

**5. Ordnung zur Änderung der Prüfungsordnung  
für den Master-Studiengang  
Wirtschaftswissenschaft  
der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule Aachen  
vom 18.04.2016**

Aufgrund der §§ 2 Abs. 4, 64 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen (Hochschulgesetz – HG), in der Fassung des Artikel 1 des Hochschulzukunftsgesetzes Nordrhein-Westfalen vom 16. September 2014 (GV. NRW S. 547), hat die Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen (RWTH) folgende Prüfungsordnung erlassen:

## Artikel I

Die Prüfungsordnung für den Master-Studiengang Wirtschaftswissenschaft der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule (RWTH) Aachen vom 25.11.2010, zuletzt geändert durch die vierte Ordnung zur Änderung der Prüfungsordnung vom 19.02.2015 (Amtliche Bekanntmachungen der RWTH Aachen, Nr. 2015/016), wird wie folgt geändert:

### 1. § 10 Absatz 8 wird durch folgende Fassung ersetzt:

- (8) Die Gesamtnote wird aus den Noten der Module (einschließlich Masterarbeit) gebildet, wobei die einzelnen Noten und die Note der Masterarbeit mit den dazugehörigen Leistungspunkten gewichtet werden.

Die Gesamtnote der bestandenen Master-Prüfung lautet:

bei einem Durchschnitt bis 1,5 = sehr gut,  
bei einem Durchschnitt von 1,6 bis 2,5 = gut,  
bei einem Durchschnitt von 2,6 bis 3,5 = befriedigend,  
bei einem Durchschnitt von 3,6 bis 4,0 = ausreichend.

Die jeweils schlechteste der gewichteten Modulnoten sowohl aus dem Wahlpflichtbereich A als auch aus dem Wahlpflichtbereich B bleibt auf Antrag der bzw. des Studierenden an den Prüfungsausschuss unberücksichtigt, sofern alle Modulprüfungen innerhalb der Regelstudienzeit bestanden wurden.

### 2. § 16 Absatz 1 wird durch die folgende Fassung ersetzt:

Die Master-Prüfung besteht aus

1. den Prüfungen zu den in Absatz 3 aufgeführten Modulen des Pflichtbereichs (Methodische Grundlagen)
2. den Prüfungen zu den Modulen des Wahlpflichtbereichs A (Allgemeine Wirtschaftswissenschaften)
3. den Prüfungen zu den Modulen des Wahlpflichtbereichs B (Berufsfeldbezogene Vertiefung), darunter mindestens ein Modul mit Seminarcharakter (Pflichtseminar)
4. dem Modul Masterarbeit.

### 3. Ab dem Sommersemester 2015 werden folgende Module nicht mehr angeboten:

- Absatz und Beschaffung
- Betriebliches Rechnungswesen
- Privatrechtliche Fragen internationaler Lieferbeziehungen
- Organizational Architecture and Technology
- Produktivitäts- und Effizienzanalyse
- Quantitative Methoden der Wirtschaftswissenschaft
- Strategisches Management
- Strategisches Marketing

**Für Studierende, die sich im schwebenden Prüfungsverfahren befinden, finden nach dem letzten Angebot der Lehrveranstaltung noch drei Prüfungstermine statt.**

**4. Ab dem Sommersemester 2015 wird der Modulkatalog um die folgenden Module erweitert:**

- Buchführung und Internes Rechnungswesen
- Einführung in Operations Research
- Nachhaltige Wertschöpfungsnetzwerke
- Organisationsdesign und Technologie (ersetzt Organizational Architecture and Technology)
- Principles of Marketing
- Produktionsplanung und -steuerung

**Die Modulbeschreibungen befinden sich in der Anlage 1 dieser Änderungsordnung.**

**5. Ab dem Sommersemester 2015 werden die Modulbeschreibungen der folgenden Module durch die entsprechenden Fassungen in Anlage 2 dieser Änderungsordnung ersetzt:**

- Advanced International Trade
- Consumer Behavior
- Development of IT Standards
- Economics of Technological Diffusion
- Grundzüge des Privatrechts (B)
- Industrial Organization
- Informationsökonomie
- Interactive Value Creation
- Investition und Finanzierung
- Kapitalgesellschaftsrecht
- Logistikmanagement
- Management of Enterprise Resource Planning and Interorganizational Information Systems
- Nachhaltige Unternehmensführung
- Produktion und Logistik (alle außer BSBWL)
- Spieltheorie
- Strategy for the Information Economy
- Strategic Technology Management
- Supply Chain Management
- Wertschöpfungscontrolling

**Für Studierende, die die nunmehr geänderten Module bei Modulangebot im Wintersemester vor dem Wintersemester 2014/2015 und bei Modulangebot im Sommersemester vor dem Sommersemester 2015 begonnen haben, finden zu den bisherigen Bedingungen**

nach letztmaligem Veranstaltungsangebot noch drei Prüfungstermine statt. Auf Antrag an den Prüfungsausschuss können die neuen Module gewählt werden.

6. Ab dem Sommersemester 2015 werden die Studienverlaufpläne durch die Fassungen in Anlage 3 dieser Änderungsordnung ersetzt.

## Artikel II

Diese Änderungsordnung wird in den Amtlichen Bekanntmachungen der RWTH veröffentlicht, tritt am Tage nach ihrer Bekanntmachung in Kraft und findet auf alle in den Master-Studiengang Wirtschaftswissenschaft eingeschriebenen Studierenden Anwendung.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Fakultätsrates der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften vom 17.12.2014.

Der Rektor  
der Rheinisch-Westfälischen  
Technischen Hochschule Aachen

Aachen, den 18.04.2016

gez. Schmachtenberg  
Univ.-Prof. Dr.-Ing. E. Schmachtenberg

**Anlage 1: Neue Module**

<b>Buchführung und Internes Rechnungswesen (5 CP) (B)</b> Pflichtbereich für Master Wirtschaftswissenschaft						
<b>ALLGEMEINE ANGABEN</b>						
<b>Fachsemester</b>	<b>Dauer</b>	<b>Kredit-Punkte</b>	<b>SWS</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Turnus</b>	<b>Sprache</b>
1	1	5	4	Jährlich	WS	Deutsch
<b>INHALTLICHE ANGABEN</b>						
<b>Inhalt</b>			<b>Lernziele</b>			
<p>Lehrveranstaltungsinhalte „Buchführung“:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zwecke und Zielgrößen der Finanzberichte von Unternehmen</li> <li>2. Regelungsgrundlagen zur Buchführung in Deutschland</li> <li>3. Regelungskreise zur Messung von Eigenkapital und Eigenkapitalveränderungen</li> <li>4. Das System der doppelten Buchführung</li> <li>5. Behandlung von relevanten Ereignissen während des Abrechnungszeitraums</li> <li>6. Behandlung von relevanten Ereignissen zum Ende des Abrechnungszeitraums</li> <li>7. Vorgehen am Ende des Abrechnungszeitraums zur Ermittlung von Finanzberichten</li> <li>8. Herleitung von Kapitalflussrechnungen</li> </ol> <p>Lehrveranstaltungsinhalte „Internes Rechnungswesen“</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Betriebswirtschaftliches Rechnungswesen</li> <li>2. Erlös und Kosten</li> <li>3. Trägerbezogene Kalkulation</li> <li>4. Stellenbezogene Kalkulation</li> <li>5. Artenbezogene Kalkulation</li> <li>6. Gemeinsame und entscheidungsbezogene Betrachtung der dargestellten Kalkulationstypen</li> <li>7. Planungsrechnungen und Abweichungsermittlung</li> </ol>			<p>Die Studierenden erlangen Grundkenntnisse in Buchführung und Internem Rechnungswesen.</p>			
<b>Voraussetzungen</b>			<b>Benotung</b>			
keine			<p>Klausurarbeit (100%). Möglichkeit der Notenverbesserung über bestandene Übungsaufgaben (eine Übungsaufgabe gilt als bestanden, wenn 2/3 der erzielbaren Punkte erreicht werden). Es kann die Note der regulären Prüfung um 0,3 bzw. 0,4 Notenpunkte verbessert werden, wenn 1. die reguläre Prüfung auch ohne diese Verbesserung mit 4,0 oder besser bestanden wurde und 2. wenn wenigstens 3/4 der angebotenen Übungsaufgaben bestanden sind.</p>			

