

## Amtliche Mitteilungen der



Veröffentlichungsnummer: 14/2015

Veröffentlicht am: 14.04.2015

### Dritte Änderung vom 4. Februar 2015

**der Prüfungsordnung für den Studiengang „Betriebswirtschaftslehre / Business Administration“, M.Sc., des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften (FB 02) der Philipps-Universität Marburg vom 29. August 2011 (Amt. Mit. 59/2011) in der Fassung der ersten Änderung vom 24. Oktober 2012 (Amt. Mit. 45/2012) und der zweiten Änderung vom 5. Juni 2013 (Amt. Mit. 41/2013)**

-----

Der Fachbereichsrat des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften der Philipps-Universität Marburg hat gem. § 44 Abs. 1 des Hessischen Hochschulgesetzes (HHG) in der Fassung vom 14. Dezember 2009 (GVBl. I Nr. 22/2009 S. 666), zuletzt geändert am 8. Oktober 2014 (GVBl. I Nr. 16/2014 S. 221), am 4. Februar 2015 folgende Änderung der Prüfungsordnung beschlossen:

#### Artikel 1

§ 4 wird geändert und erhält folgende Fassung:

##### **§ 4 Zugangsvoraussetzungen**

(1) Allgemeine Zugangsvoraussetzung für den Masterstudiengang ist der Nachweis des Abschlusses eines fachlich einschlägigen Bachelorstudienganges im Bereich „Wirtschaftswissenschaften“ oder der Nachweis eines vergleichbaren in- oder ausländischen berufsqualifizierenden Hochschulabschlusses.

Liegt bei Bewerbungsschluss noch kein Abschlusszeugnis mit einer Gesamtnote vor, kann eine Einschreibung unter Vorbehalt erfolgen. Voraussetzung ist bei einem zugrunde liegenden Bachelorstudium mit einem Umfang von 180 Leistungspunkten, dass ein Nachweis über bestandene Modulprüfungen bzw. Modulteilprüfungen im Umfang von mindestens 80 % der für den Bachelorabschluss erforderlichen Leistungspunkte erbracht wird. Der Nachweis muss eine Durchschnittsnote enthalten, die auf der Basis der benoteten Modulprüfungen und Modulteilprüfungen im Rahmen der nachgewiesenen 80 % der für den Bachelorabschluss erforderlichen Leistungspunkte ermittelt worden ist. Eine Einschreibung kann nur unter dem Vorbehalt erfolgen, dass alle Studien- und Prüfungsleistungen des Bachelorstudiums vor Beginn des Masterstudiums (Stichtag: 31.03. bei Beginn des Masterstudiums zum Sommersemester bzw. Stichtag: 30.09. bei Beginn des Masterstudiums zum Wintersemester) erbracht worden sind und der Nachweis des Abschlusszeugnisses bis zum Ende des Vorlesungszeitraums des ersten Fachsemesters geführt wird.

(2) Darüber hinaus sind hinreichende Kenntnisse in englischer Sprache auf mindestens Niveau B2 gemäß „Gemeinsamer europäischer Referenzrahmen für Sprache“ nachzuweisen, die zur Erarbeitung der notwendigen Fachliteratur befähigen.

(3) Über die Frage der fachlichen Einschlägigkeit des Vorstudiums i. S. des Abs. 1 entscheidet die vom Fachbereichsrat bestellte Eignungsfeststellungskommission gemäß § 2 der Anlage 5 „Besondere Zugangsvoraussetzungen“.

(4) Über die Frage der Vergleichbarkeit des Hochschulabschlusses i. S. des Abs. 1 entscheidet die vom Fachbereichsrat bestellte Eignungsfeststellungskommission gemäß § 2 der Anlage 5 „Besondere Zugangsvoraussetzungen“.

(5) Die besonderen Zugangsvoraussetzungen regelt Anlage 5.

(6) Besonders leistungsstarken Bachelorstudierenden kann die Absolvierung von Modulen aus einem konsekutiven Masterstudiengang nach Maßgabe der vorhandenen Kapazitäten gestattet werden. Es können bis zu drei Module des Masterstudiengangs im Umfang von maximal 18 LP anerkannt werden. Die erbrachten Leistungen sind im Masterstudiengang auf Antrag unter Vorlage entsprechender Nachweise anzurechnen.

**§ 6 wird geändert und erhält folgende Fassung:**

**§ 6 Studium: Aufbau, Inhalte, Verlaufsplan und Informationen**

(1) Der Masterstudiengang „Betriebswirtschaftslehre / Business Administration“ gliedert sich in die Studienbereiche Vertiefungsmodule Spezielle Betriebswirtschaftslehre (48 LP), Methodenmodule (6 LP), einen Freien Wahlpflichtbereich (18 LP), Profilmodule (18 LP) und das Abschlussmodul „Masterarbeit“.

