

# Modulhandbuch

International Business Management –  
Kunden- und Servicemanagement (M.A.)

## Inhaltsverzeichnis

1. und 2. Semester.....	3
Modulbezeichnung: Governance and Responsibility.....	4
Modulbezeichnung: International Economics .....	6
Modulbezeichnung: Cross-Cultural Competencies.....	8
Modulbezeichnung: Management of Sales and Services .....	10
Modulbezeichnung: International Supply Chain Management .....	12
Modulbezeichnung: Customer Integration.....	15
4. Semester.....	17
Modulbezeichnung: Research Methods .....	18



## **1. und 2. Semester**

<b>Modulbezeichnung: Governance and Responsibility</b>		
<b>Modulcode: 77609</b>	<b>ECTS-Credits: 6</b>	
<b>Modulbeauftragte:</b> Prof. Dr. rer. pol. Duc Hung Tran		
<b>Studiengänge</b> Wirtschaftsingenieurwesen (M.Sc.) / PO 2020/21 (Studienbeginn ab WiSe 2020/21) / 1. SoSe (1. Semester) International Business Management - KuS (M.A.) / 1. und 2. Semester International Business Management - FACT (M.A.) / 1. und 2. Semester International Business Management - KuS (M.A.) Wirtschaftsingenieurwesen (M.Sc.) / PO 2015 (Studienbeginn ab SoSe 2015) / 1. SoSe (1. Semester) International Business Management - FACT (M.A.) Wirtschaftsingenieurwesen (M.Sc.) / PO 2016 (Studienbeginn ab SS 2016) / 1. SoSe (1. Semester)		
<b>Veranstaltungen:</b> Governance and Responsibility (Seminaristischer Unterricht (SU))		
<b>Lehr- und Lernmethoden:</b>		
Vorlesung:	-	SWS (à 45 Minuten)
Übung:	-	SWS (à 45 Minuten)
Praktikum:	-	SWS (à 45 Minuten)
Seminar:	4	SWS (à 45 Minuten)
Summe SWS:	4	SWS (à 45 Minuten)
Summe Präsenzstunden pro Semester:	45	Zeitstunden
Vor- und Nachbereitung pro Semester:	45	Zeitstunden
Hausarbeiten / Referate u. a. pro Semester:	90	Zeitstunden
Gesamte Arbeitsbelastung pro Semester:	180	Zeitstunden
<b>Lernergebnisse</b> Corporate governance, ethical and social responsibility issues are today significantly influencing public policy debates on enterprise controls. On successful completion of this course, participants will be able to define governance, ethics, (social) responsibility and risk management. > explain the stakeholder perspectives in governance, social responsibility and business ethics. > appreciate the origin of the corporate governance theme and the crises that have put this theme on the public and corporate agenda. > understand the essential difference between 'governance' and 'management'. > explain the basic elements and the two perspectives of corporate governance. > compare and evaluate governance rating schemes and methodologies. > analyse and design risk management concepts and tools (e.g. COSO) and understand their limitations. > appraise the focus of corporate governance reform, and grasp its partly problematic nature. > apply the concept of transparency, responsibility, accountability and fairness to corporate governance as well as governance of SME. > distinguish between voluntary and mandatory boundaries of ethical conduct. > identify, analyse and resolve ethical and social responsibility decisions in business. > assess the role of external effects and the need to internalise these effects. > appreciate the prerequisites required for a level playing field on labour markets. > provide evidence that ethical value systems support sustainable business performance.		

**Inhaltsbeschreibung**

This module covers the following topics:

Governance and risk management

- > Failures in corporate governance – A global decease.
- > Definition, origin and basic elements of corporate governance.
- > The external perspective of corporate governance: Codes and legislation (selected international practices).
- > The internal perspective of corporate governance: Risk management and control
- > The reform agenda - Approaches and evaluation.
- > Governance beyond corporations.

Ethics and social responsibility

- > Ethics in the World of Business
- > Ethical Principles in Business and Economics
- > Ethical Aspects of the Market System
- > Case Studies on Ethical Issues
- Ethics and Technological Change - Ethics of Consumer Production
- Ethics and Intellectual Property Rights
- Ethics and Privacy

This module teaches ethical as well as governance and risk-related aspects of international management and thus forms an essential foundation for the deeper understanding and critical assessment of international management as provided by the functional modules of the FACT and KuS-programmes. The module is offered every Summer Semester.