<b>LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN &amp; ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN</b>			
<b>Titel</b>	<b>Prüfungsdauer (Minuten)</b>	<b>CP</b>	<b>SWS</b>
Prüfung Buchführung und Internes Rechnungswesen	60-70 Minuten	5	
Vorlesung Buchführung und Internes Rechnungswesen			2
Übung Buchführung und Internes Rechnungswesen			2

<b>Einführung in Operations Research (5 CP) (B)</b> Pflichtbereich für Master Wirtschaftswissenschaft					
<b>ALLGEMEINE ANGABEN</b>					
<b>Fachsemester</b>	<b>Dauer</b>	<b>SWS</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Turnus</b>	<b>Sprache</b>
1	1	4	Jährlich	SS	Deutsch
<b>INHALTLICHE ANGABEN</b>					
<b>Inhalt</b>			<b>Lernziele</b>		
Einführung in das Operations Research und seine Anwendungen; Klärung der Begriffe Problem, Modell, und Methode; Graphen und grundlegende Graphenalgorithmen; lineare Optimierung: lineare Programme, Simplexverfahren, Startlösung, Komplexität, Entartung, Dualität, Sensitivitätsanalyse. Ein Schwerpunkt liegt in der Modellierung wirtschaftswissenschaftlicher Fragestellungen (Entscheidungs-, Planungs- und Optimierungsprobleme). Mathematische Hintergründe werden ansatzweise vermittelt. Es werden für das Operations Research relevante grundlegende Fertigkeiten am Computer vorgestellt.			Studierende können grundlegende Anwendungsprobleme mit Hilfe von Graphen und linearen Programmen sowohl konkret in einer Modellierungssprache (wie z. B. GAMS) als auch abstrakt modellieren; sie können Methoden und Algorithmen der linearen Optimierung anwenden, insbesondere erkennen, welche Modelle und welche Algorithmen in welcher Situation anzuwenden sind. Die Studierenden verstehen die mathematischen Zusammenhänge mindestens grundlegend.		
<b>Voraussetzungen</b>			<b>Benotung</b>		
keine			Klausurarbeit (100%)		
<b>VERANSTALTUNGEN UND PRÜFUNGEN</b>					
<b>Veranstaltung</b>	<b>SWS</b>	<b>CP</b>	<b>Minstdauer</b>		
Vorlesung	2				
Übung	2				
Klausurarbeit		6	60 Minuten		

<b>Nachhaltige Wertschöpfungsnetzwerke (5 CP)</b>					
Wahl A für Master Wirtschaftswissenschaft					
<b>ALLGEMEINE ANGABEN</b>					
Fachsemester	Dauer	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
2	1	4	Jährlich	SS	Deutsch
<b>INHALTLICHE ANGABEN</b>					
Inhalt			Lernziele		
<p>Die Veranstaltung stellt etablierte und neuere Methoden zur Modellierung und Bewertung der Nachhaltigkeit von Wertschöpfungsnetzwerken vor. Es werden Konzepte zur Erfassung und Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen, Produkten und Wertschöpfungsnetzwerken analysiert. Für die Bewertung finden Methoden der Ökobilanzierung und der multikriteriellen Entscheidungsunterstützung Anwendung. Die Umsetzung der Konzepte wird an Fallstudien diskutiert.</p>			<p>Nach erfolgreichem Absolvieren sollen die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzepte zur Modellierung und Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen, Produkten und Supply Chains kennen,</li> <li>• Methoden der Ökobilanzierung und multikriteriellen Entscheidungsunterstützung beherrschen,</li> <li>• Die Fähigkeit haben Aktivitäten aus Nachhaltigkeitsperspektive kritisch zu hinterfragen, zu analysieren und kontrovers zu diskutieren und in der Lage sein, dieses Wissen auf praxisnahe Problemstellungen anzuwenden.</li> </ul>		
Voraussetzungen			Benotung		
Keine Teilnehmerbeschränkt auf 70 Teilnehmer.			In Abhängigkeit von der Anzahl der Teilnehmer entweder Klausur (100%), oder Klausur (70%) & semesterbegleitende Aufgaben (z.B. Aufsätze, Hausarbeiten, Präsentationen/ Gewichtung insgesamt 30%), oder Klausur (70%) & Referat (30%)		
<b>VERANSTALTUNGEN UND PRÜFUNGEN</b>					
Veranstaltung		SWS	CP	Minstdauer	
Vorlesung		2			
Übung		2			
Prüfung			5	60 Minuten	

<b>Organisationsdesign und Technologie (5 CP)</b>						
Wahl B für Master Wirtschaftswissenschaft						
<b>ALLGEMEINE ANGABEN</b>						
Fachsemester	Dauer	Kredit-Punkte	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
3	1	5	3	Jährlich	WS	Deutsch
<b>INHALTLICHE ANGABEN</b>						
Inhalt			Lernziele			
<p>Es werden relevante Variablen der Organisationsgestaltung identifiziert und es wird diskutiert, wie diese gemessen werden können. Anhand von empirischen Studien wird die Rolle der Gestaltung der Organisation für den Unternehmenserfolg diskutiert. Dabei wird insbesondere auch die Rolle von Technologien analysiert. Zudem werden z. B. folgende Themen behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Job Design</li> <li>• Zentralisierung vs. Dezentralisierung</li> <li>• Hierarchien</li> <li>• Neue Organisationspraktiken</li> </ul>			<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• lernen relevante Variablen der Organisationsgestaltung kennen und verstehen deren möglichen Beitrag zum Unternehmenserfolg.</li> <li>• verstehen die Rolle von Technologien für die Gestaltung von Organisationen.</li> <li>• wenden die gelernte Analysefähigkeit auf die Fragestellung der Gestaltung von Organisationen an.</li> </ul>			
Voraussetzungen			Benotung			
Grundkenntnisse der Mikroökonomie			Erfolgreiche Teilnahme an einer Klausur (60 Minuten), Gewichtung: 100%			
<b>LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN &amp; ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN</b>						
Titel		Prüfungsdauer (Minuten)	CP	SWS		
Prüfung Organisationsdesign und Technologie		60	5			
Vorlesung Organisationsdesign und Technologie				2		
Übung Organisationsdesign und Technologie				1		

<b>Principles of Marketing (5 CP) (B)</b>						
Wahl A für Master Wirtschaftswissenschaft						
<b>ALLGEMEINE ANGABEN</b>						
Fachsemester	Dauer	Kreditpunkte	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
2	1	5	3	jährlich	SS	Englisch
<b>INHALTLICHE ANGABEN</b>						
<b>Inhalt</b>			<b>Lernziele</b>			
<p>Introduction into marketing management Focus topics:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Understanding the behavior of consumers and organizations</li> <li>- Designing, executing, and interpreting market research</li> <li>- Developing a marketing strategy and a competitive positioning</li> </ul> <p>Shaping market offerings through the 4P Focus topics:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Product management and design</li> <li>- Branding and brand architectures</li> <li>- Positioning and pricing</li> <li>- Developing communication strategies</li> <li>- Building distribution models</li> <li>- Marketing in different industries</li> </ul> <p>Practical exercise: Case studies and development of own marketing strategy on the basis of real technologies/innovations.</p>			<p>Overall goal is that students gain theoretical and practical knowledge in marketing as preparation for interdisciplinary leadership roles.</p> <p>After successfully completing this course, the student will have acquired the following learning outcomes:</p> <p>Knowledge / Understanding:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) know and understand theories in the fields of consumer behavior and marketing research</li> <li>b) know how to derive a marketing strategy based on an analysis of customer needs and competitive structure;</li> <li>c) understand the unique challenges and requirements of marketing in different industries</li> </ul> <p>Abilities / Skills:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) able to implement a marketing strategy through a systematic and coordinated use of marketing instruments (i.e., product, price, promotion, place)</li> <li>b) able to assess the effectiveness of different marketing instruments from a customer-centric perspective</li> <li>c) able to assess how decisions regarding a marketing strategy affect a company's different stakeholder groups</li> </ul> <p>Competencies:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) are able to communicate and explain their marketing strategy and their choice of specific marketing instruments for different industries, in particular via the given case studies</li> </ul>			
<b>Voraussetzungen</b>			<b>Benotung</b>			
No prerequisites			Exam (40%), Project (50%), Schriftliche Übungsaufgabe oder Übungsprüfung (10%)			
<b>LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN &amp; ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN</b>						
<b>Titel</b>				<b>Prüfungsdauer (Minuten)</b>	<b>CP</b>	<b>SWS</b>
Prüfung Principles of Marketing					5	
Vorlesung Principles of Marketing						2
Übung Principles of Marketing						1

