

Hochschule Bremen
International Graduate Center

Modulbuch

Masterstudiengang
Business Administration
(MBA)

Vier bis fünf Semester
- berufsbegleitend -

Stand: Dezember 2006

Inhaltsverzeichnis

Übersichten:

Studienstruktur	4
Prüfungsleistungen	5

1. Semester:

Modul 1 – Betriebliche Funktionen	6
Modul 2 – Business Environment	8
Modul 3 – Unternehmensrechnung	10

2. Semester:

Modul 4 – Betriebliche Prozesse	12
Modul 5 – Strategisches Management	14
Modul 6 – Human Resources	16

3. Semester

Modul 7 – Finanzwirtschaft und Controlling	18
Modul 8 – Wirtschafts- und Arbeitsrecht	20
Modul 9 – Internationales Management	22

4. Semester

Studierende wählen ein Modul:

Modul 10a – Internationales Marketing	24
Modul 10b – International Trade	26
Modul 10c – Führungsherausforderungen	28

4. und ggfls. 5. Semester

Modul 11 – Master's Thesis	30
----------------------------	----

Masterstudiengang Business Administration

- Studienstruktur -

Semester 1

Modul 1:

Betriebliche Funktionen

- Marketing
- Logistik- und Produktionsmanagement

Modul 2:

Business Environment

- Economics
- Quantitative Methoden
- Global Economics

Modul 3:

Unternehmensrechnung

- Externes Rechnungswesen
- Internes Rechnungswesen

Semester 2

Modul 4:

Betriebliche Prozesse

- Projekt- und Prozessmanagement
- Qualitätsmanagement
- Planspiel

Modul 5:

Strategisches Management

- Strategisches und internationales Management
- Balanced Scorecard

Modul 6:

Human Resources

- Teambildung
- Change Management
- International HRM
- Führung (Leadership)

Semester 3

Modul 7:

Finanzwirtschaft und Controlling

- Finanzwirtschaft
- International Finance
- Controlling

Modul 8:

Wirtschafts- und Arbeitsrecht

- Vertrags- und Gesellschaftsrecht
- Arbeitsrecht

Modul 9:

Internationales Management

- Auslandsseminar 1
- Auslandsseminar 2

Semester 4

Modul 10: Wahl zwischen

a) International Marketing

(Int. Marketing-Mgt, Brand Mgt)

b) International Trade

(Supply Chain Mgt, Int. Wirtsch.recht)

c) Führungsherausforderungen

(Innovationsmgt, Business Ethics)

Modul 11:

Semester 5

Master's Thesis

Jedes Modul umfasst 60 Kontaktstunden. Pro Modul werden bei erfolgreicher Prüfungsleistung 6 credits (ECTS*) vergeben + 30 credits für die Master's Thesis = 90 credits gesamt.

* ECTS = European Credit Transfer System

Masterstudiengang Business Administration

- Prüfungsleistungen -

Modul/Unit	Sprache	h	ECTS	Prüfung	Dozent/in
------------	---------	---	------	---------	-----------

Semester 1

Modul 1: Betriebliche Funktionen		60	6	1 KL	
Unit 1: Marketing	E	28		KL	Prof. Dr. Christian Schuchardt
Unit 2: Produktions- u. Logistikmanagement	D	32		KL	Prof. Dr. Jan Dethloff
Modul 2: Business Environment		60	6	1 KL + 1 HA	
Unit 1: Economics	E	32		KL	Prof. Dr. Peter Schmidt
Unit 2: Quantitative Methoden	D	16		KL	Prof. Dr. Peter Schmidt
Unit 3: Global Economics	E	12		HA	Prof. Dr. Luther Lawson
Modul 3: Unternehmensrechnung		60	6	1 KL	
Unit 1: Externes Rechnungswesen	D	28		KL	Prof. Dr. Jens Hermsdorf
Unit 2: Internes Rechnungswesen	D	32		KL	Prof. Dr. Günther Dey

Semester 2

Modul 4: Betriebliche Prozesse		60	6	1 P	
Unit 1: Projekt- und Prozessmanagement	D	24		P	Prof. Dr. Harmen Jelten
Unit 2: Qualitätsmanagement	D	20		P	Prof. Dr. Lothar Aldinger
Unit 3: Unternehmensplanspiel	D	16		Teilnahme	Prof. Dr. Günther Dey
Modul 5: Strategisches Management		60	6	1 P + 1 HA	
Unit 1: Strategisches und Internationales Management	E	36		P / HA	Prof. Dr. Petra Milde Prof. Dr. Christian Schuchardt
Unit 2: Balanced Scorecard	D	24		P / HA	Bernd Mux
Modul 6: HRM und Organisation		60	6	1 KL	
Unit 1: Teambildung	D	12		Teilnahme	Dipl.-Psych. Annette Rebers-Holze
Unit 2: Change Management	E	16		KL	Prof. Dr. Petra Milde
Unit 3: International HRM	E	12		KL	Peter Falk, M.A.
Unit 4: Führung (Leadership)	D	20		KL	Prof. Dr. Joachim Freimuth

Semester 3

Modul 7: Finanzwirtschaft u. Controlling		60	6	1 KL + 1 P/HA	
Unit 1: Finanzwirtschaft	D	32		KL	Dr. Karl Stahn
Unit 2: International Finance	E	12		P / HA	Prof. Dr. John Foster
Unit 3: Controlling	D	16		P / HA	Prof. Dr. Günther Dey
Modul 8: Wirtschafts- und Arbeitsrecht		60	6	1 KL	
Unit 1: Vertrags- und Gesellschaftsrecht	D	32		KL	Prof. Dr. h.c. Ronald Mönch
Unit 2: Arbeitsrecht	D	28		KL	Waldemar Reinfelder
Modul 9: Internationales Management		60	6	2 Prüfungen	
Unit 1: Business Game (Istanbul)	E	30		P	Prof. Dr. Esra Gencturk
Unit 2: Business Project (Marseille)	E	30		P	Prof. Dr. Petra Milde / Andrew Roberts
Unit 3: Restrukturierung (Warschau)	D	30		HA	Prof. Dr. Zbigniew Dworzecki
Unit 4: Cross Cultural Mgt (Groningen)	E	30		HA & P	Shari Tarnutzer / Dr. Béatrice Hecht

Semester 4

Modul 10a: International Marketing		60	6	1 P / HA	
Unit 1: International Marketing-Management	E	36		P / HA	Prof. Dr. Christian Schuchardt
Unit 2: Brand Management	E	24		P / HA	Ulrich Wittig
Modul 10b: International Trade		60	6	1 P / HA	
Unit 1: Supply Chain Management	E	36		P / HA	Prof. Dr. Jochem Piontek
Unit 2: Internationales Wirtschaftsrecht	D	24		P / HA	Prof. Dr. Ulrich Krüger
Modul 10c: Führungsherausforderungen		60	6	1 P / HA	
Unit 1: Innovationsmanagement	D/E	40		P / HA	Dr. Günther Diekhöner, Dr. Debora Daberkow, Prof. Dr. Detlef Rahe
Unit 2: Business Ethics	E	20		P / HA	Dr. Detlef Aufderheide

Semester 4 und 5

Modul 11: Master's Thesis		60	30		
----------------------------------	--	-----------	-----------	--	--

KL = Klausur; HA = Hausarbeit; P = Präsentation

Modul 1

Betriebliche Funktionen

Units	1 - Marketing 2 - Produktions- und Logistikmanagement
Dozent/innen:	1 - Prof. Dr. Christian Schuchardt 2 - Prof. Dr. Jan Dethloff
Tel. / Email:	xx49.421.5905-4194 (Schuchardt), –4463 (Dethloff) schuch@fbn.hs-bremen.de ; jdethloff@fbw.hs-bremen.de
Sprechstunde:	Nach Vereinbarung
Kontaktstunden:	60
Sprache:	Marketing: Englisch Produktions- und Logistikmanagement: Deutsch

Inhalte:

Marketing:

- Business-to-Consumer Marketing, Business-to-Business-Marketing, Dienstleistungsmarketing
- Marketingorganisation und Organisationskonflikte im Unternehmen
- Marktforschung: Konsumentenverhalten, Marktsegmentierung, Methoden
- Marketingstrategie: Aufgaben, Grundlagen, Erfahrungskurve, Produktlebenszyklus, Strategische Situationsanalyse: Potenzial- und Wettbewerbsanalyse, Stärken- und Schwächenanalyse, Markt- und Umweltanalyse, Chancen- und Risikenanalyse, Portfolioansätze, Fallstudie Portfolio
- Marketing-Mix: Handlungsmöglichkeiten und Abstimmungserfordernisse in Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik

Produktions- und Logistik-Management:

- Produktionswirtschaft
- Logistik
- Tourenplanung als Vertiefung der operativen Logistik
- Modellierung und software-gestützte Optimierung
- Supply Chain Management
- Produktions-Distributions-Simulationsspiel

Qualifikationsziele:

Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Kurs haben die Teilnehmer Fachkompetenz in folgender Hinsicht:

- Verständnis für Marketing als die zentrale marktbezogene betriebliche Funktion und Verständnis für Logistik als Querschnittsfunktion im Unternehmen
- Kenntnis über und kritisches Verständnis von den wichtigsten betriebswirtschaftlichen Theorien und Methoden in den Bereichen Marketing, Produktion und Logistik sowie ihrer betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge;
- die Fertigkeit, operative Entscheidungen im Marketing unter Ausrichtung auf die Unternehmensstrategie zu treffen;
- die Fähigkeit, die Vor- und Nachteile der Selbsterstellung bzw. Fremdvergabe von Logistikleistungen zu beurteilen
- fachliche Kenntnisse des Operations Research als Grundlage der quantitativen Methoden in der Betriebswirtschaftslehre
- die Fertigkeit, operative Entscheidungen aus der Produktionsprogrammplanung und ausgewählten Gebieten der Produktionsprozessplanung sowie aus verschiedenen Aufgabenbereichen der Logistik unter Ausschöpfung von Optimierungspotenzialen zu treffen.
- Kenntnisse über den Strukturierungsprozess als Grundlage rationaler Entscheidungen

Die Teilnehmer erwerben in methodischer Hinsicht die Fähigkeit,

- betriebswirtschaftliche Entscheidungsprobleme als (auch mathematisches) Modell zu formulieren sowie geeignete Lösungstools auszuwählen und anzuwenden
- Instrumente der unternehmensübergreifenden Kooperation im Rahmen des Supply Chain Managements zu beurteilen und auszuwählen.