(2) Der Studiengang besteht aus Modulen, die den verschiedenen Studienbereichen gemäß Abs. 1 zugeordnet sind. Aus den Zuordnungen der Module, dem Grad ihrer Verbindlichkeit sowie dem kalkulierten studentischen Arbeitsaufwand (workload) in Leistungspunkten (LP) ergibt sich folgender Studienaufbau:

<b>Module<sup>1</sup></b>	<b>LP</b>	<b>PF/WP</b>	<b>Schwerpunkt</b>
<b>Vertiefungsmodule Spezielle BWL</b>	<b>48</b>		
Advanced Management Accounting I: Value-based Management	6	WP	1 / 2
Advanced Management Accounting II: Managerial Decision Making under Uncertainty	6	WP	1
Asset Pricing Theory/Capital Market Theory	6	WP	1
Behavioral Finance	6	WP	1
Business Model Innovation	6	WP	2 / 3
Internationales Marketing und Marketingforschung	6	WP	2 / 3
Logistik a	6	WP	2 / 3
Logistik b	6	WP	2 / 3
Management Internationaler Unternehmen	6	WP	2 / 3
Methoden und Prozesse des Innovationsmanagements (studienbegleitende Variante)	6	WP	2 / 3
Methoden und Prozesse des Innovationsmanagements (Vorlesungsvariante)	6	WP	2 / 3
Projektphase Accounting and Finance: Case Study	6	WP	1
Projektphase Accounting and Finance: Hausarbeit*	6	WP	1
Projektphase Accounting and Finance: Präsentation	6	WP	1
Rechnungslegung I: Konzepte & Internationales	6	WP	1
Rechnungslegung II: Bewertung & Governance	6	WP	1
Rechnungslegung III: Ausgewählte Fragen	6	WP	1
Selected Problems in Banking and Finance/Banking	6	WP	1
Seminar Advanced Management Accounting	6	WP	1
Seminar E-Business and Business Model Innovation	6	WP	3
Seminar Empirical Finance	6	WP	1
Seminar Finanzierung und Banken	6	WP	1
Seminar Innovative Wertschöpfungskonzepte	6	WP	2 / 3
Seminar Logistik	6	WP	2 / 3
Seminar Marketing – Variante 1	6	WP	2
Seminar Marketing – Variante 2	6	WP	2
Seminar Rechnungslegung und Unternehmensbewertung	6	WP	1
Seminar Statistik	6	WP	1 / 2 / 3
Seminar Strategisches und Internationales Management	6	WP	2 / 3
Seminar Strategisches und Internationales Management (Projektseminar)	6	WP	2 / 3
Seminar Technologie- und Innovationsmanagement	6	WP	2 / 3
Strategisches Management	6	WP	2 / 3
Strategisches Technologie- und Innovationsmanagement (studienbegleitende Variante)	6	WP	2 / 3

<sup>1</sup> Module mit englischem Modultitel werden grundsätzlich in englischer Sprache angeboten. In allen anderen Modulen ist die Lehr- und Prüfungssprache Deutsch oder Englisch.

Strategisches Technologie- und Innovationsmanagement (Vorlesungsvariante)	6	WP	2 / 3
Unternehmensbesteuerung I	6	WP	1
Unternehmensbesteuerung II	6	WP	1
Unternehmensbewertung: Theorie und Praxis	6	WP	1
Vertikales Marketing in Theorie und Praxis (Variante Hausarbeit)	6	WP	2
Vertikales Marketing in Theorie und Praxis (Variante Klausur)	6	WP	2
Vertikales Marketing in Theorie und Praxis (Variante Planspiel)	6	WP	2
Wirtschaftsinformatik – Daten- und Informationsmanagement	6	WP	3
Wirtschaftsinformatik – E-Business	6	WP	2 / 3
<b>Methodenmodule</b>	<b>6</b>		
Decision Support Systems	6	WP	
Dynamische Optimierung	6	WP	
Empirical Economics (gemäß Anlage 3)	6	WP	
Evolutionäre Spieltheorie	6	WP	
Mikroökometrie	6	WP	
Ökonometrie	6	WP	
Problemsolving and Communication	6	WP	
Quantitative Methods in Empirical Finance	6	WP	
Theoretical Economics (gemäß Anlage 3)	6	WP	
Vertiefung Quantitativer und Statistischer Methoden a	6	WP	
Vertiefung Quantitativer und Statistischer Methoden b	6	WP	
Vertiefung Quantitativer und Statistischer Methoden c	6	WP	
Wahrscheinlichkeitstheorie und Statistik für Fortgeschrittene	6	WP	
Zeitreihen-Ökonometrie	6	WP	
<b>Freier Wahlpflichtbereich</b>	<b>18</b>		
Gesundheitsmanagement	<b>6</b>	WP	
Weitere Module aus der SBWL	6/12/18	WP	
Weitere Methodenmodule	6/12/18	WP	
Module aus dem M.Sc. Economics and Institutions (gemäß Anlage 3)	6/12/18	WP	
Auslandsmodule aus dem Bereich der Wirtschaftswissenschaften oder der Methoden	6/12/18	WP	
<b>Profilmodule</b>	<b>18</b>		
Interdisziplinäre Module / Module des M.Sc. Economics and Institutions (gemäß Anlage 3)	bis zu 18	WP	
Schlüsselqualifikationen	6	WP	
<b>Abschlussmodul</b>	<b>30</b>		
Masterarbeit	30	PF	
<b>Summe</b>	<b>120</b>		

\* Das Modul „Projektphase Accounting and Finance: Hausarbeit“ ist in Verbindung mit den anderen beiden Modulen der Projektphase alternativ zu einem Seminar wählbar.