<b>Produktionsplanung und -steuerung (5 CP)</b>					
Wahl A für Master Wirtschaftswissenschaft					
<b>ALLGEMEINE ANGABEN</b>					
Fachsemester	Dauer	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
2	1	4	Jährlich	SS	Deutsch
<b>INHALTLICHE ANGABEN</b>					
Inhalt			Lernziele		
<p>Die Veranstaltung stellt etablierte Methoden des Produktionsplanung und -steuerung vor und gibt einen Überblick über neuartige Entwicklungen. Es werden strategische, taktische und operative Planungsaufgaben in Anlehnung an die APS-Matrix behandelt. Die Planungsaufgaben werden anhand praxisnaher Einführungen motiviert und die Konzepte und Modelle anhand von Fallbeispielen erläutert. Die Studierenden praktizieren in Übungseinheiten die Anwendung der vermittelten Methoden. Zudem wird eine Einführung in eine Optimierungssoftware gegeben und die in der Vorlesung behandelten Modelle implementiert.</p>			<p>Ziel ist es, den Studierenden die Fähigkeiten zu vermitteln, um qualitative und quantitative Fragestellungen der Produktionsplanung und -steuerung eigenständig zu entwickeln und mittels Optimierungswerkzeugen zu lösen. Praxisnahe Problemstellungen werden behandelt und die Möglichkeiten und Grenzen der Methoden diskutiert. Dabei werden auch die argumentativen Fähigkeiten der Studierenden gefördert. Strategische, taktische und operative Planungsaufgaben der Produktionsplanung und -steuerung werden behandelt und an geeigneten Stellen werden Einblicke in die aktuelle Forschung gegeben.</p>		
Voraussetzungen			Benotung		
keine			<p>In Abhängigkeit von der Anzahl der Teilnehmer entweder                      Klausur (100 %), oder                      Klausur (85 %) &amp; schriftliche Hausarbeit (15 %), oder                      Klausur (85 %) &amp; Referat (15 %)</p>		
<b>VERANSTALTUNGEN UND PRÜFUNGEN</b>					
Veranstaltung		SWS	CP	Minstdauer	
Vorlesung		2			
Übung		2			
Prüfung			5	60 Minuten	

**Anlage 2: Geänderte Modulbeschreibungen**

<b>Advanced International Trade (5 CP)</b> Wahl B für Master Wirtschaftswissenschaft						
<b>ALLGEMEINE ANGABEN</b>						
<b>Fachsemester</b>	<b>Dauer</b>	<b>Kredit-Punkte</b>	<b>SWS</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Turnus</b>	<b>Sprache</b>
Ab 3.FS	1	5	4	Jährlich	WS	Englisch
<b>INHALTLICHE ANGABEN</b>						
<b>Inhalt</b>			<b>Lernziele</b>			
(1) Neoclassical trade theory: review and extensions (2) Imperfect competition and trade (3) Firms and international Trade (4) International production (5) Current topics in international Trade			After successful completion of this course, students will be able to understand the current literature on the theory of international trade. They will know the most important model approaches to explain the consequences of international trade for firms and consumers.			
<b>Voraussetzungen</b>			<b>Benotung</b>			
Course „Internationale Wirtschaftsbeziehungen“ or comparable			Written exam (60 minutes), (weight: 75%) and presentation (25% of final mark.)			
<b>LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN &amp; ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN</b>						
<b>Titel</b>	<b>Prüfungsdauer (Minuten)</b>	<b>CP</b>	<b>SWS</b>			
Exam and presentation Advanced International Trade	60	5				
Lecture Advanced International Trade			2			
Practice Section Advanced International Trade			2			

<b>Consumer Behavior (5 CP)</b>						
Wahl B für Master Wirtschaftswissenschaft						
ALLGEMEINE ANGABEN						
Fachsemester	Dauer	Kredit-Punkte	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
Ab 3.FS	1	5	3	Jährlich	WS	Englisch
INHALTLICHE ANGABEN						
<b>Inhalt</b>			<b>Lernziele</b>			
<p>This course aims to provide students with a fundamental understanding of how consumers decide and behave in the marketplace. Specifically, the course will focus on understanding (a) how consumers choose between competing options, (b) how emotions influence consumers' decision processes, (c) how consumers are (unconsciously) affected by the order and presentation of different product options, and (d) how decisions are influenced by situational and social cues.</p> <p>Importantly, the course will follow a psychological approach for understanding consumer behavior and will be mostly based on scientific journal articles. Furthermore, students are expected to take an active part in in-class discussions.</p>			<p>The course aims to provide students with a fundamental understanding of how consumers decide and behave in the marketplace and how they form their preferences for products and services. Specifically, the course intends to familiarize students with current research in consumer behavior and to help them understand how and to what extent this research can be used to address practical, real-life marketing problems.</p> <p>Another aim of the course is to enable students to critically reflect on and to develop the current theoretical discourse related to consumer behavior. To this end, students will develop their own research projects in small groups that focus on a specific aspect of consumer behavior. These research projects will be presented and discussed in class and will also be documented in a final report. Thus, the course also aims to help students improve their methodological skills and their communication abilities</p>			
<b>Voraussetzungen</b>			<b>Benotung</b>			
None, although basic knowledge in marketing (e.g., „Principles of Marketing“) is recommended Limitation of participants to 50. Students specializing in IEM will be given first priority, all other students will be assigned by drawing lots.			Exam (50%), Paper (50%)			
LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN & ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN						
Titel	Prüfungsdauer (Minuten)	CP	SWS			
Prüfung Consumer Behavior	60	5				
Vorlesung Consumer Behavior			2			
Übung Consumer Behavior			1			

Development of IT Standards (5 CP) Wahl B für Master Wirtschaftswissenschaft						
ALLGEMEINE ANGABEN						
Fachsemester	Dauer	Kredit-Punkte	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
Ab 3.FS	1	5	3	Jährlich	WS	Englisch
INHALTLICHE ANGABEN						
Inhalt			Lernziele			
<p>Organizations are the main buyers of information technology (IT) products. Such products are used to build information systems which increasingly cross organizational boundaries. Information systems consist not only of IT products, but also of organizational processes, knowledge and rules. Together, they form the “nervous system” of organizations and networks of organizations. From a user’s point of view, this means that IT products need to be integrated as components into larger systems; from a vendor’s point of view, products need to be positioned so as to make their incorporation into larger systems easy while also protecting competitive interests of the firm. The key to both these tasks is the specification and possibly standardization of interfaces through which IT products are linked with other products and systems, thus becoming part of systems themselves. Therefore, consideration of possible participation in processes aimed at specifying and standardizing these interfaces becomes an increasingly important task for vendors and user organizations alike (often, large vendors are also users themselves). Thus, the field of IT standardization is well on its way towards becoming a general management issue.</p>			<p>In this course, students will learn to                      (1) appreciate the relevance of IT standardization processes for organizations;                      (2) understand and analyze standardization processes;                      (3) evaluate such standardization processes from the perspective of firms (both as users and vendors of IT).</p> <p>The course will rely on published case studies of real-life IT standardization processes. Students will have to present and analyze individual cases, preferably in teams. Cases will revolve around one specific technology (mobile telecommunications) so as to facilitate a basic understanding of the technical issues involved in the standardization processes selected for this course.</p> <p>The course consists of regular classes and tutorials. Tutorials will be used to refresh basic concepts in organizational and economic theory as well as provide a basic understanding of technical concepts used in this course.</p>			
Voraussetzungen			Benotung			
none going beyond the admission conditions			Presentation (30%), Exam (70%)			
Titel				Prüfungsdauer (Minuten)	CP	SWS
Prüfung Development of IT Standards				60 Minuten	5	
Vorlesung Development of IT Standards						2
Übung Development of IT Standards						1