Sozial- und Selbstkompetenz:

- Kenntnis über die Notwendigkeit von Kommunikation und Kooperation in komplexen dynamischen Systemen
- Stärkung der Teamfähigkeit durch Simulationen und Lösung von Fallstudien in Kleingruppen

Lehr-/Lernform:

Seminar

Vortrag mit Diskussion, Praxisfallstudien, Unternehmenssimulation. Einführung jeweils in kurzen Vorlesungen. Die Stoffgebiete werden von den Studierenden zusätzlich in Case Studies erarbeitet. Ein Simulationsspiel ist Bestandteil des Moduls. Das Spiel wird den Studierenden zur Nachbereitung als Softwareversion zur Verfügung gestellt. Methoden der softwaregestützten Optimierung werden in einem Workshop gemeinsam erarbeitet. Die Studierenden erhalten zur Vor- und Nachbereitung die eingesetzte Software.

Skript / Literatur:

Den Studierenden wird ein Skript zur Verfügung gestellt.

Kotler, Ph., Keller, K.L.: Marketing Management, 12th edition. London, New York et al. 2005

Vahrenkamp, R.: Logistikmanagement, 4. Aufl., München, Wien 2000

Chopra, S., Meindl, P.: Supply Chain Management – Strategy, Planning, and Operations, 2nd ed., Upper Saddle River 2004

Hinweise auf weitere Literatur erhalten die Teilnehmer am jeweils ersten Veranstaltungstag.

Modul 2

Business Environment

Units:	1 - Economics 2 - Quantitative Methoden 3 - Global Economics
Dozent/innen:	1 + 2 - Prof. Dr. Peter Schmidt 3 - Prof. Dr. Luther Lawson
Tel. / Email:	xx49.421.5905-4691 (Schmidt), USA 910.962-3525 (Lawson) pschmidt@fbw.hs-bremen.de , lawson@uncw.edu
Sprechstunde:	Nach Vereinbarung
Kontaktstunden:	60
Sprache:	Englisch

Inhalte:

Das Modul besteht aus drei Teilen: Volkswirtschaftslehre, Global Economics und Quantitative Methoden. Das Modul vermittelt in zweierlei Hinsicht Wissen und Können für betriebswirtschaftlich verantwortungsvolle Entscheidungen: Im Hinblick auf den gesamt- und weltwirtschaftlichen Rahmen für einzelwirtschaftliches Handeln werden wesentliche Theorieelemente der Volkswirtschaftslehre sowie der sowohl für die empirische Wirtschaftsforschung als auch für betriebliche Entscheidungsprozesse notwendigen quantitativen Methoden behandelt.

Volkswirtschaftslehre/Economics

- Grundtatbestände des Wirtschaftens
- Volkswirtschaftliches Rechnungswesen
- Funktionsweise von Märkten - Konsumtheorie, Produktionstheorie, Preistheorie, Wettbewerb und Wettbewerbspolitik
- Einkommens- und Beschäftigungstheorie, Konjunktur, Strukturwandel und Wirtschaftswachstum, Arbeitslosigkeit: Theorie und empirischer Befund
- Konjunkturpolitik: Ziele, Ansatzpunkte und Instrumente
- Geld und Währung, Geldtheorie, Geldpolitik des Eurosystems

Quantitative Methoden

- Data Management, Typen und Skalen von Daten
- Uni- und bivariate deskriptive Statistik (Lage- und Streuungsmaße, Zusammenhangmaße, Zeitreihen und Indices)
- Einblicke in multivariate Methoden, v.a. der linearen und nichtlinearen Regressionsanalyse, Ausblicke zu weiteren Verfahren
- Einführung in Stichprobentheorie und induktive Statistik
- Praktische Anwendung an Beispieldaten

Global Economics

- Central Banks and its influence on employment
- Output, price level, exchange rates, decision making process, key macro economic models.

Qualifikationsziele:

Nach Abschluss des Moduls haben die Teilnehmer:

- sich im angeleiteten Selbststudium die Kompetenz erarbeitet, das Wesen ökonomischer Entscheidungen zu erfassen und daraus selbstständig Schlussfolgerungen für sinnvolles individuelles und kollektives Handeln zu ziehen;
- angewandte Methoden der Volkswirtschaftslehre und Statistik kennen gelernt und somit die Methodenkompetenz zum Umgang mit angewandten Fragestellungen erworben;
- die Fachkompetenz erworben, die erlernten quantitativen Methoden für die angewandte ökonomische Arbeit zu nutzen und mit deren Hilfe ökonomische Theorien kritisch und realitätsbezogen zu hinterfragen;
- ökonomische Phänomene im Gruppenprozess erarbeitet und im Unterricht vorgetragen, so dass die soziale Kompetenz der Teilnehmer erweitert wird.

Lehr-/Lernform:

Seminar

Vermittlung der o. a. Zusammenhänge in Form seminaristischer Diskurse unter Verwendung von Statistiken und aktuellen Materialien zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung

Skript / Literatur:

Den Studierenden wird ein Skript zur Verfügung gestellt.

Volkswirtschaftslehre/Economics

Baye, M: „Managerial Economics and Business Strategy“

Begg, D and Ward, D: „Economics for Business“

Mankiw, G: „Principles of Economics“

Samuelson, P and Nordhaus, W: „Economics“

Quantitative Methoden

Backhaus, Erichson, Plinke, Weiber, „Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung“

Black, Thomas: „Understanding Social Science Research“

Bourier, Günther: „Beschreibende Statistik“ und „Wahrscheinlichkeitsrechnung und Schließende Statistik“

Cooper, D. und Schindler, P: „Business Research Methods“

Global Economics

Stiglitz, J.: „Globalization and its discontents“

Krugmann, P.R. and Obstfeld, M.: „International Economics - Theory and Policy“

Salvatore, D.: „International Economics“

Hinweise auf weitere Literatur erhalten die Teilnehmer am jeweils ersten Veranstaltungstag.

Modul 3

Unternehmensrechnung

Units:	1 - Externes Rechnungswesen 2 - Internes Rechnungswesen
Dozent/innen:	1 - Prof. Dr. Jens Hermsdorf 2 - Prof. Dr. Günther Dey
Tel. / Email:	xx49.421.5905-4298 (Hermsdorf), -4095 (Dey) jhermsdorf@fhn.hs-bremen.de , dey@fbw.hs-bremen.de
Sprechstunde:	Nach Vereinbarung
Kontaktstunden:	60
Sprache:	Deutsch

Inhalte:

Das Modul besteht aus den Teilen Externes und Internes Rechnungswesen.

- Buchführung, Rechnungslegung in Deutschland und im internationalen Rahmen Rechtsgrundlagen, Ansatz- und Bewertungsvorschriften, Bilanz sowie Gewinn- und Verlustrechnung am Beispiel deutscher Unternehmen, Internationale Einschätzung der deutschen Rechnungslegung/Auswege, Grundzüge der Konzern-Rechnungslegung in Deutschland, Jahresabschluss-Analyse
- Aufgaben, Grundsätze und Prinzipien der Kostenrechnung, klassische Verfahren der Kosten- und Leistungsrechnung und ihre Vor- und Nachteile, Voll- und Teilkostenrechnungen und ihre Anwendungsbereiche, Weiterentwicklungen der Kostenrechnung zu Target Costing, Prozesskostenrechnung und strategischer Kostenrechnung

Qualifikationsziele:

Fachkompetenz: Fähigkeit zur Erstellung von Jahresabschlüssen und zur Analyse von Unternehmen anhand von Jahresabschluss-Informationen, Kenntnis der Entwicklung und des Nutzens der Unternehmensrechnung und der Bedeutung von quantitativen Informationen für das Management. Die Teilnehmer besitzen Entscheidungskompetenz bzgl. geeigneter bilanzpolitischer Gestaltungsmöglichkeiten, Anwendungskompetenz bzgl. der im Hinblick auf Jahresabschlussgestaltung und -analyse zu nutzenden Instrumente, Beurteilungskompetenz bzgl. des externen Unternehmensbildes und der Einschätzung der Vermögens-, Finanz- und Erfolgslage von Unternehmen auf Basis von Jahresabschlüssen.

Kenntnis des Nutzens von Kosteninformationen für das Management und Fähigkeit, Kosteninformationen zu analysieren; Kenntnis der und Urteilsfähigkeit über Verfahren der Kosten- und Leistungsrechnung in kritischer Hinterfragung ihrer Grenzen für Wirtschaftlichkeitskontrolle und Entscheidungsunterstützung. Kenntnis der Leistungsfähigkeit verschiedener Kostenrechnungskonzepte.