(3) Die Vertiefungsmodule der Speziellen Betriebswirtschaftslehre (48 LP) vermitteln den Studierenden tiefgehende Anwendungskompetenzen sowie die Fähigkeit zur Weiterentwicklung von Lösungsansätzen. Die Studierenden weisen durch die Wahl bestimmter Module ausgewählte Schwerpunkte nach. Die Wahl eines Schwerpunkts ist obligatorisch, dieser wird auf dem Zeugnis ausgewiesen. Die Schwerpunkte lauten: (1) „Accounting and Finance“, (2) „Marktorientierte Unternehmensführung“, (3) „Innovation und Information“. Die Zuordnung der Module zu den Schwerpunkten geht aus der letzten Spalte der Tabelle in Abs. 2 hervor. In dem gewählten Schwerpunkt sind mindestens 30 LP zu absolvieren, darunter mindestens ein Seminar. Die Seminare haben die Vermittlung integrativer, ganzheitlicher Lösungsansätze zum Ziel. Darüber hinaus sollen in diesen Modulen aktuelle Forschungsprojekte des Fachbereichs behandelt werden, womit auch eine Basis für eine anschließende Promotion geschaffen wird.

(4) Die Methodenmodule (6 LP) dienen der Vermittlung spezifischer wissenschaftlicher Methoden, die insbesondere in den vertiefenden Modulen der SBWL sowie im Rahmen der Masterarbeit verwendet werden. Insofern zielen diese Module auf die Stärkung der quantitativen Methodenkompetenz der Studierenden ab.

(5) Der Freie Wahlpflichtbereich (18 LP) dient der weiteren Profilbildung der Studierenden. Er bietet eine grundsätzlich freie Wahl aus weiteren Modulen der Speziellen Betriebswirtschaftslehre mit der Möglichkeit des Absolvierens eines weiteren Schwerpunkts, aus Modulen der Volkswirtschaftslehre

sowie aus weiteren Methodenmodulen. In den Freien Wahlpflichtbereich können auch im Ausland erworbene Leistungspunkte aus dem Bereich der Wirtschaftswissenschaften oder der Methoden eingebracht werden.

(6) In den Profilmodulen (18 LP) werden überfachliche, berufsfeldorientierte und fächerübergreifende Kompetenzen vermittelt. Das Wahlpflichtmodul „Schlüsselqualifikationen“ zielt auf eine systematische und reflektierte Vermittlung von soft skills ab. Die Schlüsselqualifikationen ermöglichen den Studierenden ein effektives Lernen und bilden gleichzeitig ein solides Fundament für Lebenslange Weiterbildung im Beruf. Die „Interdisziplinären Module“ sollen die Fähigkeit der Studierenden stärken, aus der eigenen Kultur heraus andere Fachkulturen, deren Normen und Werte, Ziel- und Ordnungsvorstellungen, Institutionen und Geschichte verstehen zu können und dadurch überfachliche Problemlösungskompetenzen zu entwickeln. Darüber hinaus soll den Studierenden die Fähigkeit zur Verknüpfung betriebswirtschaftlicher Lehrinhalte mit den Fragen und Methoden von Nachbardisziplinen vermittelt werden.

(7) Das Abschlussmodul „Masterarbeit“ (30 LP) soll zeigen, dass die oder der Studierende in der Lage ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein abgegrenztes Problem aus dem Gegenstandsbereich ihres oder seines Studiengangs selbstständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten und darzustellen.

(8) Der Studiengang ist überwiegend forschungsorientiert.

(9) Die beispielhafte Abfolge des modularisierten Studiums wird im Studienverlaufsplan (vgl. Anlage 1) dargestellt.

(10) Allgemeine Informationen und Regelungen in der jeweils aktuellen Form sind auf der studiengangbezogenen Webseite unter

<http://www.uni-marburg.de/fb02/msc-bwl>

hinterlegt. Dort sind insbesondere auch das Modulhandbuch und der Studienverlaufsplan einsehbar. Dort ist auch eine Liste des aktuellen Im- und Exportangebotes des Studiengangs veröffentlicht.

(11) Die Zuordnung der einzelnen Veranstaltungen zu den Modulen des Studiengangs ist aus dem Vorlesungsverzeichnis der Philipps-Universität Marburg, welches auf der Homepage der Universität zur Verfügung gestellt wird, ersichtlich.

## § 22 wird geändert und erhält folgende Fassung:

### § 22 Prüfungsformen

(1) Schriftliche Prüfungen erfolgen in der Form von

• Klausuren (einschließlich „e-Klausuren“), die auch ganz oder teilweise als Antwort-Wahl-Prüfungen (Multiple-Choice Verfahren) durchgeführt werden können

- Hausarbeiten
- Schriftliche Hausaufgaben
- Projektarbeiten
- Masterarbeit

(2) Mündliche Prüfungen erfolgen in der Form von

- Einzelprüfungen

(3) Weitere Prüfungsformen sind

- Referate
- Präsentationen
- Worksheets

(4) Die Dauer der schriftlichen Prüfungen beträgt in der Regel 60 oder 120 Minuten, die der mündlichen Prüfungen in der Regel 20 Minuten. Die Dauer von Referaten und Präsentationen beträgt zwischen 30 und 60 Minuten. Worksheets sind wöchentliche Übungsaufgaben, deren Bearbeitung jeweils etwa 4 bis 6 Stunden in Anspruch nimmt. Die Bearbeitungszeit von Hausarbeiten oder Essays

beträgt 2 bis 4 Wochen (i.S. einer reinen Prüfungsdauer). Der Gesamtzeitraum, der zur Bearbeitung zur Verfügung gestellt wird, soll eine größere Zeitspanne umfassen.

(5) Multimedial gestützte schriftliche Prüfungen („e-Klausuren“) finden gemäß der Regelungen in den Allgemeinen Bestimmungen, Anlage 6 statt.