<b>Economics of Technological Diffusion (5 CP)</b>						
Wahl A für Master Wirtschaftswissenschaft						
<b>ALLGEMEINE ANGABEN</b>						
Fachsemester	Dauer	Kredit-Punkte	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
3	1	5	4	Jährlich	WS	Englisch
<b>INHALTLICHE ANGABEN</b>						
Inhalt			Lernziele			
<p>For various reasons (such as emerging new technologies, problems related to resource supply and use, climate change, etc.) it is expected that in the coming decades significant technological change will happen. Thus, the challenges faced by engineers, economists, and natural scientists involved in management, plant operation or administration will rise to understand, adequately describe and—subject to certain assumptions regarding the framework conditions—to accurately predict the diffusion dynamics and potentials of new technologies and products. To this end, a significant basic knowledge in the fields of technology assessment, market analysis, cost reduction potentials, and the theories of innovation diffusion is needed. In this course, a basic knowledge in economic theory and methods related to the study of the diffusion of new technologies will be acquired and applied to innovative energy technologies. In this way the student receives a useful overview on the subject, which in many occupational areas (e.g., product development, market observation, marketing, technology assessment, and policy-making) is of increasing relevance in everyday business.</p>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• To understand why diffusion may take a long time and often shows an S-shaped diffusion curve</li> <li>• To know what is meant by the term “diffusion of (technological) innovation” and to understand the difference between the terms “adoption” and “diffusion”;</li> <li>• To be able to classify / understand diffusion research from different angles pursued in different research disciplines;</li> <li>• To learn about economic modeling of technological diffusion;</li> <li>• To understand how competing technologies influence each other’s diffusion processes;</li> <li>• To better understand energy/climate policy-making based on considerations of optimal speed of technological diffusion;</li> <li>• To learn about empirical research topics and approaches (through selected examples from the literature).</li> </ul>			
Voraussetzungen			Benotung			
Basic knowledge in microeconomics			Exam (100%)			
<b>LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN &amp; ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN</b>						
Titel	Prüfungsdauer (Minuten)	CP	SWS			
Exam Economics of Technological Diffusion	60 minutes	5				
Lecture Economics of Technological Diffusion			2			
Exercise Economics of Technological Diffusion			2			

<b>Grundzüge des Privatrechts (5 CP) (B)</b> Wahl A für Master Wirtschaftswissenschaft						
ALLGEMEINE ANGABEN						
Fachsemester	Dauer	Kredit-Punkte	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
2	1	5	5	jährlich	SS	Deutsch
INHALTLICHE ANGABEN						
Inhalt			Lernziele			
<p>Es wird das BGB als grundlegendes Gesetz für das gesamte Privatrecht mit den darin kodifizierten Regelungen und Prinzipien vorgestellt, so dass die Studierenden mit den Strukturen unserer Privatrechtsordnung vertraut werden. Die für angehende Wirtschaftswissenschaftler besonders relevanten Inhalte mit wirtschaftsrechtlichem Bezug werden dabei aufgegriffen und vertieft behandelt. Dabei werden typische Konstellationen mit Fallbeispielen aus der Praxis veranschaulicht.</p> <p>Über das Handels- und Gesellschaftsrecht wird ein Überblick gegeben.</p>			<p>Nach erfolgreichem Absolvieren sollen die Studierenden in der Lage sein, die rechtlichen Strukturen hinter wirtschaftlichen Vorgängen zu erkennen und zu analysieren. Sie werden befähigt, Gestaltungen zu wählen, um Streit zu vermeiden oder dafür eine günstigere Ausgangsposition zu haben und für einfach gelagerte Streitige Fälle selbst eine Lösung auf der Grundlage der geltenden Gesetze zu entwickeln. Bei schwierigen Fällen können sie die Notwendigkeit der Hinzuziehung von jeweils kompetenten Fachleuten erkennen, mit ihnen kommunizieren und deren Handeln nachvollziehen.</p>			
Voraussetzungen			Benotung			
keine			Erfolgreiche Teilnahme an einer Klausur (90 – 105 Minuten) Gewichtung: 100%			
LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN & ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN						
Titel		Prüfungsdauer (Minuten)	CP	SWS		
Vorlesung Grundzüge des Privatrechts				4		
Übung Grundzüge des Privatrechts				1		
Klausur Grundzüge des Privatrechts		105 Minuten	5			

<b>Industrial Organization (5 CP)</b>						
<b>Wahl B für Master Wirtschaftswissenschaft</b>						
<b>ALLGEMEINE ANGABEN</b>						
<b>Fachsemester</b>	<b>Dauer</b>	<b>Kredit-Punkte</b>	<b>SWS</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Turnus</b>	<b>Sprache</b>
Ab 3.FS	1	5	4	Jährlich	SS	Englisch
<b>INHALTLICHE ANGABEN</b>						
<b>Inhalt</b>			<b>Lernziele</b>			
<p>The course introduces the microeconomic tools, concepts and theory that help us to understand and analyze competitive strategies and market structures. In particular optimal, strategies for R&amp;D, technology adoption, networked markets and two-sided platforms are discussed. The course also provides an introduction to the economic principles underlying the design of e-commerce platforms and auctions.</p>			<p>Students will learn</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) how to develop and analyze strategies in the context of different market structures and competitors' strategies</li> <li>(2) how to apply microeconomic concepts to questions of optimal R&amp;D investments, timing of technology adoption, auction and market design, networked markets</li> <li>(3) the practical relevance of the insights gained by discussing case studies</li> <li>(4) the limitations of theoretical modelling</li> <li>(5) critical thinking in business contexts</li> <li>(6) research-based problem solving</li> <li>(7) to critically assess welfare implications of economic decision making</li> </ol>			
<b>Voraussetzungen</b>			<b>Benotung</b>			
Introductory microeconomics (e.g. Advanced Microeconomics)			Written exam (60 Minuten), weight: 100%			
<b>LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN &amp; ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN</b>						
<b>Titel</b>	<b>Prüfungsdauer (Minuten)</b>	<b>CP</b>	<b>SWS</b>			
Exam Industrial Organization	60	5				
Lecture Industrial Organization			2			
Practice Section Industrial Organization			2			