**Eingangsvoraussetzungen**

Please refer to the examination regulations with regard to the admission for examination.

**Art der Prüfung**

Please refer to the information exhibited under „Prüfer und Prüfungsformen“, which is published at the beginning of each semester on the respective notice board in Building E, 2nd Floor.

**Literatur und Lernunterlagen**

Literature will be recommended in the material offered for this lecture.

<b>Modulbezeichnung: International Economics</b>		
<b>Modulcode: 77610</b>	<b>ECTS-Credits: 6</b>	
<b>Modulbeauftragte:</b> Prof. Dr. rer. pol. Karen Müller-Oestreich Prof. Dr. rer. pol. Andreas Bernecker		
<b>Studiengänge</b> International Business Management - KuS (M.A.) / 1. und 2. Semester International Business Management - FACT (M.A.) / 1. und 2. Semester International Business Management - KuS (M.A.) International Business Management - FACT (M.A.)		
<b>Veranstaltungen:</b> International Economics (Seminaristischer Unterricht (SU))		
<b>Lehr- und Lernmethoden:</b>		
Vorlesung:	0	SWS (à 45 Minuten)
Übung:	-	SWS (à 45 Minuten)
Praktikum:	-	SWS (à 45 Minuten)
Seminar:	4	SWS (à 45 Minuten)
Summe SWS:	4	SWS (à 45 Minuten)
Summe Präsenzstunden pro Semester:	45	Zeitstunden
Vor- und Nachbereitung pro Semester:	95	Zeitstunden
Hausarbeiten / Referate u. a. pro Semester:	40	Zeitstunden
Gesamte Arbeitsbelastung pro Semester:	150	Zeitstunden
<b>Lernergebnisse</b> Die Wirtschaftspolitik wird seit vielen Jahren in zunehmendem Maße von globalen Entwicklungen beeinflusst und zum Teil dominiert. Der weltwirtschaftlich bedingte Strukturwandel stellt für die wirtschaftspolitischen Entscheidungsträger eine ernst zu nehmende Restriktion dar. Diese Entwicklung findet nur langsam Niederschlag im Bewusstsein der Politik. Hinzu kommt, dass die Schere zwischen Arm und Reich auf der Erde weiterhin groß bleibt und zum Teil wächst, was zu einer weltweiten Unzufriedenheit über die marktwirtschaftliche Ordnung geführt hat. Um diese für angehende Wirtschaftswissenschaftler überaus relevanten Zusammenhänge in der Lehre angemessen berücksichtigen zu können, wird ein Schwerpunkt des Fachs Internationale Wirtschaftspolitik das Thema „Internationaler Handel“ sein. Neben der theoretischen Ausbildung in Außenhandelstheorie und -politik soll dabei die Vermittlung von wirtschaftspolitischen und politökonomischen Kenntnissen sowie von empirischen Methoden stehen.		

**Inhaltsbeschreibung**

Inhalt Teil 1

Reale Außenwirtschaftsbeziehungen

- > Grundlagen der Außenhandelstheorie
- > Außenhandelspolitische Eingriffe und deren Wirkung
- > Politökonomische Aspekte außenhandelspolitischer Eingriffe

Inhalt Teil II

Erfolgreiche internationale Transaktionen wie erfordern adäquate Kenntnisse über die Partnerländer bzw. -regionen. Nach der theoretischen Analyse wichtiger Faktoren wie z.B. Wechselkursregime, Zahlungsbilanzungleichgewichte und der damit verbundenen Risiken wenden die Studierenden dieses Wissen auf praktische Fälle an. Auf Basis der Länderberichte des IWF werden potenzielle Vor- und Nachteile verschiedener Staaten bzw. Regionen abgewogen.

**II. EINORDNUNG DES MODULS:**

In diesem Modul werden die volkswirtschaftlichen Aspekte internationaler Wirtschaftsbeziehungen analysiert. Das Modul schafft damit die Grundlagen für ein tieferes Verständnis und eine kritische Beurteilung internationaler Management-Praktiken. Es bereitet gut auf das Auslandssemester vor.

**III. HÄUFIGKEIT DES ANGEBOTS:**

Das Modul wird grundsätzlich nur im Sommersemester angeboten.