Methodenkompetenz: Fähigkeit zur Erstellung einfacher Jahresabschlüsse, Fähigkeit zu deren Analyse anhand geeigneter Auswertungsmethoden (z.B. Kennzahlenbildung); Beherrschung der wichtigsten Methoden der Kosten- und Leistungsrechnung, Fähigkeit, ausgewählte Fragestellungen von Kostenplanung und -kontrolle mit geeigneten Instrumenten zu bearbeiten.

Sozialkompetenz und Selbstkompetenz: Nutzung moderner virtueller Lern-Methoden, Selbststudium mit der Möglichkeit der Bildung selbstständiger, über das Internet verknüpfter Teams

Lehr-/Lernform:

Seminar

Vortrag mit Diskussion und Übungsaufgaben. Einführung jeweils in kurzen Vorlesungen. Die Stoffgebiete werden von den Studierenden zusätzlich in umfangreicheren Praxisfallstudien zu Kostenproblemen bzw. an realen Jahresabschlüssen erarbeitet.

Skript / Literatur:

Coenenberg, A.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Landsberg am Lech 2003

Lachnit, L., Bilanzanalyse, München 2005

Hornigren, Ch./ Foster, G./ Datar, S., Kostenrechnung – eine entscheidungsorientierte Perspektive, München 2006

Hinweise auf weitere Literatur erhalten die Teilnehmer am jeweils ersten Veranstaltungstag.

Den Studierenden wird ein Skript zur Verfügung gestellt.

Modul 4

Betriebliche Prozesse

Units:	1 - Projekt- und Prozessmanagement 2 - Qualitätsmanagement 3 - Planspiel
Dozent/innen:	1 - Prof. Dr. Harmen Jelten 2 - Dr. Lothar Aldinger 3 - Prof. Dr. Günther Dey
Tel. / Email:	xx49.421.5905-0, xx49.421.419-2720, xx49.421.5905-4095 hjelten@fbw.hs-bremen.de , Lothar.Aldinger@DaimlerChrysler.com , dey@fbw.hs-bremen.de
Sprechstunde:	Nach Vereinbarung
Kontaktstunden:	60
Sprache:	Deutsch

Inhalte:

Das Modul beinhaltet drei Teile: a) Projekt- und Prozessmanagement, b) Qualitätsmanagement, c) prozessintegrierendes Unternehmensplanspiel.

Projekt- und Prozessmanagement

- Projekte, Projektmanagement und Projektlebenszyklus
- Projektzieldefinition und Projektorganisation
- Projektplanung und Projektcontrolling (Projektstrukturplanung, Terminplanung, Ressourcen- und Kostenplanung, Controlling-Prozesse, Fortschrittsmessung, Trendanalysen, Berichtswesen, Fallbeispiel Projektplanung und -controlling in ERP-Systemen)
- Prozessorientierte Neuausrichtung des Unternehmens, prozessorientierte Organisationsgestaltung: Business Process Reengineering, Geschäftsprozessoptimierung, Methoden zur Prozessmodellierung, Workflow-Management, Fallbeispiele Prozess- und Workflow-Steuerung in ERP-Systemen
- Projektmanagement-Kompetenz von Individuen und Organisationen, Prozesskompetenz bei verteilter Arbeit (Zusammenführung von Projekt- und Prozessmanagement)

Qualitätsmanagement

- Grundlagen des Qualitätsmanagements, Qualität und Kundenorientierung
- Prozessqualität und Unternehmensqualität (EFQM)
- Bestimmung von „Qualitätskosten“, Ansatzpunkte zur Isolierung dieser Kostenanteile aus den Gemeinkosten.
- Qualitätskosten als Führungsmittel im Interesse der Qualitätsförderung
- Führungskonzepte zur Schaffung von Qualitätsbewusstsein.
- Zertifizierung nach Norm ISO 9000 ff. :2000 (Aufbau, Abläufe, Audits)
- Total Quality Management
- Six Sigma-Grundbegriffe und Überblick
- Beispiele und Fallstudien aus Produktions- und Dienstleistungsunternehmen

Unternehmensplanspiel (mit PC):

- Integrierte Anwendung von Analysen, Planungen und Entscheidungen in den Bereichen: Marketing, Produktion und Beschaffung, Finanzen.

Qualifikationsziele:

Die Teilnehmenden werden befähigt, ein Projekt in seinen wesentlichen Grundzügen zu organisieren und im Prozessablauf - von Projektdefinition bis zum Projektabschluss - zu gestalten. Sie erwerben Kenntnisse der Eigenarten und spezifischen Aufgabenstellungen sowie der organisatorischen Einbindung von Projekten sowie Kenntnis moderner Methoden des Projektmanagements einschließlich der Unterstützung in ERP-Systemen.

Sie kennen Konzepte von Qualitätsmanagementsystemen und deren Einführungsprozessen in Unternehmen, sie haben Verständnis für die Notwendigkeit und das Vorgehen externer Auditierung auf der Basis der international anerkannten Normenreihe ISO 9000 ff.

Das Planspiel führt zu einem tiefen Verständnis von komplexen betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen in einem Unternehmen, v. a. der Interdependenzen zwischen den betrieblichen Bereichen.

Die Teilnehmer erwerben Methodenkompetenz in der Anwendung von Instrumenten zur Projektplanung und Projektkontrolle, sie beherrschen Grundlagen verbreiteter Methoden des QM (Six-Sigma u.a.), sie werten systematisch Daten aus und nutzen integrierte Planungsrechnungen zur Absatz-, Produktions-, Beschaffungs-, Erfolgs- und Finanzplanung

Die Sozialkompetenz wird verstärkt im Hinblick auf Teamfähigkeit durch Fallstudienarbeit in Gruppen, das Trainieren fachsprachlicher Ausdrucksfähigkeit, Moderation sowie Lernen und Arbeiten in Gruppen, ebenso wird die Selbstkompetenz gestärkt über das Üben verstärkter Überzeugungs- und Durchsetzungskraft in den Planspielgruppen.

Lehr-/Lernform:

Seminar mit Vorlesungsanteilen, Workshop zum Planspiel
Lehr-Lerngespräch mit Diskussion
Fallstudien-Bearbeitung in Gruppen, Planspielarbeit in Gruppen

Skript / Literatur:

Den Studierenden wird ein Skript zur Verfügung gestellt.

Units:	1 - Strategisches und internationales Management 2 - Balanced Scorecard
Dozent/innen:	1 - Prof. Dr. Christian Schuchardt, Prof. Dr. Petra Milde 2 - Bernd Mux
Tel. / Email:	xx49.421.5905-4194 (Schuchardt), xx49.471.4823-211 (Milde) , xx49.421.3032097 (Mux) schuch@fhn.hs-bremen.de , pmilde@hs-bremerhaven.de , BMux@flowserve.com
Sprechstunde:	Nach Vereinbarung
Kontaktstunden:	60
Sprache:	Strategisches und internationales Management: Englisch Balanced Scorecard: Deutsch

Inhalte:**Strategisches und Internationales Management**

- Allg. Einführung und Themenabgrenzung
- Einflussfelder internationaler Managementstrategien
- Internationalisierung in Praxis und Theorie
- Globalisierung, Standardisierung oder Differenzierung in Managementfunktionen
- Internationale Umwelt und Informationsbeschaffung
- Risikoanalyse und Länderportfolios
- Internationale Markteintrittsstrategien und Transaktionskostenansatz
- Feasibility-Studien, Joint Ventures und Kooperationen
- Konzepte strategischen Denkens
- Prozesse strategischer Planung, Analyse, Entwicklung, Implementierung und Kontrolle
- Instrumente strategischen Managements
- Interkulturelle Aspekte strategischen Managements
- Analyse von Fallstudien: z. B. Honda, Swatch, Southwest Airlines, Canon, Body Shop, Shell, KLM, Cartier oder Salim Group.

Strategische Unternehmensführung mit der Balanced Scorecard

- Grundlagen (Hauptakteure, Entwicklung der BSC bei Kaplan/Norton, Innovationscharakter gegenüber dem traditionellen Rechnungswesenmodell)
- Aufbau einer Balanced Scorecard (die vier Perspektiven, BSC-Pyramide als Strukturraster zur Operationalisierung des Zielsystems, Verknüpfung der BSC-Kennzahlen mit der Unternehmensstrategie)
- Strategieentwicklung mit der Balanced Scorecard, Strategy Maps
- Entwicklung von Kennzahlen
- Die Entwicklung einer BSC (Vorgehensweise, Entwicklungsprozess, Entwicklungsmodelle, Erfolgsfaktoren)
- Softwareanforderungen
- Praxisbeispiel , z. B. Brauerei Beck & Co

Qualifikationsziele:

Fachkompetenz: Kenntnis von Konzepten strategischen Denkens und Handelns in Bezug auf strategische Fragestellungen im internationalen Kontext, Kenntnis der wichtigsten theoretischen Ansätze zum Strategischen Management und insbesondere zur Balanced Scorecard, Kenntnis der Anforderungen an eine Strategieentwicklung und deren Umsetzung, vertiefte Kenntnis der Anforderungen an die Formulierung von Unternehmens- und Individualzielen

Methodenkompetenz: Erarbeitung strategischer Fragestellungen und alternativer Lösungskonzepte, Anwendung von Methoden zur strategischen Umfeld- und Unternehmensanalyse, zur Planung, Analyse, Entwicklung, Implementierung und Kontrolle. Fähigkeit, geeignete Indikatoren für Unternehmensbereiche zu entwickeln und diese daran zu beurteilen; Fähigkeit zur Analyse von Ursache-Wirkungsketten an ausgewählten Beispielen

Sozialkompetenz: Steigerung der Teamfähigkeit durch Erarbeitung von Fallstudien und Lösungsansätzen in Gruppen

Selbstkompetenz: Erarbeitung und Reflexion eigener Ziele und Kennzahlen am Arbeitsplatz

Lehr-/Lernform:

Seminar

Kurze Vorlesungen zur Einführung in die Problembereiche, gemeinsame Diskussion und Analyse von Fallstudien. Die Teilnehmer beziehen das Unterrichtsmaterial auf ihr eigenes Arbeitsumfeld, um das theoretische und konzeptionelle Material im Kontext ihrer praktischen Erfahrung wahrzunehmen.