<b>Informationsökonomie (5 CP)</b>						
Wahl B für Master Wirtschaftswissenschaft						
<b>ALLGEMEINE ANGABEN</b>						
Fachsemester	Dauer	Kredit-Punkte	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
Ab 2.FS	1	5	4	Jährlich	SS	Deutsch
<b>INHALTLICHE ANGABEN</b>						
<b>Inhalt</b>			<b>Lernziele</b>			
Der Kurs befasst sich mit der Analyse von strategischen Situationen unter Unsicherheit. Neben einer Einführung in die notwendigen spieltheoretischen Konzepte, behandelt der Kurs Marktversagen bei unvollständiger Information, moral hazard und adverse Selektion, das Design von „guten“ Markt- und Auktionsregeln und verwandte Themen.			Nach erfolgreichem Absolvieren sollen die Studierenden (1) grundlegende Konzepte der Spieltheorie durchdringen und anwenden können, (2) mit unterschiedlichen Typen asymmetrischer Information wie moral hazard und adverser Selektion umgehen können, (3) die Bedeutung theoretischer Überlegungen für das Design von optimalen Märkten (z.B. im Internet) verstehen. Dabei werden die Studierenden auch mit der Frage vertraut gemacht, wie forschungsbasierte neue Problemlösungsansätze hergeleitet werden können. Außerdem sollen die Studierenden die Fähigkeit des kritischen Hinterfragens der Voraussetzungen zum Einsatz dieser Methoden lernen.			
<b>Voraussetzungen</b>			<b>Benotung</b>			
Mikroökonomische und spieltheoretische Kenntnisse (bspw. Advanced Microeconomics)			Klausur (60 Minuten), Gewichtung 100%			
<b>LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN &amp; ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN</b>						
<b>Titel</b>				<b>Prüfungsdauer (Minuten)</b>	<b>CP</b>	<b>SWS</b>
Prüfung Informationsökonomie				60	5	
Vorlesung Informationsökonomie						2
Übung Informationsökonomie						2

<b>Interactive Value Creation (5 CP)</b>						
Wahl A für Master Wirtschaftswissenschaft						
<b>ALLGEMEINE ANGABEN</b>						
<b>Fachsemester</b>	<b>Dauer</b>	<b>Kredit-Punkte</b>	<b>SWS</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Turnus</b>	<b>Sprache</b>
Ab 1. (Beginn WS) Ab 2. (Beginn SS)	1	5	4	Jährlich	WS	Englisch
<b>INHALTLICHE ANGABEN</b>						
<b>Inhalt</b>			<b>Lernziele</b>			
<p>This course will introduce the participants into the concept of a strategy of interactive value creation (IVC) by companies through interaction and integration of external actors, especially users (customers). IVC is an umbrella term addressing recent concepts like common-based peer production (Benkler), Wikinomics (Tapscott), Crowdsourcing (Howe, Lakhani), User Innovation (von Hippel), Open Innovation (Chesbrough), and Mass Customization (Pine, Piller), but also agile supply chains and new forms of distributed problem solving in the innovation process.</p> <p>The course aims at building a theoretical framework and at enabling participants to critically differentiate IVC from other concepts of organizing division of labour, inter-organizational supply chains, and knowledge transfer. In order to achieve this, the potentials and limitations for empirical cases, based upon the current scientific debate and research, will be discussed. Further, two distinct applications of interactive value creation along the innovation process will be discussed more in detail: open innovation and mass customization.</p> <p>Classroom sessions are likely to comprise a mixture of traditional lectures, case/paper discussions and student presentations. Please note that a detailed course outline and reading list will be made available in L2P ahead of the first session.</p>			<p>After participating in this course, students should be in a position to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Understand the concept of interactive value creation, the principles for explaining labour division in economic activities, the benefits of interactive value creation from a multi-dimensional stakeholder perspective, and the organizational aspects for implementing an interactive value creation</li> <li>• Know the basic activities and processes needed in order to establish a system of customer-centric value creation.</li> <li>• Differentiate the various approaches and methods how principles of IVC are applied in the practice of an organization, and critically evaluate these approaches for their usefulness in particular markets and business fields.</li> <li>• Critically analyze and interpret journal articles and effectively communicate research findings</li> </ul>			

Voraussetzungen	Benotung		
<p>Successful participation at one (or more) of the TIM Core Lectures (these are all lectures in TIM "ohne Voraussetzungen")</p> <p>Limitation of participants to 40. Students specializing in IEM will be given first priority. All other students will be assigned by order of preference or by drawing lots.</p>	<p>The course grade will be determined based on one of the following modes of evaluation:</p> <p>(A) class participation (colloquium) (50%) and written exam (50%, duration: 60 minutes); or                      (B) class participation (colloquium) (50%) and written (individual) term paper (50%); or                      (C) written exam (100%, duration: 60 minutes)</p> <p>The final mode of evaluation (A, B, or C) will be announced and publicly displayed prior to the first class session. In general, grading for this class will be based on mode B.</p>		
LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN & ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN			
Titel	Prüfungsdauer (Minuten)	CP	SWS
Exam Interactive Value Creation	60 minutes	5	
Lecture Interactive Value Creation			2
Excercise Interactive Value Creation			2

<b>Investition und Finanzierung (5 CP) (B)</b>						
<b>Wahl A für Master Wirtschaftswissenschaft</b>						
<b>ALLGEMEINE ANGABEN</b>						
<b>Fachsemester</b>	<b>Dauer</b>	<b>Kredit-Punkte</b>	<b>SWS</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Turnus</b>	<b>Sprache</b>
3	1	5	4	Jährlich	WS	Englisch
<b>INHALTLICHE ANGABEN</b>						
<b>Inhalt</b>			<b>Lernziele</b>			
In der Veranstaltung werden die Grundlagen der finanzwirtschaftlichen Unternehmenssteuerung und der Finanzierung vermittelt. Einen wichtigen Schwerpunkt bilden kapitalwertorientierte Beurteilungskalküle für unternehmerische Investitionsentscheidungen.			<p>Nach erfolgreichem Absolvieren werden die Studierenden</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. die grundsätzlichen Voraussetzungen für den Einsatz statischer und dynamischer Verfahren der Investitionsrechnung kennen,</li> <li>2. die Problematik renditeorientierter Entscheidungskalküle verstehen,</li> <li>3. quantitative Beurteilungen von Finanzierungs- und Investitionsproblemen für verschiedene Entscheidungssituationen bei Sicherheit (z. B. vollkommene oder unvollkommene Kapitalmärkte, flache oder nicht-flache Zinsstrukturen, einmalige oder wiederholte Entscheidungen) vornehmen und in ihren Anwendungsvoraussetzungen werten können.</li> </ol>			
<b>Voraussetzungen</b>			<b>Benotung</b>			
keine			Erfolgreiche Teilnahme an einer Klausur (60 Minuten), Gewichtung: 100%			
<b>LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN &amp; ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN</b>						
<b>Titel</b>	<b>Prüfungsdauer (Minuten)</b>	<b>CP</b>	<b>SWS</b>			
Prüfung Investition und Finanzierung	60 Minuten	5				
Vorlesung Investition und Finanzierung			2			
Übung Investition und Finanzierung			2			

<b>Kapitalgesellschaftsrecht (5 CP)</b>						
<b>Wahl B für Master Wirtschaftswissenschaft</b>						
<b>ALLGEMEINE ANGABEN</b>						
<b>Fachsemester</b>	<b>Dauer</b>	<b>Kredit-Punkte</b>	<b>SWS</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Turnus</b>	<b>Sprache</b>
4	1	5	4	Jährlich	WS	Deutsch
<b>INHALTLICHE ANGABEN</b>						
<b>Inhalt</b>			<b>Lernziele</b>			
<p>Es bestehen verschiedene Gesellschaftsformen des Zusammenschlusses mehrerer Personen. Unterschiede ergeben sich bei deren Agieren durch die verantwortlichen Organe als auch für Vertragspartner des Unternehmens. Ein Schwerpunkt liegt bei der Gesellschaft mit beschränkter Haftung, der in Deutschland am verbreitetsten Gesellschaftsform. Einbezogen werden aber auch ausländische Gesellschaften wie namentlich die Limited sowie deren Gründung und Sitzverlagerung nach Deutschland. Schwerpunktmäßig behandelt werden die Gründung, die Aufgaben der Organe, die Finanzverfassung und die Übertragbarkeit von Gesellschaftsanteilen.</p>			<p>Für viele betriebswirtschaftliche Entscheidungen ist die Wahl der passenden Unternehmensform von zentraler Bedeutung. Die Studierenden sollen wissen, zwischen welchen Möglichkeiten Wahlrechte bestehen. Ob sie Kapitaleigener sind oder die Rolle im mittleren Management bzw. an der Unternehmensspitze wahrnehmen, in jedem Fall ist es bedeutsam zu wissen, welche Aufgaben und Kompetenzen, Rechte und Pflichten damit verbunden sind. Durch die Anerkennung ausländischer Gesellschaftsformen in Deutschland haben sich die Wahlmöglichkeiten beträchtlich erweitert.</p>			
<b>Voraussetzungen</b>			<b>Benotung</b>			
Privatrecht			Erfolgreiche Teilnahme an einer Klausur (90 – 105 Minuten), Gewichtung: 100%			
<b>LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN &amp; ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN</b>						
<b>Titel</b>	<b>Prüfungsdauer (Minuten)</b>	<b>CP</b>	<b>SWS</b>			
Prüfung Kapitalgesellschaftsrecht	105	5				
Vorlesung Kapitalgesellschaftsrecht			2			
Übung Kapitalgesellschaftsrecht			2			