**Eingangsvoraussetzungen**

As this course is taught entirely in English, a good working knowledge of the language is absolutely essential. Also, students should be familiar with basics of microeconomics and macroeconomics. No further compulsory prerequisites exist for this module. Please refer to the examination regulations with regard to the admission for examination.

**Art der Prüfung**

Please refer to the information exhibited under „Prüfer und Prüfungsformen“, which is published at the beginning of each semester on the respective notice board in Building E, 2nd Floor.

**Literatur und Lernunterlagen**

Up-to-date recommended reading will be announced in the lecture notes.

<b>Modulbezeichnung: Cross-Cultural Competencies</b>		
<b>Modulcode: 77611</b>	<b>ECTS-Credits: 6</b>	
<b>Modulbeauftragte:</b> Prof. Dr. phil. Hans Wilhelm Mackenstein		
<b>Studiengänge</b> International Business Management - KuS (M.A.) / 1. und 2. Semester International Business Management - FACT (M.A.) / 1. und 2. Semester International Business Management - KuS (M.A.) International Business Management - FACT (M.A.)		
<b>Veranstaltungen:</b> Cross Cultural Competencies (Seminaristischer Unterricht (SU))		
<b>Lehr- und Lernmethoden:</b>		
Vorlesung:	-	SWS (à 45 Minuten)
Übung:	-	SWS (à 45 Minuten)
Praktikum:	-	SWS (à 45 Minuten)
Seminar:	4	SWS (à 45 Minuten)
Summe SWS:	4	SWS (à 45 Minuten)
Summe Präsenzstunden pro Semester:	45	Zeitstunden
Vor- und Nachbereitung pro Semester:	90	Zeitstunden
Hausarbeiten / Referate u. a. pro Semester:	45	Zeitstunden
Gesamte Arbeitsbelastung pro Semester:	180	Zeitstunden
<b>Lernergebnisse</b>		
<p>Interkulturelles Bewusstsein: neben einer grundlegenden Sensibilisierung für die Komplexität des Themas "Verschiedenartigkeiten und Ähnlichkeiten zwischen unterschiedlichen Kulturen" werden die Absolventen dieses Moduls in die Lage versetzt, interkulturelle Aspekte in positiver Weise zu handhaben. Mit anderen Worten lernen sie, potentielle Probleme zu vermeiden und die kulturellen Unterschiede positiv zu nutzen.</p> <p>Interkulturelles Training: die Teilnehmerinnen und Teilnehmer dieses Moduls sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; für ausgewählte Länder die Grundlagen der jüngsten sozialen, philosophischen, religiösen, politischen und wirtschaftlichen Geschichte nachzuvollziehen</li> <li>&gt; die Anwendung interkulturell angemessenen Verhaltens in verschiedenen kulturellen Kontexten und interkulturellen Business-Situationen zu analysieren</li> <li>&gt; die Rolle und den Stellenwert von Selbstreflexion in erfolgreicher Weiterentwicklung des eigenen interkulturellen Verhaltens zu verstehen und wertzuschätzen</li> <li>&gt; den eigenen kulturellen Hintergrund zu reflektieren in Bezug auf ihr eigenes Denken, Fühlen, Bewerten und Verhalten, und darüber hinaus ein deutliches Bewusstsein für ihre eigenen kulturellen Vorurteile, Stereotypen und Klischees zu entwickeln</li> <li>&gt; ihren momentanen Level interkultureller Kompetenz zu evaluieren, und einen individuellen Entwicklungsplan zu entwickeln.</li> </ul>		



**Inhaltsbeschreibung**

Interkulturelles Bewusstsein:

- > Was verstehen wir unter "Kultur" im Kontext dieses Moduls?
- > Was ist die Bedeutung kultureller und interkultureller Aspekte für Unternehmen, unabhängig davon, ob sie überwiegend inländisch oder auf einem internationalen Level agieren?
- > Praktische Beispiele
- > Fallstudien

Interkulturelles Training:

Dieser Modulteil behandelt die folgenden Themen: interkulturelle Psychologie und interkulturelles Verhalten, kulturelle Glaubenssysteme und Stereotypen, Persönlichkeit und die Natur menschlichen Verhaltens, Wahrnehmung und Bewertung, Lernen und Kommunikation, Teamarbeit und Konfliktlösung, Führung, interkulturelle Theorien und Forschungsansätze, Konzepte und Designs interkultureller Trainings.