Skript / Literatur:

Den Studierenden wird ein Skript zur Verfügung gestellt.

- De Wit, B., Meyer, R. (2004): Strategy – Process, Content, Context: An International Perspective. 3rd. Ed. London: Thomson Learning
- Dülfer, E. (2001): Internationales Management. Oldenbourg Verlag, München Wien, 6. Aufl.
- Keegan, Warren, J., Green, Mark C. (2005): Global Marketing. Fourth Ed., Prentice Hall, London, New York, et al.
- Mintzberg, H & Quinn, J B (1996): The Strategy Process. 3rd Edition. London et al.
- Zentes, J., Swoboda, B. (Hrsg.) (2004): Fallstudien zum Internationalen Management. Grundlagen, Praxiserfahrungen, Perspektiven. Wiesbaden.
- Friedag, Herwig R. / Schmidt, Walter: Balanced Scorecard at work, Freiburg, 2003
- Horváth & Partner (Hrsg.): Balanced Scorecard umsetzen, Stuttgart, 2000
- Kaplan, Robert S. / Norton, David P.: Balanced Scorecard – Strategien erfolgreich umsetzen, Stuttgart, 1997
- Kaplan, Robert S. / Norton, David P.: Strategy Maps, Stuttgart, 2004

Hinweise auf weitere Literatur erhalten die Teilnehmer am jeweils ersten Veranstaltungstag.

Modul 6

Human Resources

Units:	1 - Teambildung 2 - Change Management 3 - International HRM 4 - Führung (Leadership)
Dozent/innen:	1 - Annette Rebers-Holze 2 - Prof. Dr. Petra Milde 3 - Peter Falk 4 - Prof. Dr. Joachim Freimuth
Tel. / Email:	xx49.4293.1433 (Rebers-Holze), xx49.471.4823-211 (Milde), xx49.421.5905-4143 (Falk), -4194 (Freimuth) opus3@t-online.de (Rebers-Holze), pmilde@hs-bremerhaven.de , pfalk@fbw.hs-bremen.de , joachim.freimuth@t-online.de
Sprechstunde:	Nach Vereinbarung
Kontaktstunden:	60
Sprache:	Teambildung und Führung: Deutsch Change Management und International HRM: Englisch

Inhalte:

Teambildung

Vorstellungsspiel, individuelle, Gruppen- und Organisationsziele, Rollen und Prozesse in Teams

Change Management

- Achieving Greater Creativity Through Changes in Perception
- Why Organizations Change
- What Changes Organizations
- Diagnosis for Change
- Resistance to Change
- Implementing Change
- Linking Vision and Change
- Strategies for Communicating Change

International Dimensions of Human Resource Management (HRM)

- The influence of national culture on HRM practices
- Concepts and models in cross-cultural management: Hofstede, Trompenaars, Hampden-Turner
- Culture and organization: Basic management models and their impact on HRM
- The impact of national culture on corporate culture
- Cultural contingencies of management theories on leadership, decision-making and motivation
- Aspects of diversity management
- The emerging HRM model in the transnational firm
- The HR Scorecard: Linking people, strategy, and performance
- HRM and cross-cultural communication, thinking, and negotiation patterns
- Managing cultural differences: Applying Trompenaars' dilemma theory

Leadership

- Management, Führung und Leadership,
- persönliche Standortbestimmung,
- Konflikte in Organisationen und ihre Moderation,
- persönliche Konflikte in der Führungsrolle,
- Balancing persönlicher Ressourcen,
- Führung von Expertenteams

Qualifikationsziele:

Fachkompetenz: Erwerb fachlicher Kenntnisse über die wesentlichen Zielsetzungen und Aufgaben des Change Managements. Kenntnis über Methoden des Change-Managements inkl. Problemanalyse, Diagnose, Konfliktbewältigung, Kommunikation und Change-Prozessbegleitung. Anwendung John P. Kotters Change-Management-Konzept „Leading Change“. ; Verständnis der Anforderungen an Führungsrollen, Erkennen der Problematik von Eigen- und Fremdwahrnehmung, Erkennen der Ursachen von Konflikten, und ihrer Eskalationspotenziale

Methodenkompetenz: Fertigkeiten in den wichtigsten in diesen Bereichen einzusetzenden Methoden und Instrumenten und die Fähigkeit, ausgewählte Analyse- und Implementierungstechniken auf unterschiedliche Fallsituationen anzuwenden und zu übertragen.

Sozialkompetenz: Teamfähigkeit durch Auseinandersetzung in Gruppen über kleine Fallstudien und Rollenspiele

Selbstkompetenz: Entwicklung der eigenen Persönlichkeit durch Auseinandersetzung in der Lerngruppe über die angewendeten Methoden des Change Managements. Fähigkeit, Konfliktlösungsgespräche zu strukturieren und zu führen. Erarbeitung von Stressverarbeitungsstrategien.

Lehr-/Lernform:

Seminar

Vorlesungen, Übungen, Rollenspiele und Fallstudien. Es wird erwartet, dass die Teilnehmer ihre Erfahrungen aus dem Arbeitsumfeld einbringen.

Skript / Literatur:

Den Studierenden wird ein Skript zur Verfügung gestellt.

Palmer, Ian, et al: Managing Organizational Change. A Multiple Perspectives Approach, McGraw-Hill 2006

Kotter, John P.: The Heart of Change, Real-Life Stories of How People Change Their Organizations, Harvard Business School Press 2002

Hamlin, Bob, et al: Organizational Change and Development, Prentice Hall 2001
Brabandere, Luc de: The Forgotten Half of Change, Dearborn Trade Publishing 2005

Hofstede, G., Culture and Organization. Software of the Mind, London: McGraw-Hill, 1991

Lewis, R.D., When Cultures Collide, London. Nicolas Brealey Publishing, 1999

Gesteland, Richard R., Cross-Cultural Business Behaviour, Copenhagen: Copenhagen Business School Press, 2002

Evans, P.; Pucik, V.; Barsoux, J.-L.; The Global Challenge, New York, McGraw-Hill Irwin, 2002

Haug, Christoph V., Erfolgreich im Team, München

Im Team an die Spitze, Michael Nothdurft, Gabal Verlag

Hinweise auf weitere Literatur erhalten die Teilnehmer am jeweils ersten Veranstaltungstag

Modul 7

Finanzwirtschaft und Controlling

Units:	1 - Finanzwirtschaft 2 - International Finance 3 - Controlling
Dozent/innen:	1 - Dr. Karl Stahn 2 - Prof. John Foster 3 - Prof. Dr. Günther Dey
Tel. / Email:	xx49.421.3291-701 (Stahn), xx49.421.5905.4095 (Dey) Karl.stahn@bundesbank.de , j.foster@lmu.ac.uk , dey@fbw.hs-bremen.de
Sprechstunde:	Nach Vereinbarung
Kontaktstunden:	60
Sprache:	Finanzwirtschaft und Controlling: Deutsch International Finance: Englisch

Inhalte:

Das Modul besteht aus drei Teilen: Finanzwirtschaft, International Finance und Controlling

Finanzwirtschaft

Investitionsrechnung, Unternehmensbewertung, Cash Flow, traditionelle und innovative Formen der Außenfinanzierung, finanzwirtschaftliche Analysetechniken, Marktpreisrisiken, Cash Management, Finanzplanung

International Finance

Funktionsweisen von Finanzmärkten, Finanzierungsmöglichkeiten, Finanzlenkung in multinationalen Unternehmen, Bewertung internationaler Investitionen und ihrer Risiken, Kapitalkosten, Risiken im Auslandsgeschäft, insb. Währungsrisiken

Controlling

Target Costing und Prozesskostenrechnung als moderne Formen der Kosten- und Leistungsrechnung, Controlling-Konzepte und -instrumente, integrierte Erfolgs-, Finanz- und Bilanzplanung, Gestaltungsaspekte von Management-Informationssystemen, praktische Anwendungen von Controlling-Software

Qualifikationsziele:

Nach Abschluss des Moduls haben die Teilnehmer:

- vertiefte fachliche Kenntnisse über die verschiedenen Vorgehensweisen im Rahmen von Investitions- und Finanzierungsentscheidungen sowie über die wesentlichen Instrumente in den Bereichen Finanzplanung und -analyse / Finanzcontrolling erworben, dies auch im internationalen Kontext;
- die Fach- und Methodenkompetenz erworben, grundlegende Lösungsansätze für Investitions- und Finanzierungsentscheidungen sowie für die Finanzplanung und das Finanzcontrolling zu entwickeln,
- ein ausgeprägtes Verständnis für das Controlling als Unterstützungssystem für das Management sowie die Fähigkeiten,
- geeignete Controlling-Instrumente einschließlich der IT-Unterstützung hinsichtlich ihrer Einsatz- und Leistungsfähigkeit zu einzusetzen und zu beurteilen.