(6) Im Übrigen gelten die Regelungen des § 22 Allgemeine Bestimmungen.

Anlage 2 wird geändert und erhält folgende Fassung:

## Anlage 2: Modulliste

Modulbezeichnung <i>Englischer Titel</i>	LP	Verpflichtungsgrad	Niveaustufe	Qualifikationsziele	Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzungen für die Vergabe von LP
Advanced Management Accounting I: Value-based Management	6	WP	Vertiefung	Das wesentliche Ziel des Moduls ist die Vermittlung von fundierten theoretischen und praktischen Kenntnissen aus dem Bereich Management Accounting (Controlling) mit Schwerpunkt wertorientierte Unternehmensführung und –steuerung ( <i>Value-based Management</i> ). Die Studierenden sollen insbesondere die Fähigkeit erlangen, die anspruchsvollen Instrumente des wertorientierten Managements anzuwenden, kritisch zu beurteilen und weiterzuentwickeln. Das Modul wird empfohlen für Studierende, welche planen im Bereich Unternehmensberatung, Controlling, Finanzierung, Rechnungswesen, Management eines Unternehmens anzufangen und perspektivisch eine Tätigkeit als CEO oder CFO anstreben.	Keine	Klausur (120 Minuten)
Advanced Management Accounting II: Managerial Decision Making under Uncertainty	6	WP	Vertiefung	Das wesentliche Ziel des Moduls liegt in der Vermittlung von fundierten theoretischen, zugleich aber auch praktisch nutzbaren Kenntnissen aus dem Bereichen (Management) Accounting, Finance und Governance. Die Teilnehmer/-innen sollen insbesondere die Fähigkeit erlangen, die Grenzen bestehender Konzepte zu erkennen, um auf dieser Grundlage ggf. zu eigenen Fortentwicklungen zu gelangen. Durch die Fokussierung auf das Verstehen von Zusammenhängen und die Verbindung von Theorie und Praxis wird eine Nachhaltigkeit der Ausbildung gewährleistet. Das Modul wird empfohlen für Studierende, welche planen im Bereich Unternehmensberatung, Controlling, Finanzierung, Rechnungswesen, Management eines Unternehmens anzufangen und perspektivisch eine Tätigkeit als CEO oder CFO anstreben.	Keine	Klausur (120 Minuten) oder Hausarbeit (3 LP) und Klausur (60 Minuten, 3 LP)
Asset Pricing Theory/Capital Market Theory	6	WP	Vertiefung	Studierenden sollen die Grundzüge von Entscheidungen unter Risiko und die grundsätzlichen Techniken der Bewertung riskanter Zahlungsströme kennenlernen. Darüber hinaus werden Studierenden tiefgehende und spezielle Anwendungskompetenzen sowie die Fähigkeit zur Weiterentwicklung von Lösungsansätzen vermittelt.	Keine	Klausur (120 Minuten)
Behavioral Finance	6	WP	Vertiefung	Nach der erfolgreichen Teilnahme am Modul sind die Studierenden umfassend mit Konzept und methodischem Instrumentarium sowie insbesondere mit dem über die klassische Finanztheorie hinausgehenden Erklärungsbeitrag der Behavioral Finance aus Sicht von Investoren, Unternehmensentscheidern und auch auf Marktebene vertraut. Daneben befähigt das integrierte Students' Colloquium zur eigenständigen Bewertung wissenschaftlicher Erkenntnisse am aktuellen Rand der relevanten Forschung und trägt dazu bei, die Studierenden auf eine empirisch ausgerichtete Abschlussarbeit vorzubereiten.	Keine	Präsentation (2 LP) und Klausur (60 Minuten, 4 LP)
Business Model Innovation	6	WP	Vertiefung	Das Modul vermittelt wesentliche praktische und wissenschaftliche Fähigkeiten. Das Modul wird Studierenden empfohlen, welche eine Tätigkeit im Bereich Unternehmens-	Keine	Klausur (60 Minuten, 3 LP)