<b>Logistikmanagement (5 CP)</b>						
<b>Wahl A für Master Wirtschaftswissenschaft</b>						
<b>ALLGEMEINE ANGABEN</b>						
Fachsemester	Dauer	Kredit-Punkte	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
2	1	5	4	jährlich	SS	Deutsch
<b>INHALTLICHE ANGABEN</b>						
<b>Inhalt</b>			<b>Lernziele</b>			
<p>In der Lehrveranstaltung wird eine Einführung in die Logistik, ihre betriebswirtschaftlichen Grundlagen, Methoden und Entwicklungstrends gegeben. Im Einzelnen werden Beschaffungs-, Produktions-, Distributions- und Entsorgungslogistik behandelt und in eLogistics eingeführt.</p>			<p>Ziel der Veranstaltung ist es, den Studierenden das Wissen und die Methoden zu vermitteln, um komplexe logistische Fragestellungen bearbeiten zu können. Im Vordergrund stehen dabei quantitativ orientierte Lösungsansätze. Die Methoden werden anhand von praxisnahen Problemstellungen erläutert und deren Anwendbarkeit wird kritisch diskutiert. Strategische, taktische und operative Planungsaufgaben der Logistik werden behandelt und an geeigneten Stellen werden Einblicke in die aktuelle Forschung gegeben.</p>			
<b>Voraussetzungen</b>			<b>Benotung</b>			
Formal/inhaltlich: Keine			abhängig von Anz. Teilnehmer: Klausur (100 %) oder Klausur (85 %) & schriftliche Hausarbeit (15 %) oder Klausur (85 %) & Referat (15 %)			
<b>LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN &amp; ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN</b>						
Titel				Prüfungsdauer (Minuten)	CP	SWS
Prüfung Logistikmanagement				60	5	
Vorlesung Logistikmanagement						2
Übung Logistikmanagement						2

<b>Management of Enterprise Ressource Planning and Interorganizational Information Systems (5 CP)</b>						
<b>Wahl B für Master Wirtschaftswissenschaft</b>						
<b>ALLGEMEINE ANGABEN</b>						
<b>Fachsemester</b>	<b>Dauer</b>	<b>Kredit-Punkte</b>	<b>SWS</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Turnus</b>	<b>Sprache</b>
3	1	5	4	Jährlich	WS	Englisch
<b>INHALTLICHE ANGABEN</b>						
<b>Inhalt</b>			<b>Lernziele</b>			
<p>Organizational information systems have been built and used for more than 50 years. Throughout this period, such systems have steadily grown in complexity and size. While initially systems were developed for individual workers and then individual functional departments, today systems often integrate all enterprise functions from procurement to after-sales and from concept to marketing in one single database. Such systems are called Enterprise Resource Planning (ERP) systems. Moreover, information systems increasingly cross organizational boundaries in that information systems of several organizations are integrated into so-called inter-organizational systems (IOIS).</p> <p>Due to their complexity and size, all but the largest user organizations find it beyond their capability to develop the software required for these systems themselves. Therefore, increasingly so-called off-the-shelf software is used to provide the core functionality around which organizational information systems are built by configuring the software and by embedding it in organizational procedures and practices and also by adding customized software components. This process is called system implementation.</p>			<p>In this course, students will learn the specific managerial requirements related to the implementation of such large information systems. In addition, students will also acquire a good working-knowledge about ERP systems. Using <i>teaching cases</i>, students will analyze real-life situations where implementation processes of ERP-Systems and IOIS founded or have been managed exceptionally well. Based on analysis and discussion of these cases, students will learn how to develop effective implementation strategies, execute these strategies and evaluate implementation results. Using an open-source ERP package, students will become familiar with the basic functionality of such systems as well as their administration and configuration.</p> <p>Students will have to present cases in class, preferably in teams, in which they also offer an initial analysis of the cases that serves as a basis for further class discussions. Students will also have to attend the accompanying ERP-software tutorials and participate in online tests to ensure a basic competence in the use of ERP software.</p>			
<b>Voraussetzungen</b>			<b>Benotung</b>			
Compulsory attendance (practice section) Limitation of participants to 30.			Schriftliche Übungsaufgabe oder Übungsprüfung (20%), Presentation (30%), Exam (50%)			
<b>LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN &amp; ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN</b>						
<b>Titel</b>	<b>Prüfungsdauer (Minuten)</b>	<b>CP</b>	<b>SWS</b>			
exam Management of Enterprise Ressource Planning and Interorganizational Information Systems	60	5				
lecture Management of Enterprise Ressource Planning and Interorganizational Information Systems			2			
Practice section Management of Enterprise Ressource Planning and Interorganizational Information Systems			2			

<b>Nachhaltige Unternehmensführung (5 CP)</b>						
<b>Wahl A für Master Wirtschaftswissenschaft</b>						
ALLGEMEINE ANGABEN						
Fachsemester	Dauer	Kredit-Punkte	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
3	1	5	4	Regelmäßig	WS	Deutsch
INHALTLICHE ANGABEN						
Inhalt			Lernziele			
<p>Die Veranstaltung gibt einen grundlegenden Überblick über die wichtigsten Zusammenhänge und Aspekte einer auf Nachhaltigkeit, insbesondere die Schonung der natürlichen Umwelt ausgerichteten Unternehmensführung. Im Zentrum stehen die unternehmerischen Spielräume, Ansätze sowie Chancen und Risiken nachhaltigen Wirtschaftens im Hinblick auf natürliche und gesellschaftliche Entwicklungen sowie moralische Verantwortung und gesetzliche Verpflichtungen.</p>			<p>Die Veranstaltung verschafft zunächst einen Überblick über die Rahmenbedingungen der Nachhaltigkeit und des Umweltschutzes für die Handlungen der Unternehmen. Die Studierenden sollen ein kritisches Verständnis der sozialen und ethischen Verantwortung von Unternehmen in einer globalisierten Marktwirtschaft im Hinblick auf (ökologische) Nachhaltigkeit entwickeln. Nachfolgend werden die Erfordernisse und Möglichkeiten des betrieblichen Umweltmanagements auf den verschiedenen Handlungsebenen auf der Basis aktueller Forschungsergebnisse erarbeitet. Die Studierenden lernen hierbei grundlegende theoretische Ansätze und in der Praxis verwendete Instrumente des betrieblichen Umweltmanagements kennen.</p>			
Voraussetzungen			Benotung			
keine			Erfolgreiche Teilnahme an einer Klausur (70 Minuten), Gewichtung: 100%			
LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN & ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN						
Titel				Prüfungsdauer (Minuten)	CP	SWS
Prüfung Nachhaltige Unternehmensführung				70	5	
Vorlesung Nachhaltige Unternehmensführung						3
Übung Nachhaltige Unternehmensführung						1