Lehr-/Lernform:

Seminar

Vorlesungen zum Einstieg, Übungen und Fallstudien unter Einbezug der Praxiserfahrungen aus dem Arbeitsumfeld, Arbeit mit moderner Controlling-Software

Skript / Literatur:

Den Studierenden wird ein Skript zur Verfügung gestellt.

Zantow: Finanzierung. Die Grundlagen des modernen Finanzmanagements. München, Pearson Studium, 2004

Gräfer/Scheld/Beike: Finanzierung. Grundlagen, Institutionen, Instrumente und Kapitalmarkttheorie. Hamburg, S+W Steuer- und Wirtschaftsverlag, 1994

McMenamin, Jim: Financial Management, An Introduction. London/New York, 1999

Multinational Financial Management by Alan C Shapiro (Prentice Hall)

Financial Management for the Multinational Firm by Fuad Abdullah (Prentice Hall)

International Financial Management by Rodriguez and Carter (Prentice Hall)

International Business Finance by Thomas W McRae (Wiley)

Horvath, P. Controlling, 9. Aufl. München 2003

Müller, A./Uecker, P./Zehbold, C., Controlling, 2. Aufl., Leipzig 2005

Weber, J., Das Advanced-Controlling-Handbuch, Weinheim 2004

Hinweise auf weitere Literatur erhalten die Teilnehmer am jeweils ersten Veranstaltungstag.

Modul 8

Wirtschafts- und Arbeitsrecht

Units:	1 - Vertrags- und Gesellschaftsrecht 2 - Arbeitsrecht
Dozent/innen:	1 - Prof. Dr. Ronald Mönch 2 - Waldemar Reinfelder
Tel. / Email:	xx49.171-864 2706 (Mönch), xx49.421.361-5113 (Reinfelder) ronaldmoench@gmx.de , waldemar.reinfelder@arbeitsgericht.bremen.de
Sprechstunde:	Nach Vereinbarung
Kontaktstunden:	60
Sprache:	Deutsch

Inhalte:

Rechtsgeschäftslehre, Vertrag und Eigentum, allgemeine Geschäftsbedingungen, besondere Vertragstypen, Personengesellschaftsrecht, Kapitalgesellschaftsrecht, Konzernrecht

Rechtsgrundlagen, Verhältnis von Individual- und Kollektivarbeitsrecht, Betriebsrat (Mitbestimmung, Zusammenarbeit, Arbeitsbefreiung), Versetzungen und Kündigungen, Einigungsstellen und Beschlussverfahren vor dem Arbeitsgericht. Tarifverträge und Betriebsvereinbarungen

Qualifikationsziele:

Das Qualifikationsziel lässt sich mit „passiver“ juristischer Kompetenz beschreiben. Darunter fallen die Fähigkeit, juristische Sprache und juristische Argumentation zu verstehen; die Fähigkeit, juristische Probleme in der betrieblichen Praxis zu erkennen; die Fähigkeit mit Anwälten oder Rechtsabteilungen zu kommunizieren. Im weiteren werden erreicht:

- Wissen über Rechtssysteme und Rechtsgebiete, Verständnis der Rechtsmethodik, Verständnis von Recht als Gestaltungs- und Kostenfaktor,
- Fachliche Kenntnisse über die unterschiedlichen Normen des Arbeitsrechts und deren Zusammenwirken, sowie Grundkenntnisse des Arbeitsvertragsrechts und der Rechte und Pflichten im Arbeitsverhältnis,
- Methodenkompetenz: Juristische Subsumtionstechnik, arbeitsrechtliche Sachverhalte zu prüfen und das Erlernen des Umgangs mit unterschiedlichen Gesetzen und Normen.
- Die Fähigkeit, rechtliche Probleme der betrieblichen Praxis zu erkennen, und einfachere Rechtsfragen selbständig zu klären- auch unter Verwendung von Rechtsprechung, Kommentaren und Aufsätzen.

Lehr-/Lernform:

Seminar

Vorlesungen zum systematischen Einstieg, Fälle aus der Praxis

Skript / Literatur:

Den Studierenden wird ein Skript zur Verfügung gestellt.

Jauernig, O., BGB, Kommentar, 11. Aufl., München 2004

Roth, G./Altmeyen, H., GmbH-Gesetz, Kommentar, 5. Aufl., München 2005

Arbeitsgesetze, Beck-DtV , 68.Aufl. München 2006

Hanau/Adomeit, Arbeitsrecht, 13.A., Neuwied 2005

Pünnel/Quecke, Was man vom Arbeitsrecht wissen sollte, 20.A, Neuwied 2004

Hinweise auf weitere Literatur erhalten die Teilnehmer am jeweils ersten Veranstaltungstag.

Units:	2 Auslandsseminare jeweils im Sommersemester
Dozent/innen:	Studiengangsleiter in Kooperation mit Dozenten bei Partnerhochschulen
Tel. / Email:	xx49.421.5905.4414 mba@fbw.hs-bremen.de
Sprechstunde:	Nach Vereinbarung
Kontaktstunden:	60
Sprache:	Englisch

Inhalte:

Internationales Management, erarbeitet an unterschiedlichen Inhalten je nach Auslandspartner. Zu wählen sind zwei der vier Angebote:

- Cross Cultural Management (Groningen): Cultural Diversity and Inclusiveness in international Organisations, Culture's Impact on Management and Business Decisions, National and International Cultural Characteristics, Subcultures, Global Cultures, Transnational Teambuilding, Expatriate Employee Needs (participants from USA, Netherlands and Germany)
- Business Development Project (Marseille): Ansiedlung eines deutschen Unternehmens in der Provence – Umfeldanalyse, Klärung der Entwicklungsbedingungen, Businessplan-Erstellung
- Planspiel "Markstrat" (Istanbul) – internationales Marken-Management

Qualifikationsziele:

Erwerb vertiefter fachlicher und methodischer Kenntnisse zum oben genannten Gegenstand
Verstärkung der sozialen und Selbstkompetenzen, insb. der interkulturellen Fähigkeiten durch aktive
Vorbereitung der Auslandsmodule über verschiedene Kommunikationsmedien (v.a. Internet) und durch die
Arbeit in multinationalen Gruppen vor Ort einschließlich der gemeinsamen Vorbereitung auf die Prüfungen

Lehr-/Lernform:

Seminar
Gruppenarbeiten, in Warschau auch Vorlesungen zur Vorbereitung der Arbeit
mit Fallstudien

Skript / Literatur:

Skripte und Handbücher werden jeweils von den Lehrenden der
Partnerhochschulen zur Verfügung gestellt
Literaturhinweise werden rechtzeitig von den Lehrenden der Partnerhochschulen
gegeben.

Modul 10a

Internationales Marketing

Units:	1 - Internationales Marketing Management 2 - Brand Management
Dozent/innen:	1 - Prof. Dr. Christian A. Schuchardt 2 - Ulrich Wittig
Tel. / Email:	xx49.421.5905.4194 (Schuchardt), xx49.171-222 9798 (Wittig) schuch@fhn.hs-bremen.de , Uwittig@krafteurope.de
Sprechstunde:	Nach Vereinbarung
Kontaktstunden:	60
Sprache:	Englisch

Inhalte:

Globale Märkte, Internationalisierung, internationale Informationsbeschaffung, internationale Markt- und Risikoanalysen (Vertiefung Module 1 und 5), Besonderheiten internationaler Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionsstrategien

Understanding of branding, framework, brand identity and image, brand positioning, innovations management, market research for brands, agency integration, media management, examples of international companies, future of brands, future of communication

Qualifikationsziele:

Ausgeprägtes Wissen und Verstehen der wesentlichen Zielsetzungen, Methoden und Instrumente des Marketings mit Schwerpunkt auf Kommunikations- und Markenpolitik im internationalen Kontext

Lehr-/Lernform:

Seminar

Vorlesungen zum systematischen Einstieg, Bearbeitung von Fällen aus der Praxis

Skript / Literatur:

Den Studierenden wird ein Skript zur Verfügung gestellt.

Bradley F (2005) International Marketing Strategy 5th ed prentice Hall, London

Keegan, Warren, J., Green, Mark C. (2005): Global Marketing. Fourth Ed., Prentice Hall, London, New York, et al.

Kotler, Ph., Keller, K.L. (2005): Marketing Management. 12th edition. London, N. Y. et al.

Usunier, J. C., and Lee, J. A. (2005) Marketing Across Cultures, 4th ed., Prentice Hall, London

Hinweise auf weitere Literatur erhalten die Teilnehmer am jeweils ersten Veranstaltungstag.