Das Modul wird grundsätzlich jedes Sommersemester angeboten.

**Eingangsvoraussetzungen**

Die Prüfungsvoraussetzungen sind der Prüfungsordnung zu entnehmen.

**Art der Prüfung**

Die Prüfungsform ist dem Aushang „Prüfer und Prüfungsformen“ zu entnehmen, der zu Beginn eines jeden Semesters erfolgt (Gebäude E, Glaskasten 2. Stock).

**Literatur und Lernunterlagen**

Aktuelle Literaturangaben finden Sie in den Vorlesungsunterlagen.

<b>Modulbezeichnung: Management of Sales and Services</b>		
<b>Modulcode: 77614</b>	<b>ECTS-Credits: 6</b>	
<b>Modulbeauftragte:</b> Prof. Dr. rer. pol. Wolfram Pietsch		
<b>Studiengänge</b> International Business Management - KuS (M.A.) / 1. und 2. Semester		
<b>Veranstaltungen:</b> Management of Sales and Services - Gruppe 1, Teil Management of Services (Seminaristischer Unterricht (SU)) Management of Sales and Services - Gruppe 1, Teil Management of Sales (Seminaristischer Unterricht (SU)) Management of Sales and Services - Gruppe 2, Teil Management of Sales (Seminaristischer Unterricht (SU)) Management of Sales and Services - Gruppe 2, Teil Management of Services (Seminaristischer Unterricht (SU))		
<b>Lehr- und Lernmethoden:</b>		
Vorlesung:	2	SWS (à 45 Minuten)
Übung:	1	SWS (à 45 Minuten)
Praktikum:	-	SWS (à 45 Minuten)
Seminar:	1	SWS (à 45 Minuten)
Summe SWS:	4	SWS (à 45 Minuten)
Summe Präsenzstunden pro Semester:	34	Zeitstunden
Vor- und Nachbereitung pro Semester:	34	Zeitstunden
Hausarbeiten / Referate u. a. pro Semester:	112	Zeitstunden
Gesamte Arbeitsbelastung pro Semester:	180	Zeitstunden
<b>Lernergebnisse</b> Die Teilnehmer kennen die vielfältigen Beziehungen und Kooperationsformen zwischen Marketing und Vertrieb. Sie kennen die Grundlagen des Vertriebsmanagements (Vertriebsstrategien, Vertriebsorganisation, Vertriebsprozesse, Vertriebscontrolling) insbesondere für den b2b-Bereich und die Grundlagen des Dienstleistungsmanagements (Besonderheiten, Qualitätssicherung, Servicemarketing) sowie die Bedeutung des Geschäftsprozessmanagements für beide Bereiche. Die Teilnehmer können selbständig ein Forschungsproject im Service und Vertriebsmanagement konzipieren oder Methoden des Service und Sales Management in einer praktischen Fallstudie anwenden.		

**Inhaltsbeschreibung**

I. INHALT

- 1. Integration of Marketing and Sales
- 2. Vertriebsmanagement
  - > Vertriebsstrategien
  - > Vertriebsorganisation
  - > Vertriebsprozess
  - > Vertriebscontrolling
- 3. Servicemanagement
  - > Servicequalität
  - > Service Level Management
  - > Service Marketing
- 4. Geschäftsprozessmanagement
- 5. Research Methods

II. VERWENDUNGSMÖGLICHKEIT DES MODULS

Das Modul baut auf den Grundlagen des Marketing auf, die recht unterschiedlich gelehrt werden. Das Grundlagenwissen der Teilnehmer wird zu Beginn der Veranstaltung geprüft und verfestigt, dann doch nicht vertieft, sondern um die Vertriebs- und Serviceperspektive erweitert. Das Modul eignet sich daher prinzipiell als Ergänzung für alle Studierende mit Marketingvorkenntnissen und -interesse auf Masterniveau. Inhaltliche und auch praktische Verbindungen zum Modul International Supply Chain Management werden fallweise erarbeitet.

III. Häufigkeit des Angebots

Das Modul wird regelmäßig im Sommersemester angeboten.

**Eingangsvoraussetzungen**

Die Zulassungsvoraussetzungen sind der Prüfungsordnung zu entnehmen.