<b>Produktion und Logistik (für alle außer BSBWL) (5 CP) (B)</b>						
Wahl A für Master Wirtschaftswissenschaft						
<b>ALLGEMEINE ANGABEN</b>						
Fachsemester	Dauer	Kreditpunkte	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
Ab 1. (Beginn WS) Ab 2. (Beginn SS)	1	5	4	jährlich	WS	Deutsch
<b>INHALTLICHE ANGABEN</b>						
Inhalt			Lernziele			
<p>Behandelt werden theoretische Grundzüge sowie praktische Gestaltungsmöglichkeiten und –probleme werteschaftender, insbesondere auch logistischer Transformationsprozesse, veranschaulicht und konkretisiert durch Beispiele verschiedener Branchen. Der Schwerpunkt liegt auf industriebetrieblichen Leistungserstellungsprozessen und Fragen des operativen Produktionsmanagements.</p>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlegender Überblick über produktionswirtschaftliche und logistische Fragestellungen und Zusammenhänge</li> <li>• Beherrschung des elementaren Fachvokabulars sowie grundlegender Modelle</li> <li>• Verständnis der grundsätzlichen Struktur betrieblicher Prozesse der Leistungserbringung;</li> <li>• Kenntnis quantitativer Lösungsansätze für einfache Managementaufgaben der Produktion und Logistik</li> </ul>			
Voraussetzungen			Benotung			
<p>Grundkenntnisse der Wirtschaftswissenschaften und mathematischer Methoden.</p>			<p>Erfolgreiche Teilnahme an einer Klausur (70 Minuten), Gewichtung: 100%</p> <p>Darüber hinaus kann eine Verbesserung der Klausurnote durch das Lösen von mindestens 5 aus 6 Übungsblättern im L<sup>2</sup>P-Lernraum „Produktion und Logistik“ und deren Bewertung mit „Bestanden“ erreicht werden. Maximal kann eine Verbesserung der Klausurnote um eine Notenstufe (also z.B. von 3,7 auf 3,3) erreicht werden. Dies gilt jedoch nur unter der Voraussetzung, dass die Klausur mit einer Note von 4,0 oder besser bewertet wird. Eine bessere Gesamtnote als 1,0 ist in jedem Fall ausgeschlossen.</p>			
<b>LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN &amp; ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN</b>						
Titel				Prüfungsdauer (Minuten)	CP	SWS
Prüfung Produktion und Logistik.				70 Minuten	5	
Vorlesung Produktion und Logistik						2
Übung Produktion und Logistik						2

<b>Spieltheorie (5 CP)</b>						
Wahl B für Master Wirtschaftswissenschaft						
<b>ALLGEMEINE ANGABEN</b>						
Fachsemester	Dauer	Kredit-Punkte	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
Ab 3.FS	1	5	4	Jährlich	WS	Deutsch
<b>INHALTLICHE ANGABEN</b>						
Inhalt			Lernziele			
<p>In diesem Kurs werden die Grundlagen der nicht-kooperativen Spieltheorie vermittelt. Für Spiele mit simultaner Entscheidung (Normalformspiele) als auch mit sequentieller Entscheidung (Extensivformspiele) der Spieler werden Modellannahmen, verschiedene Lösungskonzepte (Nash-Gleichgewicht, teilspielperfektes Gleichgewicht sowie Erweiterungen/Verfeinerungen davon) und Anwendungen vorgestellt. Nach den Spielen mit vollständiger Information analysieren wir Spiele mit unvollständiger oder unvollkommener Information und diskutieren die zugehörigen Konzepte (Bayes-Nash-Gleichgewicht, Perfektes Bayes-Gleichgewicht). Danach betrachten wir wiederholte Spiele.</p> <p>Gegebenenfalls wird ein kurzer Einblick in die kooperative Spieltheorie gegeben.</p> <p>Die Analysen werden auf verschiedene Spiele, welche Entscheidungssituationen mit strategischer Interaktion abbilden, angewendet. Daraus werden Einsichten für strategische Entscheidungen in Märkten, innerhalb von Unternehmen und in alltäglichen Situationen gewonnen.</p>			<p>Nach erfolgreichem Absolvieren des Kurses sollen die Studierenden fundierte Kenntnisse in der Theorie strategischer Interaktion besitzen. Sie sollen in der Lage sein, allgemeine strategische Fragestellungen mit Hilfe der erlernten Methoden zu strukturieren und zu analysieren, sowie die zu Grunde liegenden Annahmen und die Ergebnisse zu hinterfragen, und gegebenenfalls Handlungsempfehlungen für konkrete Entscheidungssituationen zu geben.</p>			
Voraussetzungen			Benotung			
<p>Grundkenntnisse in Mathematik und Statistik. Mikroökonomische Grundkenntnisse (z.B. Mikroökonomie 1) von Vorteil.</p>			<p>Erfolgreiche Teilnahme an einer Klausur (60 Minuten), Gewichtung 100%.</p>			
<b>LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN &amp; ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN</b>						
Titel	Prüfungsdauer (Minuten)	CP	SWS			
Prüfung Spieltheorie	60	5				
Vorlesung Spieltheorie			2			
Übung Spieltheorie			2			

<b>Strategy for the Information Economy (5 CP)</b>						
Wahl A für Master Wirtschaftswissenschaft						
<b>ALLGEMEINE ANGABEN</b>						
<b>Fachsemester</b>	<b>Dauer</b>	<b>Kredit-Punkte</b>	<b>SWS</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Turnus</b>	<b>Sprache</b>
2	1	5	2	jährlich	SS	English
<b>INHALTLICHE ANGABEN</b>						
<b>Inhalt</b>			<b>Lernziele</b>			
<p>The first part of the course is concerned with strategic aspects of the provision of information goods (such as music, software, product review, search results). Topics include the pricing of information goods, versioning, rights management, network effects, lock-ins and standards wars. The second part of the course covers the use and design of online market transaction mechanisms for business-to-consumer and business-to-business e-commerce. Topics include principles of market engineering, design of standard (online) auction markets and multi-unit auction markets, reputation effects and collusion in online markets. The course is split equally between lectures that covers the theoretical background in an intuitive, non-technical way and case study discussions that relate theory to various examples (such as the design of Google’s ad-auctions and Microsoft’s strategy for internet search).</p>			<p>The internet has created many new market opportunities. Web-based technology allows for new kinds of market interactions and products. Understanding the design and functioning of these new markets is central to business strategy and success. This course enables students to understand and identify the relevant economic principles at work and to apply them to the formulation of strategies for the provision of information goods and design of online market platforms.</p>			
<b>Voraussetzungen</b>			<b>Benotung</b>			
Compulsory attendance. Modul mit didaktischer Sonderform gemäß § 8. Limitation of participants to 15.			Written examination (1h, 100% of final mark)			
<b>LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN &amp; ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN</b>						
<b>Titel</b>	<b>Prüfungsdauer (Minuten)</b>	<b>CP</b>	<b>SWS</b>			
Lecture Strategy for the Information Economy			2			
Practice Section Strategy for the Information Economy			0			
Exam Strategy for the Information Economy	60 (written exam)	5				

Strategic Technology Management (5 CP) Wahl B für Master Wirtschaftswissenschaft						
ALLGEMEINE ANGABEN						
Fachsemester	Dauer	Kredit-Punkte	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
3	1	5	4	Jährlich	WS	Englisch
INHALTLICHE ANGABEN						
Inhalt			Lernziele			
<p>This course provides a case- and/or research-based introduction to strategic technology- and innovation management (TIM). This involves revisiting some of the foundational concepts and debates in strategic management and examining key strategic decisions at the heart of technology and innovation management. These might pertain for instance to the selection of technology fields, the composition of innovation portfolios, the timing of technology development initiatives, the setting of industry standards, the implementation of modular designs, the orchestration of strategic alliances, the protection of intellectual property or the adaptation to rapid technological change.</p> <p>As part of this course, participants will have the opportunity to become familiar with case studies and/or research papers related to these topics.</p> <p>Classroom sessions are likely to comprise a mixture of traditional lectures, case/paper discussions and student presentations. Please note, that a detailed course outline and reading list will be made available in L<sup>2</sup>P ahead of the first session.</p>			<p>After participating in this course, students should be in a position to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) understand and critically reflect upon key concepts and theories in strategic TIM,</li> <li>(2) understand and critically discuss conceptual and empirical research papers on strategic TIM,</li> <li>(3) analyse and develop adequate solutions to some of the practical challenges of strategic TIM, and</li> <li>(4) apply important tools in strategic TIM intelligently based on a thorough understanding of their respective strengths and weaknesses.</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>Note: This is a TIM Core Lecture</b></p>			