				beratung, oder dem strategischen Management eines Unternehmens anstreben. Ihnen werden die wesentlichen Elemente von Geschäftsmodellen und deren Interaktionen aufgezeigt sowie Ansätze zur Bewertung und Entwicklung dargestellt. Forschungsseitig werden Studierende durch die Kombination von Vorlesung und selbständiger Fallanalyse befähigt, selbst Gestaltungsansätze für das Management von Geschäftsmodellen zu entwickeln.		und schriftliche Hausaufgabe ( 3 LP)
Internationales Marketing und Marketingforschung <i>International Marketing and Market Research</i>	6	WP	Vertiefung	Im Bereich des Internationalen Marketings werden folgende Kenntnisse vertieft: Grundlagen und Motive der Internationalisierung der Geschäftstätigkeit, Informationsgrundlagen des Internationalen Marketing, Konzeptualisierung des Internationalen Marketings und Aktuelle Herausforderungen des Internationalen Marketings. Der Bereich Marketingforschung behandelt die Grundlagen der Marketingforschung, die Skalierung von Variablen, Auswahl der Erhebungselemente, Techniken der Datengewinnung und die Datenanalyse. Die Studierenden des Moduls sollen damit zur Ausübung eines Berufes als Fach- und Führungskraft auf allen Ebenen eines Unternehmens, insbesondere in Marketing, Vertrieb, Internationales Marketing, Marktforschung, Produkt-, Key Account- und Category Management und zu selbständigem wissenschaftlichen Arbeiten befähigt werden.	Keine	Klausur (120 Minuten)
Logistik a <i>Logistics a</i>	6	WP	Vertiefung	Die inhaltlichen Schwerpunkte des Moduls bilden das Management von Logistikdienstleistern bzw. -dienstleistungen, deren Einbindung in strategische Netzwerke des Supply Chain Managements sowie die Internationalisierung von Unternehmen und der dazugehörigen Logistikaktivitäten. Dabei werden sowohl die einschlägigen Theorien diskutiert, als auch die praktische Umsetzung anhand von Beispielen veranschaulicht. Die Studierenden sollen das grundlegende Know-how und die entscheidenden Fähigkeiten im Bereich Logistik- und Supply Chain Management erwerben, mit dem Ziel, Positionen auf der obersten Führungsebene oder als Logistik- bzw. Supply Chain Manager(in) in Industrie, Handel und Dienstleistung erfolgreich wahrzunehmen.	Keine	Klausur (120 Minuten)
Logistik b <i>Logistics b</i>	6	WP	Vertiefung	Die inhaltlichen Schwerpunkte des Moduls bilden die Zusammenführung von Logistik bzw. Supply Chain Management und Controlling zum Logistik- bzw. Supply Chain Controlling, die Vorstellung und Diskussion der einschlägigen Controllinginstrumente sowie deren Übertragung auf die Logistik sowie das unternehmensübergreifende Supply Chain Management. Die Anwendung der Instrumente wird anhand von Praxisbeispielen veranschaulicht. Die Studierenden sollen das grundlegende Know-how und die entscheidenden Fähigkeiten im Bereich Logistik- bzw. Supply Chain Controlling erwerben, mit dem Ziel, Positionen auf der obersten Führungsebene oder als Logistik- bzw. Supply Chain Controller(in) in Industrie, Handel und Dienstleistung erfolgreich wahrzunehmen.	Keine	Klausur (120 Minuten)
Management Internationaler Unternehmen <i>Management of International Companies</i>	6	WP	Vertiefung	Studierende beherrschen nach der Teilnahme am Modul die Grundlagen des Managements international tätiger Unternehmen. Vermittelt werden Theorien, Konzepte und Instrumente des Managements von Individuen und Gruppe, der Gestaltung von Organisation, Anreiz- und Kontrollsystemen sowie der Entscheidungsfindung in internationalen Unternehmen.	Keine	Klausur (120 Minuten) oder Klausur (60 Minuten, 3 LP) und Hausarbeit (3 LP)

<p>Methoden und Prozesse des Innovationsmanagements (studienbegleitende Variante)</p> <p><i>Instruments and Processes of Innovation Management (Case Study Version)</i></p>	6	WP	Vertiefung	<p>Studierende beherrschen nach der Teilnahme am Modul die Grundlagen des Innovationsmanagements in der unternehmerischen Praxis und sind mit den Kernaufgaben und wichtigsten Instrumenten zur Gestaltung und Umsetzung von Innovationsvorhaben bzw. –prozessen vertraut. Durch vorlesungsbegleitende Fallstudienübungen werden Studierende überdies befähigt, Methoden und Instrumente des Innovationsmanagements anzuwenden, Innovationsprozesse zu modellieren bzw. zu gestalten und Erfolgs- und Misserfolgskriterien im Innovationsmanagement zu analysieren.</p>	<p>Wird im Modul „Strategisches Technologie- und Innovationsmanagement“ die Vorlesungsvariante gewählt, muss im Modul „Methoden und Prozesse des Innovationsmanagements“ die studienbegleitende Variante gewählt werden.</p>	<p>Klausur (60 Minuten, 3 LP) und schriftliche Hausaufgabe (3 LP)</p> <p>Studienleistungen: Präsentation und Projektarbeit</p>
<p>Methoden und Prozesse des Innovationsmanagements (Vorlesungsvariante)</p> <p><i>Instruments and Processes of Innovation Management (Lecture Version)</i></p>	6	WP	Vertiefung	<p>Studierende beherrschen nach der Teilnahme am Modul die Grundlagen des Innovationsmanagements in der unternehmerischen Praxis und sind mit den Kernaufgaben und wichtigsten Instrumenten zur Gestaltung und Umsetzung von Innovationsvorhaben bzw. –prozessen vertraut. Ferner werden den Studierenden vertiefende Kenntnisse in ausgewählten Feldern des Innovationsmanagements vermittelt, bspw. im Management von Dienstleistungsinnovationen. Durch die Vertiefung ausgewählter Felder sollen Studierende zur fachlich-kritischen und wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit TIM-Themen befähigt werden.</p>	<p>Wird im Modul „Strategisches Technologie- und Innovationsmanagement“ die studienbegleitende Variante gewählt, muss im Modul „Methoden und Prozesse des Innovationsmanagements“ die Vorlesungsvariante gewählt werden.</p>	<p>Klausur (120 Minuten) oder mündliche Prüfung</p>
<p>Projektphase Accounting and Finance: Case Study</p> <p><i>Project Phase Accounting and Finance: Case Study</i></p>	6	WP	Vertiefung	<p>Die Studierenden sollen ein großes Projekt (3 Monate) aus dem Bereich Accounting and Finance kennenlernen und bearbeiten. Das Projekt kann zugleich der Vorbereitung auf die Master-Arbeit dienen. Im Teil I „Case Study“ machen sich Studierende mit den Grundlagen des Projektes, sei es durch einen mehrwöchigen Praxisaufenthalt, sei es durch den Besuch eines mehrwöchigen Forschungskurses, vertraut. Studierende lernen dabei, ein großes Projekt in lösbarer Teilaufgaben zu zerlegen und seine unterschiedlichen Facetten herauszuarbeiten.</p>	<p>Mentoringgespräch.</p> <p>Kann nur in Verbindung mit den Modulen „Projektphase Accounting and Finance: Hausarbeit“ und „Projektphase Accounting and Finance: Präsentation“ gewählt werden.</p>	<p>unbenotet</p> <p>Absolvieren des Praxisaufenthalts oder Forschungskolloquiums</p>
<p>Projektphase Accounting and Finance: Hausarbeit</p> <p><i>Project Phase Accounting and Finance: Essay</i></p>	6	WP	Vertiefung	<p>Studierenden sollen ein großes Projekt (3 Monate) aus dem Bereich Accounting and Finance kennenlernen und lösen. Das Projekt kann zugleich der Vorbereitung auf die Master-Arbeit dienen. Im Teil II „Hausarbeit“ berichten Studierende in schriftlicher Form über die gefundenen Lösungen ihres dreimonatigen Projektes. Studierende lernen dabei, ein großes Projekt mittels eines Berichts inklusive eines Executive Summary schriftlich zusammenzufassen.</p>	<p>Mentoringgespräch.</p> <p>Kann nur in Verbindung mit den Modulen „Projektphase Accounting and Finance: Case Study“</p>	<p>Hausarbeit</p>