**Art der Prüfung**

Die Prüfungsform ist dem Aushang „Prüfer und Prüfungsformen“ zu entnehmen, der zu Beginn eines jeden Semesters erfolgt (Gebäude E, Glaskasten 2. Stock).

**Literatur und Lernunterlagen**

- > Robert B. Heiman et al.: The New Strategic Selling, Business Plus 2010.
- > Christopher Lovelock, Jochen Wirtz: Services Marketing: People, Technology, Strategy, Prentice Hall 2010

Weitere Literaturangaben finden Sie in den Vorlesungsunterlagen.

<b>Modulbezeichnung: International Supply Chain Management</b>		
<b>Modulcode: 77615</b>	<b>ECTS-Credits: 6</b>	
<b>Modulbeauftragte:</b> Prof. Dr.-Ing. Matthias Meinecke		
<b>Studiengänge</b> International Business Management - KuS (M.A.) / 1. und 2. Semester International Business Management - KuS (M.A.)		
<b>Veranstaltungen:</b> International Supply Chain Management (Seminaristischer Unterricht (SU))		
<b>Lehr- und Lernmethoden:</b>		
Vorlesung:	-	SWS (à 45 Minuten)
Übung:	-	SWS (à 45 Minuten)
Praktikum:	-	SWS (à 45 Minuten)
Seminar:	4	SWS (à 45 Minuten)
Summe SWS:	4	SWS (à 45 Minuten)
Summe Präsenzstunden pro Semester:	45	Zeitstunden
Vor- und Nachbereitung pro Semester:	60	Zeitstunden
Hausarbeiten / Referate u. a. pro Semester:	75	Zeitstunden
Gesamte Arbeitsbelastung pro Semester:	180	Zeitstunden
<b>Lernergebnisse</b>		
Sie sind in der Lage, zu praktischen Problemstellungen strategische und operative Einkaufsmethoden mit den Ansätzen moderner Logistik und des Prozessmanagements zu kombinieren. Die Teilnehmer können dabei auf die spezifischen Erfordernisse der Planung und Durchführung von Dienstleistungskapazitäten eingehen. Daneben verfügen die Studenten über tiefgehende Fachkenntnisse zu aktuellen Themenstellungen aus Logistik und Einkauf, beispielsweise Green Procurement/Green Logistics (Carbon Footprint etc.), eProcurement/eAuctions oder Lean Services.		

**Inhaltsbeschreibung**

International Supply Chain Management - Kundenzufriedenheit schaffen mit globalen Lieferanten-Kunden-Beziehungen

Der Kurs besteht aus zwei Teilen: Designing Supply Chains und Managing and Operating Supply Chains

Teil A Gestaltung von Supply Chains

1) Strategie und Nachhaltigkeit von Liefernetzwerken:

- ' Einführung, Denkmodelle
- ' Grundmodelle des SCM: Schulen, SCOR, ECR, Quick Response
- ' Outsourcing als Supply-Chain-Strategie bei steigenden Taktraten

2) Gestaltung und Konfiguration von Supply-Chain-Prozessen

- ' Werkzeuge und Methoden der globalen Beschaffung
- ' Grüne Logistik
- ' Produktionssysteme für schlanke Dienstleistungen
- ' Kunden-Lieferanten-Beziehungen

Teil B Supply Chains managen und betreiben

B1 Betrieb von Supply Chains

- ' Yield Mgmt, Kapazitätsplanung
- ' Betrieb in globalen Wertschöpfungsketten
- ' QM und Six Sigma im Dienstleistungsbetrieb

B2 Planung von Angebot und Nachfrage für Dienstleistungen

- ' Forecasting, Absatz- und Betriebsplanung
- ' Verwaltung von Beständen
- ' Aggregierte Dispositionsmodelle

Lehrmethoden

Hauptquelle für die Vorlesung ist das referenzierte Buch (Jacobs/Chase). Dessen Inhalt wird vom Dozenten vorgestellt und in der Vorlesung diskutiert. Begleitende Zeitschriftenartikel werden in der Vorlesung gelesen und sind Grundlage für weitere Diskussionen.

Secondsource: Der Inhalt wird anhand von Fallbeispielen angewendet. Diese Fälle werden mit Fragen und zusätzlicher Literatur begleitet. In Gruppen von 3-4 Studenten werden Workshops organisiert, um die Fälle zu analysieren und mit dem Rest der Klasse zu diskutieren. Vorbereitung und Durchführung dieser Workshops werden benotet.