Units:	1 - Supply Chain Management 2 - Internationales Wirtschaftsrecht
Dozent/innen:	1 - Prof. Dr. Jochem Piontek 2 - Prof. Dr. Ulrich Krüger
Tel. / Email:	Xx49.173-2137 536 (Piontek), xx49.40-400914 (Krüger) Jochempiontek@aol.com , ukrueger@fbw.hs-bremen.de
Sprechstunde:	Nach Vereinbarung
Kontaktstunden:	60
Sprache:	Internationales Wirtschaftsrecht: Deutsch Supply Chain Management: Englisch

Inhalte:**Supply Chain Management**

Targets and Design of Supply Chain Management, Planning of cooperation; forecasting and replenishment, international process controlling, procurement sourcing, process sourcing, global sourcing, distribution logistics, hub-and-spoke, continuous replenishment, ECR, vendor managed inventory, supply chain collaboration

Internationales Wirtschaftsrecht

WTO und GATT als rechtliche Rahmenbedingungen globalisierter Wirtschaft; Internationales Vertragsrecht mit Aspekten der Rechtsvergleichung und den Schwerpunkten Internationales Privatrecht und UN-Kaufrecht sowie den Incoterms; Zahlungsmethoden im Außenhandel; Grundzüge der Rechtsdurchsetzung im internationalen Kontext (Schwerpunkt Schiedsverfahren)

Qualifikationsziele:

Supply Chain Management

In Fallstudien wird die Theorie aufgabenorientiert unterstützt. Die Studierenden sollen den Umgang mit Lösungstechniken durch konkrete Case Studies aus der Automobil-, Konsumgüter- und Elektronikindustrie üben. Dabei lernen die Studierenden, die Ganzheitlichkeit und Prozessorientierung der Logistik konkret anhand von realen Beispielen anzuwenden. Die Fallstudien werden interaktiv in Gruppen gelöst, wobei die Lösungsvorschläge von den Studierenden in der Gesamtgruppe diskutiert werden. Ziel der Case Studies ist die Vermittlung verschiedener Problemlösungsfähigkeiten und Problemlösungsmethoden von Logistikstrategien und generellem Supply Chain Management mit besonderem Schwerpunkt auf instrumentellen Logistikkompetenzen.

Internationales Wirtschaftsrecht

In Bezug auf das zur internationalen Logistik gehörende internationale Wirtschaftsrecht wird mittels Fallanalysen und Fallbearbeitung die grundlegende Fachkompetenz für die Vertragspraxis und die Konfliktlösung im grenzüberschreitenden Geschäft vermittelt. Mit diesen Kenntnissen kann in der Praxis entsprechende Entscheidungskompetenz aufgebaut werden für die Frage, ob jeweils professionelle Hilfe hinzuziehen ist – womit dann auch die interdisziplinäre Kommunikationsfähigkeit mit Anwälten oder Rechtsabteilungen gewährleistet ist.

Lehr-/Lernform:

Seminar

Vorlesungen zum systematischen Einstieg, Bearbeitung von Fällen aus der Praxis

Skript / Literatur:

Den Studierenden wird ein Skript zur Verfügung gestellt.

Martin Christopher: Logistics and Supply Chain Management Creating Value-Adding Networks, 3. Auflage, London 2003 (Financial Times/Prentice Hall)

S. Cohen/ J. Rousel: Strategic Supply Chain Management, New York 2004 (Mc Graw-Hill Companies)

S.P. Sethi/ H. Yan/ H. Zhang: Inventory and Supply, Chain Management with Forecast Updates, Berlin 2005 (Springer)

Hinweise auf weitere Literatur erhalten die Teilnehmer am jeweils ersten Veranstaltungstag.

Units:	1 - Innovationsmanagement 2 - Business Ethics
Dozent/innen:	1 - Dr. Günther W. Diekhöner, Dr. Debora Daberkow, Prof. Dr. Detlef Rahe 2 – Dr. Detlef Aufderheide
Tel. / Email:	xx49.421.201560 (Diekhöner und Daberkow), xx49.421.5251930 (Rahe), 02573-4150 (Aufderheide) Diekhoener@DD-DieDenkfabrik.de , team@DD-DieDenkfabrik.de (Daberkow), rahe@iidbremen.de , aufderheide@muenster.de
Sprechstunde:	Nach Vereinbarung
Kontaktstunden:	60
Sprache:	Innovationsmanagement: Deutsch Business Ethics: Englisch

Inhalte:**Innovationsmanagement, Design und Kreativitätstechniken**

Merkmale erfolgreicher Innovatoren, insbesondere Bedeutung der Markt- und Kundenorientierung; notwendige Rahmenbedingungen für Innovation, Ideengenerierung im Innovationsprozess, Identifikation von Innovationshindernissen / Bewältigungsstrategien; Nutzerorientierte Innovationen durch Design, Kreative Problemlösungsmethoden (Analyse, Projektion, Synthese), Grundlagen von Nutzer-Objekt Beziehungen (Ästhetik, Ergonomie, Semantik, Zugänglichkeit, Statusversprechen, Funktionalität), Best-Practise Beispiele, Integrierte Designprozesse; Beispiele für den Einsatz von Szenario-Analysen bzw. Methoden der prospektiven Technikbewertung; Bearbeitung von Fallstudien

Business Ethics

Driving forces of corporate ethics, ethical dilemmas and their analytical structure, concepts of ethical reasoning, ethics of markets and competition, ethics in markets, corporate social responsibility and corporate citizenship, strategic and operational management of business ethics, codes of conduct and values management systems

Qualifikationsziele:

Innovationsmanagement

Vermittlung einer praxisorientierten Betrachtungsweise, Vermittlung von Verständnis über die Notwendigkeit innovativer Ansätze und Wissen über die wichtigsten theoretischen Ansätze; Fähigkeit der Auswahl geeigneter Methoden im Innovationsprozess und Fähigkeiten ihrer exemplarischen Anwendung im Unternehmen; Nutzung von Kreativitätstechniken;

Grundlagenvermittlung zur Nutzerorientierung und Marktausrichtung von Innovationsvorhaben, Kennenlernen der Erfolgsfaktoren von Innovationen, Grundkenntnisse zu Design und Nutzerverhalten, Grundkenntnisse kreativer Designprozesse, Elemente eines Zielgruppenorientierten Briefings

Business Ethics

Development of skills to identify, to analyse and to better cope with ethical conflicts in business

Lehr-/Lernform:

Seminar

Gruppenarbeit, Fallstudienbearbeitung, Vorlesungen zum Einstieg

Skript / Literatur:

Den Studierenden wird ein Skript zur Verfügung gestellt.

Innovationsmanagement

Biermann, T. und Dehr, G. „Innovation mit System“, Berlin, Heidelberg, New York: Springer Verlag 1997

Brown, J.S. und Oetinger, B. v. „Ergebnis Innovation“, München, Wien: Carl Hanser Verlag 1998

Meyer, J.A. „Innovationsmanagement in kleinen und mittleren Unternehmen“, Heidelberg: Luchterhand Verlag, München: Verlag Vahlen 2000

Möhrle, M.G. „Der richtige Projekt-Mix. Erfolgreiches Innovations- und FuE-Management“, Berlin, New York 1999

Vahs, D. und Burmester, R. „Innovationsmanagement. Von der Produktidee zur erfolgreichen Vermarktung“, Stuttgart: Schäfer/Poeschel Verlag 2001

Haase, F./Biller, R., Designwissen, Dortmund 2002

Rahe, D. (Hrsg.), Creating Future 99-04, Bremen/Stuttgart 2004

Business Ethics

Crane, Andrew; Matten, Dirk (2005), Business Ethics. A European Perspective, Oxford: Oxford University Press

Newton, Lisa H.; Ford, Maureen M. (2004), Taking Sides: Clashing Views on Controversial Issues in Business Ethics and Society, 8th ed., Maidenhead: McGrawHill Education

Wieland, Josef (ed.) (2003), Standards and Audits for Ethics Management Systems, Berlin et al.: Springer

Hinweise auf weitere Literatur erhalten die Teilnehmer am jeweils ersten Veranstaltungstag.

Diese Anleitung bezieht sich auf die Gestaltung der Master's Thesis. Die hier aufgeführten Angaben sind verbindlich, wobei bei mehreren Möglichkeiten diejenige Form gewählt werden sollte, die zweckmäßig erscheint. Die einmal gewählte Form muss dann aber für die gesamte Arbeit beibehalten werden.

1. Die Bedeutung der Thesis, Themenvergabe, Fristen

1.1 Die Bedeutung der Thesis

Die Thesis ist Bestandteil der Prüfung. Die Prüfung kann insgesamt nicht bestanden werden, wenn die Thesis nicht mindestens mit „fair“ bewertet wurde. In der Thesis soll gezeigt werden, dass der/die Studierende in der Lage ist, ein Problem aus dem Zusammenhang seiner Studien selbstständig auf wissenschaftlicher Grundlage methodisch zu bearbeiten.

Bei der Themenfindung sollte die Initiative von den Kandidatinnen und Kandidaten und ihren konkreten Arbeitsaufgaben im Unternehmen ausgehen. So können diese gegebenenfalls durch ihre Thesis an der systematischen Durchdringung und möglicherweise Lösung einer Aufgabe in ihrem unmittelbaren Tätigkeitsbereich mitwirken. Die Thesis kann somit auch zur Verbesserung der Aufstiegschancen beitragen. Anregungen zum Thema können aber auch von den Dozentinnen und Dozenten und deren Arbeits- und Forschungsschwerpunkten ausgehen.

Die Thesis kann - auch unter Berücksichtigung der zeitlichen Beanspruchung und der Belastung - einen positiven Beitrag zur Persönlichkeitsentwicklung leisten. Die gründliche und eigenständige Bearbeitung eines wesentlichen Problems in einem abgegrenzten Zeitraum stärkt das Selbstvertrauen in die eigenen Fähigkeiten und erhöht die Selbstsicherheit, die bei einer Führungspersönlichkeit erforderlich ist.