					und "Projektphase Accounting and Finance: Präsentation" gewählt werden.	
Projektphase Accounting and Finance: Präsentation  <i>Project Phase Accounting and Finance: Presentation</i>	6	WP	Vertiefung	Studierenden sollen ein großes Projekt (3 Monate) aus dem Bereich Accounting and Finance kennenlernen und lösen. Das Projekt kann zugleich der Vorbereitung auf die Master-Arbeit dienen. Im Teil III „Präsentation“ berichten Studierende in schriftlicher Form über die gefundenen Lösungen ihres dreimonatigen Projektes. Studierende lernen dabei, ein großes Projekt in einer kurzen Präsentation, auch vor verantwortlichen Praktikern, zusammenzufassen.	Mentoringgespräch.  Kann nur in Verbindung mit den Modulen „Projektphase Accounting and Finance: Case Study“ und „Projektphase Accounting and Finance: Hausarbeit“ und gewählt werden.	Präsentation
Rechnungslegung I – Konzepte & Internationales <i>Advanced Financial Accounting I – Concepts &amp; International Aspects</i>	6	WP	Vertiefung	Das wesentliche Ziel des Moduls liegt in der Vermittlung von fundierten theoretischen, zugleich aber auch praktisch nutzbaren Kenntnissen aus dem Bereich der Rechnungslegung. Die Teilnehmer/-innen sollen insbesondere die Fähigkeit erlangen, die Grenzen bestehender Konzepte zu erkennen, um auf dieser Grundlage ggf. zu eigenen Fortentwicklungen zu gelangen. Durch die Fokussierung auf das Verstehen von Zusammenhängen und die Verbindung von Theorie und Praxis wird eine Nachhaltigkeit der Ausbildung gewährleistet.	Keine	2 Klausuren (je 60 Minuten, je 3 LP)  Notenausgleich
Rechnungslegung II – Bewertung & Governance  <i>Advanced Financial Accounting II – Corporate Valuation &amp; Governance</i>	6	WP	Vertiefung	Das wesentliche Ziel des Moduls liegt in der Vermittlung von fundierten theoretischen, zugleich aber auch praktisch nutzbaren Kenntnissen aus den Bereichen der Unternehmensbewertung und Corporate Governance. Die Teilnehmer/-innen sollen insbesondere die Fähigkeit erlangen, die Grenzen bestehender Konzepte zu erkennen, um auf dieser Grundlage ggf. zu eigenen Fortentwicklungen zu gelangen. Durch die Fokussierung auf das Verstehen von Zusammenhängen und die Verbindung von Theorie und Praxis wird eine Nachhaltigkeit der Ausbildung gewährleistet.	Keine	2 Klausuren (je 60 Minuten, je 3 LP)  Notenausgleich
Rechnungslegung III – Ausgewählte Fragestellungen  <i>Advanced Financial Accounting III – Selected Issues</i>	6	WP	Vertiefung	Das wesentliche Ziel des Moduls liegt in der Vermittlung von fundierten theoretischen, zugleich aber auch praktisch nutzbaren Kenntnissen aus den Bereichen der Rechnungslegung, Abschlussprüfung, Governance und/oder Bewertung. Die Teilnehmer/-innen sollen insbesondere die Fähigkeit erlangen, die Grenzen bestehender Konzepte zu erkennen, um auf dieser Grundlage ggf. zu eigenen Fortentwicklungen zu gelangen. Durch die Fokussierung auf das Verstehen von Zusammenhängen und die Verbindung von Theorie und Praxis wird eine Nachhaltigkeit der Ausbildung gewährleistet.	Keine	2 Klausuren (je 60 Minuten, je 3 LP)  Notenausgleich
Selected Problems in Banking and Finance/Banking	6	WP	Vertiefung	Studierenden sollen die Grundzüge von Interessenkonflikten in Unternehmen, der Bewertung von Krediten sowie des finanzwirtschaftlichen und aufsichtsrechtlichen Risiko Managements kennenlernen. Darüber hinaus werden Studierenden tiefgehende und spezielle Anwendungskompetenzen sowie die Fähigkeit zur Weiterentwicklung von Lösungsansätzen vermittelt.	Keine	Klausur (120 Minuten)
Seminar Advanced Management Accounting	6	WP	Vertiefung	Das Seminar Advanced Management Accounting findet beispielsweise in Form eines Fallstudienseminars oder eines Theorieseminars statt. Ziel ist es, konkrete Problemstellungen aus dem Bereich Management Accounting zu erfassen, zu	Erfolgreiche Teilnahme am Modul „Advanced Management	Hausarbeit (3 LP) und Präsentation (3 LP)