Dieses Modul setzt Grundkenntnisse des Operations Management von Produkten und vertiefte Kenntnisse der Unternehmensstrategie und des Marketings voraus.

Verbindung zu anderen Modulen

77614 Management von Vertrieb und Dienstleistungen

77611 Interkulturelle Kompetenzen

Dieses Modul wird jedes Sommersemester angeboten.

**Eingangsvoraussetzungen**

Die Prüfungsvoraussetzungen sind der Prüfungsordnung zu entnehmen.

**Art der Prüfung**

Die Prüfungsform ist dem Aushang „Prüfer und Prüfungsformen“ zu entnehmen, der zu Beginn eines jeden Semesters erfolgt (Gebäude E, Glaskasten 2. Stock).

### **Literatur und Lernunterlagen**

Heizer, Jay H.; Render, Barry: Operations Management: Sustainability and supply chain management; Pearson; Twelfth edition; 2017

Choice of "classical" Journal articles to be read (will be extended)

- > Coase, Ronald (1937): The Nature of the Firm, *Economica*, Vol. 4
- > Stalk, George (1988): Time – the next Source of Competitive Advantage. HBR
- > Shapiro, Benson (1988): What the hell is market orientated? HBR
- > Levitt, Theodore (1972): Production-line Approach to Service" HBR
- > Bucklin, Louis (1965): Postponement, speculation and the structure of distribution channels", *J. of Marketing Research*
- > Fine, Charles (1998): Clockspeeds

<b>Modulbezeichnung: Customer Integration</b>		
<b>Modulcode: 77621</b>	<b>ECTS-Credits: 6</b>	
<b>Modulbeauftragte:</b> Prof. Dr. rer. pol. Wolfram Pietsch Prof. Dr. sc. pol. Norbert Janz		
<b>Studiengänge</b> International Business Management - KuS (M.A.) / 1. und 2. Semester		
<b>Veranstaltungen:</b> Customer Integration (Seminaristischer Unterricht (SU))		
<b>Lehr- und Lernmethoden:</b>		
Vorlesung:	1	SWS (à 45 Minuten)
Übung:	-	SWS (à 45 Minuten)
Praktikum:	3	SWS (à 45 Minuten)
Seminar:	-	SWS (à 45 Minuten)
Summe SWS:	4	SWS (à 45 Minuten)
Summe Präsenzstunden pro Semester:	60	Zeitstunden
Vor- und Nachbereitung pro Semester:	60	Zeitstunden
Hausarbeiten / Referate u. a. pro Semester:	60	Zeitstunden
<b>Gesamte Arbeitsbelastung pro Semester:</b>	<b>180</b>	<b>Zeitstunden</b>
<b>Lernergebnisse</b> Die Teilnehmer wissen um die Bedeutung der Integration von Kunden in allen Stufen der Wertschöpfung. Sie kennen Methoden zur Einbeziehung der Ideen, des Wissens und der Aktivitäten von Kunden. Sie sind in der Lage, eine Analyse hinsichtlich der Integration von Kunden für eine bestimmte betriebliche Situation in Zusammenarbeit von Teilnehmern, Dozenten und anderen betroffenen Personen durchzuführen. Sie können verschiedene Methoden und Instrumente auswählen, anwenden, modifizieren und integrieren und wissen effektiv und effizient Änderungen zu steuern, Lösungen umzusetzen und Ergebnisse zu kommunizieren.		

**Inhaltsbeschreibung**

**INHALT:**

Es werden ausgewählte Methoden zur Kundenintegration aus der folgenden Liste oder auch darüber hinaus vermittelt:

- > Stakeholder- und Rollenanalyse
- > Empathy map
- > Methode der kritischen Ereignisse
- > Brainwriting und verwandte Kreativitätstechniken
- > Design thinking
- > Analyse der Stimme des Kunden und des Ingenieurs
- > GAP-Analyse
- > Dienstleistungsqualitätsmessung, u.a. SERVQUAL
- > Analytical Hierarchical Process (AHP)
- > Kano Analyse
- > QFD

In jedem Semester werden spezifische Anwendungsfälle und Forschungsprojekte ausgegeben. Aufgabenstruktur und Terminpläne werden innerhalb der Veranstaltung auf die spezifischen Vorhaben abgestimmt.