1.2 Die Vergabe der Thesis

Mögliche Themen sollten mit den Dozentinnen und Dozenten des jeweiligen Fachgebiets vorbesprochen werden, mit denen auch die Einzelheiten der Betreuung abzusprechen sind. Ist über die Themenstellung Einigkeit hergestellt, wird die Vergabe des Themas auf einem Formblatt beantragt, das von zwei Gutachtern zu unterschreiben ist. Über die endgültige Vergabe des Themas entscheidet der Prüfungsausschuss. Dieser teilt dann das Abgabedatum mit.

1.3 Bearbeitungsfristen

Die Thesis ist innerhalb der vorgegebenen Frist von 6 Monaten einzureichen. Auf Antrag kann die Frist aus wichtigen Gründen einmal um max. 2 Wochen verlängert werden - die Entscheidung hierüber trifft der Prüfungsausschuss nach Stellungnahme des Erstgutachters.

2. Die Thesis als Projekt

Als Projekt wird im allgemeinen ein Vorhaben mit folgenden Charakteristika bezeichnet:

- Es hat ein Ziel.
- Es ist zeitlich begrenzt mit einem definierten Anfangs- und Endpunkt.
- Es gibt einen Erfolg, der messbar ist.
- Es ist gewissermaßen ein einmaliges Vorhaben, d. h. vor allem, dass es sich um keine Routineangelegenheit handelt.
- Es kann in verschiedene Aktivitäten gegliedert werden, die zielkonform zu planen sind.
- Neben dem eigentlichen Projekt laufen andere Aktivitäten, gegen die das Projekt abzugrenzen ist und mit denen es abgestimmt werden muss.

Es ist unschwer einzusehen, dass die Thesis die Kriterien eines Projekts erfüllt, d. h. die inhaltlichen Ziele müssen definiert, der Zeitraum der Erstellung festgelegt, die benötigten Hilfsmittel (Literatur, Rechnerzeiten usw.) ermittelt werden und rechtzeitig zur Verfügung stehen, Teilaktivitäten pro Phase sind zu definieren und der Zeitaufwand ist abzuschätzen (Themenfindung, Literaturbeschaffung, eigentliche Erstellung usw.).

Besonders wichtig für die Studierenden ist die Abgrenzung gegenüber und die Abstimmung mit ihren beruflichen und familiären Beanspruchungen sowie den übrigen Anforderungen aus dem Studium.

Bei der Planung des Projekts Thesis sollte der Kandidat den „8-Punkte-Plan“ (nach Prof. Fuchs, FH Fulda) berücksichtigen. Er hilft der Selbstklärung und ist Grundlage für die Verständigung mit dem Betreuer der Thesis.

Im einzelnen enthält der 8-Punkte-Plan den Titel des Themas und die Punkte:

1. Kurzbeschreibung mit einer knappen Darstellung der beabsichtigten Bearbeitungs- bzw. Vorgehensweise und den relevanten Stichworten.
2. Wissenschaftliche Zielsetzung mit einer klaren Frage und Hinweise auf die zu erwartenden Ergebnisse.
3. Arbeitstechnische Zielsetzung mit einer klaren Arbeitsaufgabe inklusive aller Voraussetzungen und der geplanten Vorgehensweise, z. B. sind hier auch Methoden, Verfahren, Werkzeuge, Techniken mit aufzuführen.
4. Festlegung der Begriffswelt mit Auswahl der jeweiligen grundlegenden Literatur und der Vereinbarung, dass alle weiteren Begriffe, d.h. Begriffe, die noch nicht in der ausgewählten Literatur definiert sind, in der Thesis selbst zu definieren sind.
5. Gliederungsvorschlag in der ersten oder eventuell auch bereits - soweit möglich - in der zweiten Gliederungsstufe zur Diskussion. Als Muster für die Gliederung kann der folgende Aufbau verwendet werden:

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. Arbeitsaufgabe mit Einleitung2. Eigene Konzeption3. Ein Vertiefungspunkt der eigenen Konzeption4. Ein Hinweis auf die Realisierungsmöglichkeiten, z. B. Entwicklung oder Implementierung von Prototypen5. Beurteilung der zu erreichenden Ergebnisse6. Literaturhinweise7. Anhang |
|--|

Es empfiehlt sich, zusätzlich zu der Arbeitsgliederung eine ca. 2-seitige Einleitung zu formulieren, in der das Ziel und der Aufbau der Arbeit erläutert werden.

6. Zeitplan für die Bearbeitung der einzelnen Themen mit Zwischenterminen und Gesprächsterminen mit dem Betreuer.

7. Auswahl der Erst-Betreuer und Zweit-Betreuer.

8. Erforderliche Hilfsmittel für die Durchführung der Thesis, z. B. Rechner, Mitarbeiter in Unternehmen, Literaturstellen und -beschaffung.

Vor allem die Literatursuche und -beschaffung stellt für die berufstätigen Studierenden erfahrungsgemäß ein größeres Problem dar als für Studierende an Präsenzhochschulen. Es sollten daher frühzeitig die Möglichkeiten des Zugangs zu Bibliotheken, der Fernleihe, aber auch z. B. der Datenbankrecherche (z.B. bei GBI, Gesellschaft für betriebswirtschaftliche Informationen mbH., Freischützstraße 96, 81927 München, Tel.: 089/992879-0) erkundet werden. (Der Informationsspool der GBI steht aus dem Campus-Netz in Bremen heraus auch gebührenfrei zur Verfügung - www.suub.uni-bremen.de → Datenbanken → WISO). Ein erster „Probelauf“ bei der Literaturbeschaffung sollte daher frühzeitig durchgeführt werden, um insbesondere die Zugangsmöglichkeiten kennen zu lernen und die zeitliche Dimension besser abschätzen zu können.

Ohne Verarbeitung und Auseinandersetzung mit der themenrelevanten Literatur wird eine Thesis nur in sehr seltenen Fällen den Anforderungen genügen. Bei einer Thesis ist es üblich, dass etwa 20- 50 Quellen konsultiert werden.

DV-Programme, Listen o. ä. stellen in der Regel Arbeitsergebnisse dar, die für die wissenschaftliche Beurteilung nicht die Hauptbedeutung tragen. Wesentliche Teile sollten bei Bedarf in den Text integriert werden. Materialien in Anlagen werden nur berücksichtigt, wenn ihre Bedeutung im Text umrissen ist.

3. Allgemeine formale Hinweis

3.1 Exemplare, Bindung, Seitenformat, Schrift, Satzspiegel und Umfang

Die Thesis ist in dreifacher Ausfertigung und in gebundener Form einzureichen. Zusätzlich ist die Thesis auf einer CD-Rom abzugeben.

Es ist das Papierformat DIN A 4 zu verwenden. Die Blätter sind (mit Schreibmaschine oder mittels Computer-Textverarbeitung) einseitig in einzeiligem Zeilenabstand zu beschreiben bzw. zu bedrucken. Bezüglich der Schriftgröße empfehlen wir, eine Schrift zu verwenden, die in etwa der Schrift „Times New Roman“ mit dem Schriftgrad 12 entspricht. Links ist ein Heftrand von mind. 2,5 cm vorzusehen; oben und unten sollte der Rand etwa 3 cm betragen, rechts etwa 2 cm. Blocksatz wird nicht empfohlen, auch wenn manche Betreuer diesen bevorzugen - im Zweifelsfall besprechen!. Die Arbeit muss mindestens 45 und sollte nicht mehr als 70 Textseiten umfassen. Ausnahmen sind nur mit Zustimmung des Betreuers zulässig.

3.2 „Persönliche Erklärung“

Vor dem Titelblatt ist eine Seite mit einer Erklärung anzubringen und mit Ort, Datum und eigenhändiger Unterschrift zu versehen.

Der Wortlaut:

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit versichere ich, dass ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe verfasst und nur die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe. Wörtliche oder dem Sinn nach aus anderen Werken entnommenen Stellen sind unter Angabe der Quellen kenntlich gemacht.

oder:

Declaration in lieu of an oath

With this I assure that the submitted Masters Thesis was composed without any outside help. The quoted sources have been used exclusively for the completion of this Masters Thesis. As far as used quotations have been declared by stating the source.

3.3 Titelblatt

Das Titelblatt der Thesis enthält folgende Angaben: Vor- und Zuname des Kandidaten/der Kandidatin, Immatrikulationsnummer, Heimatanschrift, Thema der Thesis und den Vermerk:

Thesis, vorgelegt zur Erlangung des Abschlusses „Master of Business Administration“ an der Hochschule Bremen im Studiengang „Business Administration“

Titel und Namen der Gutachter

Datum der Abgabe, oder, sofern die Arbeit früher abgeschlossen wird, das Datum der Fertigstellung

3.4 Seitennummerierung und Reihenfolge

Mit Ausnahme der Titelseite, die nicht nummeriert wird, sind alle Seiten fortlaufend zu nummerieren, wobei das Inhaltsverzeichnis und - soweit notwendig - die Tabellen-, Abbildungs- und Abkürzungsverzeichnisse mit römischen Ziffern zu versehen sind. Diese Verzeichnisse zählen - ebenso wie das Literaturverzeichnis oder ein eventuell vorhandener Anhang - nicht zum vorgegebenen Volumen von 45 bis 70 Textseiten. Die Nummerierung mit arabischen Ziffern beginnt mit der ersten Textseite.