				strukturieren und in Gruppen- und Einzelarbeiten eigenständig entweder für konkrete Fallstudien und/oder anhand der bestehenden akademischen Literatur Lösungsvorschläge zu erarbeiten. Dafür sind zunächst geeignete Konzepte und Theorien auszuwählen, anhand derer dann Lösungsoptionen zu erarbeiten sind. Das Seminar vermittelt damit sowohl für wissenschaftliches Arbeiten als auch für praxisorientierte Anwendungen relevante Fähigkeiten und Kenntnisse der Informationsgewinnung und -aufarbeitung, der Teamarbeit und der gezielten Bearbeitung von einer ausgewählten Problemstellung aus dem Bereich Management Accounting. Zu den Fähigkeiten, welche im Zuge des Fallstudienseminars selbstständig erlernt werden, gehören die Beschaffung der relevanten Informationen, die Strukturierung der Kernfragen und die Erarbeitung und Darstellung der Ergebnisse.	Accounting" I oder II.	
Seminar E-Business and Business Model Innovation <i>Seminar E-Business and Business Model Innovation</i>	6	WP	Vertiefung	Im Seminar werden Geschäftsstrategien und -modelle in Electronic und Mobile Commerce analysiert und entwickelt. Das beinhaltet im zweiten Fall auch die Erstellung von Geschäftsplänen. Das Seminar vermittelt sowohl für wissenschaftliche Arbeiten als auch für praxisorientierte Fälle die relevanten Fähigkeiten und Kenntnisse der strategischen Analyse von Geschäftsmodellen, zur Integration betriebswirtschaftlicher Kenntnisse und zur anwendungsorientierten Planung des Einsatzes moderner Informationstechnologien. Schließlich wird Teamarbeit erlernt.	Keine	2 Projektarbeiten (je 3 LP)
Seminar Empirical Finance	6	WP	Vertiefung	In dem Seminar lernen die Studierenden, eigenständig Arbeiten zu aktuellen Themen auf dem Gebiet der Finanzmarktforschung anzufertigen, zu präsentieren und kritisch zu beurteilen. Die Veranstaltung zielt darauf ab, Fähigkeiten im Aufbau und der Strukturierung von Informationen zu vermitteln und dieses Wissen mit Blick auf eine konkrete Fragestellung anzuwenden. Darüber hinaus fördert das Modul die Präsentations- und Diskursfähigkeit der Studierenden und bereitet auf die Abschlussarbeit vor.	Eine erfolgreiche Teilnahme am Modul „Behavioral Finance“ wird empfohlen.	Hausarbeit (4 LP) und Präsentation (2 LP)
Seminar Finanzierung und Banken <i>Seminar on Finance</i>	6	WP	Vertiefung	Es geht um die empirisch/praktische Umsetzung von Modellen, die in den Modulen „Asset Pricing Theory/Capital Market Theory“ sowie „Selected Problems in Banking and Finance/Banking“ vorgestellt wurden. Im Seminar sollen Studierende in die Implementierung größerer Modelle und eingeführt und auf das Schreiben einer Master-Arbeit im Bereich Finanzierung und Banken vorbereitet werden.	Keine	Hausarbeit (4 LP) und Präsentation (2 LP)  Anwesenheitspflicht
Seminar Innovative Wertschöpfungskonzepte <i>Seminar on Innovative Value Creation Concepts</i>	6	WP	Vertiefung	Das Projektseminar vermittelt insbesondere für wissenschaftliche Arbeiten die relevanten Fähigkeiten und Kenntnisse der Problemdefinition, Informations- und Datenbeschaffung, der Anwendung ausgewählter Methoden sowie einer angemessenen Dokumentation. Zudem werden Kompetenzen der Teamarbeit und die Strukturierung komplexer Fragestellungen vermittelt. Die Fähigkeiten, welche im Zuge der Projektarbeit selbstständig erlernt werden, qualifizieren die Teilnehmer zur Bearbeitung eigener Forschungsfragen und zur Anfertigung einer empirischen Abschlussarbeit.	Eine erfolgreiche Teilnahme am Modul „Business Model Innovation“ wird empfohlen.	Hausarbeit (4 LP) und Präsentation (2 LP)
Seminar Logistik (Supply Chain Management) <i>Seminar on Logistics (Supply Chain Management)</i>	6	WP	Vertiefung	Die Studierenden fertigen Seminararbeiten zu aktuellen Themen aus dem Bereich der Logistik/des Supply Chain Managements an. Im Rahmen der Seminarsitzungen erfolgt deren Präsentation sowie kritische Diskussion. Mit dem Modul werden drei Ziele verfolgt: 1) der Aufbau von Wissen über neueste Entwicklungen in der Logistik bzw. im Supply Chain Management; 2) die Entwicklung von Fähigkeiten in der Anwendung von Logistikmethoden und -instrumenten zur Lösung brisanter Probleme in der Logistik- bzw. /SCM-Praxis; 3)	Keine	Hausarbeit (3 LP) und Klausur (60 Minuten, 3 LP)