**HÄUFIGKEIT:**

Das Modul wird grundsätzlich nur im Sommersemester angeboten.

**EMPFEHLUNG:**

Das Modul erfordert elementares Verständnis betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge auf Master-Niveau.

**Eingangsvoraussetzungen**

Die Zulassungsvoraussetzungen sind der Prüfungsordnung zu entnehmen.

**Art der Prüfung**

Die Prüfungsform ist dem Aushang "Prüfer und Prüfungsformen" zu entnehmen, der zu Beginn eines jeden Semesters erfolgt (Gebäude E, Glaskasten 2. Stock).

**Literatur und Lernunterlagen**

Spezifische Fallstudien, Anwendungsfälle und Lernmaterialien werden zu Beginn und im Verlauf der Veranstaltung ausgegeben.





## **4. Semester**

<b>Modulbezeichnung: Research Methods</b>		
<b>Modulcode: 77102</b>	<b>ECTS-Credits: 3</b>	
<b>Modulbeauftragte:</b> Prof. Dr. sc. pol. Norbert Janz		
<b>Studiengänge</b> International Business Management - FACT (M.A.) / 4. Semester International Business Management - KuS (M.A.) / 4. Semester		
<b>Veranstaltungen:</b> Research Methods (Seminaristischer Unterricht (SU))		
<b>Lehr- und Lernmethoden:</b>		
Vorlesung:	0	SWS (à 45 Minuten)
Übung:	0	SWS (à 45 Minuten)
Praktikum:	0	SWS (à 45 Minuten)
Seminar:	2	SWS (à 45 Minuten)
Summe SWS:	2	SWS (à 45 Minuten)
Summe Präsenzstunden pro Semester:	22	Zeitstunden
Vor- und Nachbereitung pro Semester:	45	Zeitstunden
Hausarbeiten / Referate u. a. pro Semester:	23	Zeitstunden
Gesamte Arbeitsbelastung pro Semester:	90	Zeitstunden
<b>Lernergebnisse</b> Die Studierenden erwerben grundlegende Kenntnisse betriebswirtschaftlicher, insbesondere empirischer Forschungsmethoden. Sie kennen alternative Forschungsansätze und die grundlegenden Verfahren der Datenerhebung und -analyse. Sie wissen, unter welchen Bedingungen welche Ansätze und Methoden angewandt werden können. Die Studierenden beherrschen die relevante Software. Dies versetzt sie in die Lage selbstständig Forschungsvorhaben zu planen und durchzuführen. Sie sind in der Lage Forschungsergebnisse kritisch zu hinterfragen und andere in der Durchführung von Forschungsprojekten anleiten.		
<b>Inhaltsbeschreibung</b> > Wissenschaftstheoretische und konzeptionelle Grundlagen > Statistische Grundlagen > Methoden der quantitativen empirischen Forschung > Softwaregestützte empirische Forschung in SPSS  Das Modul dient der methodischen Vorbereitung der Masterarbeit. Es erfordert daher idealerweise den Abschluss der ersten beiden Studiensemester. Besondere Bedürfnisse der Studierenden in Bezug auf ihre Abschlussarbeit werden aufgegriffen. Das Modul wird in geblockter Form jedes Semester angeboten. In jedem Wintersemester in deutscher Sprache und in jedem Sommersemester in englischer Sprache.		
<b>Eingangsvoraussetzungen</b> Die Zulassungsvoraussetzungen sind der Prüfungsordnung zu entnehmen. Kenntnisse grundlegender statistischer Verfahren und Erfahrung im Umgang mit dem PC empfehlenswert.		
<b>Art der Prüfung</b> Die Prüfungsform ist dem Aushang „Prüfer und Prüfungsformen“ zu entnehmen, der zu Beginn eines jeden Semesters erfolgt (Gebäude E, Glaskasten 2. Stock).		

### **Literatur und Lernunterlagen**

- > Bryman, Bell (2015), Business Research Methods, 4th edition, Oxford (Oxford University Press)
- > Chalmers (2015), What is this Thing Called Science, 4th edition, Maidenhead (McGraw Hill)

Ergänzende Unterlagen werden zu Beginn des Semesters auf ILIAS zu Verfügung gestellt.