Voraussetzungen		Benotung	
<p>(1) Solid command of English                      (2) Willingness to engage in preparatory readings of case studies and/or research papers</p> <p>This is a course jointly offered by the TIM (Piller) and ISO (Salge) groups. Limitation of participants to 45. Students specializing in IEM will be given first priority. All other students will be assigned by order of preference or by drawing lots.</p> <p>1. Master BWL                      2. Master WIWI                      3. Master WiIng                      4. Other</p>		<p>The final grade can be composed as follows:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Option A:</b> Colloquium including student presentation (weight: 50%) and written exam (duration: 60 minutes, weight: 50%)</li> <li>• <b>Option B:</b> Colloquium including student presentation (weight: 50%) and student paper (weight: 50%)</li> <li>• <b>Option C:</b> Written exam (duration: 60 minutes, weight: 100%)</li> </ul> <p>All components specified for the respective option need to be passed to pass the module. The exact form of examination (A, B or C) will be announced at the start of the course. Unless announced differently, option A applies.</p>	
LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN & ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN			
Titel	Prüfungsdauer (Minuten)	CP	SWS
Strategic Technology Management (Lecture)			3
Strategic Technology Management (Übung)			1
Prüfung Strategic Technology Management (Option A, B or C)	60 minutes (written exam)	5	

<b>Supply Chain Management (5 CP)</b>						
Wahl B für Master Wirtschaftswissenschaft						
<b>ALLGEMEINE ANGABEN</b>						
Fachsemester	Dauer	Kredit-Punkte	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
3	1	5	3	Jährlich	WS	Deutsch
<b>INHALTLICHE ANGABEN</b>						
Inhalt			Lernziele			
<p>Grundlegende Konzepte und Methoden zur Analyse, zum Entwurf und zur operativen Steuerung von Wertschöpfungsnetzwerken (Supply Chains). Quantitative Modelle und Methoden zur Optimierung der gesamten Supply Chain sowie von Teilsystemen (Beschaffung, Produktion, Distribution). Kooperation von Supply Chains im internationalen Kontext. IT Systeme für das Supply Chain Management.</p>			<p>Die Studierenden sind in der Lage, Supply Chains zu analysieren, zu beschreiben und zu verbessern. Dazu kennen sie die wesentlichsten quantitativen Methoden der Optimierung und der Stochastik. Sie können Managementkonzepte des SCM (z. B. SC-Kooperation, Logistikkonzepte des SCM) auf reale Fälle anwenden. Sie sind in der Lage ein spezielles IT-System des SCM zu benutzen, um reale Cases zu untersuchen.</p>			
Voraussetzungen			Benotung			
<p>Lehrveranstaltung Quantitative Methoden der Wirtschaftswissenschaften/Einführung in Operations Research aus dem Pflichtbereich.</p>			<p>erfolgreiche Teilnahme an einer Klausur (60 Minuten) (100%),</p>			
<b>LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN &amp; ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN</b>						
Titel				Prüfungsdauer (Minuten)	CP	SWS
Prüfung Supply Chain Management				60	5	
Vorlesung Supply Chain Management						2
Übung Supply Chain Management						1

<b>Wertschöpfungscontrolling (5 CP)</b>						
Wahl B für Master Wirtschaftswissenschaft						
<b>ALLGEMEINE ANGABEN</b>						
<b>Fachsemester</b>	<b>Dauer</b>	<b>Kredit-Punkte</b>	<b>SWS</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Turnus</b>	<b>Sprache</b>
2	1	5	4	Jährlich	SS	Deutsch
<b>INHALTLICHE ANGABEN</b>						
<b>Inhalt</b>			<b>Lernziele</b>			
<p>Die Veranstaltung gibt einen Überblick über ausgewählte Instrumente und Methoden des industriellen Controllings, der Programmplanung sowie der internen Unternehmensrechnung. Im Zentrum stehen Methoden und Instrumente zur übergreifenden Koordination sowie zur Messung und Bewertung industrieller Leistungsprozesse. Letztgenannte bauen insbesondere auf der Linearen Optimierung auf.</p>			<p>Die Veranstaltung dient primär dazu, das erforderliche Methodenwissen zur Beurteilung industrieller Leistungsprozesse sowie zur Koordination von Unternehmensteilsystemen zu vermitteln. Damit die Studierenden in der Lage sind, die vorgestellten Methoden und deren Anwendungsvoraussetzungen kritisch zu hinterfragen, werden die Grundlagen des rationalitätsorientierten Controllings zur Effektivitäts- und Effizienz-sicherung sowie die Grundlagen der Modellierung betrieblicher Leistungsprozesse erarbeitet. In begrenztem Maße werden die Studierenden auch mit der Frage vertraut gemacht, wie forschungsbasiert neue Problemlösungsansätze hergeleitet werden können.</p>			
<b>Voraussetzungen</b>			<b>Benotung</b>			
<p>Grundkenntnisse der Produktion und Logistik sowie der Linearen Optimierung Dieses Modul darf nicht absolviert werden, wenn das Modul „Internes Unternehmensrechnung und Controlling“ absolviert wird/wurde.</p>			<p>Erfolgreiche Teilnahme an einer Klausur (60-90 Minuten) oder mündlicher Prüfung (je nach Teilnehmerzahl), Gewichtung: 100%</p>			
<b>LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN &amp; ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN</b>						
<b>Titel</b>		<b>Prüfungsdauer (Minuten)</b>	<b>CP</b>		<b>SWS</b>	
Prüfung Wertschöpfungscontrolling		60-90	5			
Vorlesung/Übung Wertschöpfungscontrolling					4	

**Anlage 3: Studienverlaufsplan (Beginn WS)**

SWS    LP

**1. Semester (WS)**

Entscheidungslehre	4	5
Buchführung und Internes Rechnungswesen	4	5
Wahlpflicht A 1	4	5
Wahlpflicht A 2	4	5
Wahlpflicht A 3	4	5
Wahlpflicht A 4	4	5

**2. Semester (SS)**

Statistik	4	5
Einführung in Operations Research	4	5
Wahlpflicht A 5	4	5
Wahlpflicht A 6	4	5
Wahlpflicht A 7	8	10

**3. Semester (WS)**

Wahlpflicht B 1 (Pflichtseminar)	2	5
Wahlpflicht B 2	4	5
Wahlpflicht B 3	4	5
Wahlpflicht B 4	4	5
Wahlpflicht B 5 (z. B. Projektmodul)	4	z.B. 10

**4. Semester (SS)**

Wahlpflicht B 6	4	5
Wahlpflicht B 7	4	5
Masterarbeit		20

**Gesamt****120**

**Studienverlaufsplan (Beginn SS)**

SWS    LP

**1. Semester (SS)**

Statistik	4	5
Einführung in Operations Research	4	5
Wahlpflicht A 1	4	5
Wahlpflicht A 2	4	5
Wahlpflicht A 3	8	10

**2. Semester (WS)**

Entscheidungslehre	4	5
Buchführung und Internes Rechnungswesen	4	5
Wahlpflicht A 4	4	5
Wahlpflicht A 5	4	5
Wahlpflicht A 6	4	5
Wahlpflicht A 7	4	5

**3. Semester (SS)**

Wahlpflicht B 1 (Pflichtseminar)	2	5
Wahlpflicht B 2	4	5
Wahlpflicht B 3	4	5
Wahlpflicht B 4	4	5
Wahlpflicht B 5	4	5
Wahlpflicht B 6	4	5

**4. Semester (WS)**

Wahlpflicht B 7 (z. B. Projektmodul)	8	z.B. 10
Masterarbeit		20

**Gesamt****120**