Dem Titelblatt folgt das Inhaltsverzeichnis der Thesis mit Angabe der Seitennummern, auf denen die einzelnen Abschnitte beginnen.

Abbildungs- und Abkürzungsverzeichnis werden vor, das Literaturverzeichnis (anschließend an einen eventuell vorhandenen Anhang) hinter den Textteil eingeordnet.

3.5 Veröffentlichung

Der Kandidat verpflichtet sich, ohne Einwilligung der Hochschule Bremen keine Veröffentlichung über das Thema der Thesis oder über Teile davon vorzunehmen. Die Hochschule Bremen hat das Recht, die Thesis ganz oder teilweise mit Zustimmung der Autorin oder des Autors zu veröffentlichen oder veröffentlichen zu lassen. Eine Honorierung zu den üblichen Vergütungssätzen erfolgt nur, wenn die Veröffentlichung im freien Handel verkauft wird. Die Autorin oder der Autor erhält in jedem Fall zehn Exemplare der Veröffentlichung ohne Entgelt.

3.6 Sperrvermerk

Werden sensible Unternehmensdaten verwendet, die der Öffentlichkeit nicht zugänglich gemacht werden sollen, ist dies durch einen „Sperrvermerk“ anzuzeigen, der beispielsweise wie folgt lauten kann:

"Sperrvermerk:

Die nachfolgende Thesis enthält vertrauliche Daten der XY-AG. Veröffentlichungen oder Vervielfältigungen der Thesis- auch nur auszugsweise -sind ohne ausdrückliche Genehmigung der Geschäftsleitung der XY-AG nicht gestattet. Die Thesis ist nur den Korrektoren sowie den Mitgliedern des Prüfungsausschusses zugänglich zu machen."

Der Sperrvermerk ist im Anschluss an die Erklärung des selbstständigen Verfassens der Arbeit zu platzieren.

4. Inhaltsverzeichnis und Gliederung

Das Inhaltsverzeichnis vermittelt dem Leser neben dem Inhalt der Arbeit die Auffassung und Gliederung des Themas.

Um die Übersicht zu erhalten, sollte die Gliederung in ausführlicher, aber nicht zu detaillierter Form gestaltet werden; sie muss in sich verständlich und in der Anlage nach den gesetzten Schwerpunkten proportioniert sein.

Die Gliederung sollte folgerichtig aufgebaut sein. Punkte, die in der Gliederung auf der gleichen Stufe stehen, müssen inhaltlich und logisch den gleichen Rang einnehmen. Zu einem Gliederungspunkt sollte(n) mindestens eine halbe Seite und maximal drei bis fünf Seiten Text gehören.

Die Gliederung ist in der Regel dekadisch zu gestalten, wobei die gesamte Arbeit in mehrere Hauptteile untergliedert werden sollte:

- 1. Einleitung bzw. Einführung**
- 2. Theoretische Grundlagen**
- 2.1**
- 2.1.1
- 2.1.2
- 2.2.**
- usw.
- 3. Behandlung des gestellten Themas**
- 3.1**
- 3.2**
- 3.2.1
- 3.2.2
- 3.3** usw.
- 4. (evtl.) Kritische Würdigung, Handlungsempfehlung**
- 5. Schlussteil**

Auf ein Kapitel 1. muss auch ein Kapitel 2., auf einen Punkt 1.1 auch ein Punkt 1.2 usw. folgen. Zwischentexte ohne Gliederungszuordnung sind zu unterlassen. Den Gliederungspunkten sind Überschriften zuzuordnen, die den Inhalt des entsprechenden Abschnitts in knapper, aber präziser Form charakterisieren; hierbei sind Verbindungen zu vermeiden mit „und“ wie z. B.

- 1. Einnahmen und Ausgaben
- 1.1 Einnahmen
- 1.2 Ausgaben

Überschriften in Text und Inhaltsverzeichnis müssen **exakt** übereinstimmen. Überschriften einzelner Gliederungspunkte dürfen sich nicht mit dem Gesamthema der Arbeit und nicht mit Überschriften von Unterpunkten decken.

Zweckmäßigerweise sollte die Arbeit mit einer kurzen Einleitung beginnen, aus der Problemstellung, Ziel der Arbeit, Begriffsbestimmung und methodischer Aufbau hervorgehen.

Die letzten Gedanken der Arbeit sollten nicht schlicht mit dem Wort 'Schluss' überschrieben werden; die Überschrift sollte vielmehr erkennen lassen, ob der Verfasser eine Zusammenfassung seiner Ergebnisse, eine knappe Darstellung seiner Thesen oder einen Ausblick auf ungelöste Probleme beabsichtigt.

Werden weitere Abkürzungen verwendet, z. B. für Institutionen, Gesetze, solche technischer Art, mathematische Kürzel usw., so sind diese, und zwar **alle**, in einem dem eigentlichen Text vorangestellten Abkürzungsverzeichnis genau zu erläutern.

5. Abkürzungen

Abkürzungen sollten so sparsam wie möglich verwendet werden. Nur Abkürzungen wie „usw.“, „etc.“, „z.B.“ und solche für Währungen, Maße und Gewichte sind allgemein üblich. Abkürzungen darüber hinaus sind in einem Verzeichnis zu erläutern.

6. Zitierweise

Zu den verschiedenen Möglichkeiten des Zitierens sei auf die umfangreiche Literatur verwiesen, insbesondere:

Wissenschaftliches Arbeiten - Ein Leitfaden für Haus-, Seminar-, Examens- und Diplomarbeiten - mit PC- und Internet-Nutzung, von Wolfram E. Rossig, Joachim Präsich, 3. Aufl., Wolfdruck-Verlag 2001.

Da Internet-Quellen häufig flüchtig sind, sind - sofern sie nicht der Arbeit beigelegt sind - Ausdruck anzufertigen und bis zur Beendigung des Prüfungsverfahrens aufzuheben.

7. Sonstige Hinweise

7.1 Grobkonzept für eine Thesis

Einleitung:

In der Einleitung sollen Sie den aktuellen Bezug sowie Ihre persönliche Beziehung zum Thema, d. h. also die Gründe für die Themenwahl schildern. Außerdem müssen Sie die Zielsetzung konkretisieren und den Aufbau der Arbeit erläutern.

Grundlagen:

Dieser - normalerweise rein theoretische - Abschnitt umfasst die Sammlung von Definitionen und Ausführungen, die zum Verständnis des nachfolgenden Hauptteiles notwendig sind. Sofern Sie empirische Erhebungen anstellen oder die Zustände in einem Unternehmen beschreiben, ist das Unternehmen in der Regel hier kurz zu skizzieren.

Hauptteil(e):

Sofern Sie eine mehr oder weniger theoretische Erörterung vornehmen, wird der erste Teil des Hauptteiles noch abstrakt ausgelegt sein. Gegebenenfalls sind hier noch widersprüchliche Meinungen zu diskutieren. Spätestens danach aber ist der von Ihnen zu erarbeitende praktische Teil vorzulegen. Der Hauptteil endet mit der kritischen Würdigung Ihres Ergebnisses bzw. mit der Erarbeitung einer Handlungsempfehlung.

Schlussteil:

Hier erfolgt eine kurze Zusammenfassung der erarbeiteten Ergebnisse, evtl. eine Darstellung der noch offenen Probleme und schließlich ein Ausblick auf künftige Entwicklungen. Der Schlussteil sollte ca. 2 bis 5 Seiten umfassen und sollte nichts mehr enthalten, was Sie nicht bereits an anderer Stelle erörtert haben. In gewisser Weise stellt die Zusammenfassung ein Spiegelbild der Einleitung dar, denn auch hier wird kurz auf die Zielsetzung und den Aufbau der Arbeit eingegangen - nun allerdings im Rückblick.

7.3 Wesentliche Bewertungskriterien für das Gutachten und Notenermittlung

1. Inhalt

1.1 Einführung

Themenauswahl, Ziel und Aufbau der Arbeit erläutert?

1.2 Grundlage

1.2.1 Zentrale Begriffe definiert?

1.2.2 Für die Arbeit erforderliche Grundlagen gelegt?

1.3 Bearbeitung des Themas

1.3.1 Eigene Ideen entwickelt?

1.3.2 Empirische Untersuchungen? Ggf. Darlegung der Untersuchungsmethoden?

1.3.3 Fachliteratur verwertet - wissenschaftliche Fundierung

1.3.4 Neuigkeitsgrad

1.4 Ergebnis der Arbeit

1.4.1 Ziel der Arbeit erreicht?

1.4.2 Offene Probleme erkannt?

1.4.3 Ausblick auf künftige Entwicklungen?

2. Form

2.1 Gliederung

2.2 Text - zielstrebig und verständlich?

2.3 Äußere Form

Verzeichnisse, Zitierweise,

Rechtschreib-, Ausdrucks-, Grammatik- und Zeichenfehler.

3. Sprache

Die Thesis ist grundsätzlich in englischer Sprache zu erstellen. Damit ist auch für die sprachliche Qualität zu sorgen. Wenn Dritte helfen oder Übersetzungssoftware genutzt wird, so trägt für eventuelle Mängel der Verfasser oder die Verfasserin die Verantwortung. Insbesondere bei Übersetzungssoftware empfiehlt sich daher eine gründliche Nacharbeitung.

Die Gesamtnote der Masterprüfung ergibt sich wie folgt:

75 % aus dem Durchschnitt der Modulnoten (gewichtet nach zugehörigen credits)

20 % aus der Note der Master's Thesis

5 % aus der Note des Master Kolloquiums