäre Fähigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage, ein Projekt eigenverantwortlich und termingerecht zu bearbeiten und abzuschließen, in dem sie komplexe Probleme auch im Rahmen einer praktischen Frage analysieren, strukturieren und lösen können. Die Studierenden sind in der Lage, sich selbstständig zu organisieren, indem sie in geeigneter Weise Prioritäten setzen und den Belastungen während des Moduls standhalten. Sie können Kritik annehmen und konstruktiv damit umgehen.

Methodenkompetenz

Die Studierenden können aus der Fragestellung eine fortgeschrittene Forschungsmethodik ableiten und anwenden, indem sie relevante Informationen sammeln, unabhängig an Projekten arbeiten, Daten sammeln, analysieren, interpretieren, auswerten und für die Forschung entsprechende Methoden auswählen, um sie professionell anzuwenden. Sie können komplexe fachbezogene Inhalte klar und zielgerichtet sowohl mündlich als auch schriftlich präsentieren und verteidigen. Die Studierenden werden in der Lage sein, effiziente Arbeitstechniken zu entwickeln. Die Studierenden können den "roten Faden" ihrer Forschungsarbeit sowohl mündlich als auch schriftlich deutlich darstellen.

Lerninhalte

- Selbststudium: Abhängig vom gewählten Thema der Abschlussarbeit

Literatur

Saunders, M.; Lewis, P.; Thornhill, A.: Research Methods for Business Students (Pflichtliteratur), jeweils aktuelle Auflage

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). The SAGE handbook of qualitative research. Thousand Oaks, Sage Publications

Enthaltene Lehrveranstaltungen (LV)

LV-Nr.	Name der Lehrveranstaltung	Lehrender	Art ²⁵	SWS	CP
9999	Masterarbeit				30

Modulprüfung (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

LV-Nr.	Art und Dauer des Leistungsna- weises ²⁶	Ermittlung der Modulnote	Bemerkung
9999	PLP	80%	Schriftliche Thesis
9998	PLM	20%	Kolloquium

Voraussetzungen für die Zulassung zur Modulprüfung:

Genehmigung des Themas der Masterthesis durch den Prüfungsausschuss des Studiengangs. Die Masterarbeit kann erst begonnen werden, wenn im bisherigen Studienverlauf (Bachelor- und Masterstudium) mindestens 255 Credit Points erreicht worden sind (85% der insgesamt zu erreichenden 300 CP).

Weitere studienbegleitende Rückmeldungen: -
Bemerkungen:

Die Masterthesis kann in Deutsch oder Englisch verfasst werden, wobei eine der beiden Sprachen einheitlich verwendet werden muss. Dies ist mit dem ersten Prüfer zu besprechen.

Wissenschaftliche Quellen sind insbesondere Artikel und Beiträge in international anerkannten, durch Experten geprüfte Fachzeitschriften, deren primäre Verwendung in der Masterarbeit strikt zu beachten ist.

Der Studiengang kann durch Beschluss des Prüfungsausschusses durch Bekanntmachung oder Ankündigung zusätzliche Richtlinien in der üblichen Form erlassen, die den Inhalt und die formalen Anforderungen an die Masterthesis sowie Fragen der Ablauforganisation und -bewertung regeln. Diese sind auf der Website des Studiengangs im Downloadbereich verfügbar.

Letzte Aktualisierung: 01.09.2021, Alexander Sprengel

²⁵ V Vorlesung L Labor S Seminar PR Praktikum EX Experiment X Nicht fixiert
E Exkursion Ü Übung P Projekt K Kolloquium EL E-Learning
Bachelor ab SPO 33 (§ 63); Master ab SPO 32

²⁶ PLK Schriftliche Klausurarbeiten PLR Referat PLL Laborarbeit PLT Lerntagebuch
PLS Hausarbeit/Forschungsbericht PLE Entwurf PLF Portfolio PMC Multiple Choice
PLM Mündliche Prüfung PLP Projekt PPR Praktikum PLC Multimedial gestützte Prüfung
PLA Praktische Arbeit (E-Klausur)
Bachelor ab SPO 33 (§ 20); Master ab SPO 32