				die Förderung des selbstständigen Arbeitens der Studierenden, ihrer Präsentations-, und Diskussionsfähigkeit.		
Seminar Marketing – Variante 1 <i>Seminar on Marketing</i>	6	WP	Vertiefung	Das Seminar findet in Form einer Fortgeschrittenenübung mit direktem Bezug zu einem praktischen Marktforschungsprojekt statt. Inhalte der Fortgeschrittenenübung bilden Planung, Durchführung und Ergebnisauswertung des Marktforschungsprojektes mit praxisnahem Bezug. Zur Datenauswertung werden statistische Analysetools (wie SPSS, AMOS usw.) angewendet. Ziel ist es, konkrete marketingbezogene Problemstellungen aus den Vertiefungsmodulen „Internationales Marketing und Marketingforschung“ oder „Vertikales Marketing in Theorie und Praxis“ oder einem ergänzenden Kompetenzfeld zu strukturieren und in Gruppen- und Einzelarbeiten Lösungsvorschläge zu erarbeiten. Dafür sind geeignete Konzepte und Theorien auszuwählen und zur Erarbeitung von Lösungen heranzuziehen. Die Fortgeschrittenenübung vermittelt sowohl für das wissenschaftliche als auch für praxisorientiertes Arbeiten die relevanten Fähigkeiten und Kenntnisse der Informationsgewinnung, Datenauswertung und Interpretation von marktrelevanten Informationen mit Blick auf eine ausgewählte Problemstellung aus dem Marketing. Es werden Fähigkeiten zur selbstständigen Planung, Durchführung und Datenauswertung von Marktforschungsprojekten erlernt sowie Fähigkeiten zur Anwendung geeigneter Statistikprogramme (inkl. der Anwendung multivariater Analyseverfahren) erlangt. Im Zuge der Fortgeschrittenenübung erhalten die Studenten die Kompetenz theoretisch erlernte Verfahren zur Datenanalyse und Datenauswertung praktisch anzuwenden und deren Wirkungsweise zu verstehen. Zu den weiteren Fähigkeiten, die selbstständig erlernt werden, gehören die Beschaffung der relevanten wissenschaftlichen Literatur, die Strukturierung und das Schreiben der selbstständig zu verfassenden Hausarbeit.	Erfolgreiche Teilnahme am Modul „Internationales Marketing und Marketingforschung“	Hausarbeit (3 LP) und Präsentation (60 Minuten, 3 LP)
Seminar Marketing – Variante 2 <i>Seminar on Marketing</i>	6	WP	Vertiefung	Im Seminar Marketing werden ausgewählte Themen zum Marketing behandelt. Ziel ist es, konkrete marketingbezogene Problemstellungen aus den Vertiefungsmodulen „Internationales Marketing und Marketingforschung“ oder „Vertikales Marketing in Theorie und Praxis“ oder einem ergänzenden Kompetenzfeld zu strukturieren und in Gruppen- und Einzelarbeiten Lösungsvorschläge zu erarbeiten. Dafür sind geeignete Konzepte und Theorien auszuwählen und zur Erarbeitung von Lösungen heranzuziehen. Das Seminar vermittelt sowohl für das wissenschaftliche Arbeiten als auch für praxisorientierte Fälle die relevanten Fähigkeiten und Kenntnisse der Informationsgewinnung, der Teamarbeit und der gezielten Lösung einer ausgewählten Problemstellung aus dem Marketing. Zu den Fähigkeiten, welche im Zuge des Seminars selbstständig erlernt werden, gehören die Beschaffung der relevanten wissenschaftlichen Literatur, die Strukturierung und das Verfassen der selbstständig zu erarbeitenden Hausarbeit.	Erfolgreiche Teilnahme an einem der Module „Internationales Marketing und Marketingforschung“ oder „Vertikales Marketing in Theorie und Praxis“	Hausarbeit (3 LP) und Präsentation (3 LP)
Seminar Rechnungslegung und Unternehmensbewertung <i>Seminar on Financial Accounting and Corporate</i>	6	WP	Vertiefung	Zur Vertiefung der Veranstaltungen im Masterstudiengang sowie zur Erweiterung des Stoffgebietes werden Seminare zu speziellen und aktuellen Fragen u.a. aus den Bereichen Rechnungslegung, Unternehmensbewertung und Corporate Governance angeboten. Das Seminar wird dabei in Form eines Forschungs- und/oder Fallstudien Seminars angeboten.	Keine	Hausarbeit (3 LP) und Präsentation (3 LP)

<i>Valuation</i>				Ziel ist es, konkrete aktuelle (theoretische und/oder empirische) Problemstellungen aus den Bereichen Rechnungslegung, Unternehmensbewertung und/oder Corporate Governance zu erfassen, zu strukturieren und in Einzel- oder Gruppenarbeit zu bearbeiten. Damit sollen die Teilnehmer/-innen zugleich auf die Anfertigung einer Masterarbeit im Fach „Rechnungslegung/Unternehmensbewertung“ vorbereitet werden.		
Seminar Statistik <i>Seminar on Statistics</i>	6	WP	Vertiefung	Die Studierenden erlangen vertiefte Kenntnisse in spezifischen anwendungsorientierten Verfahren. Sie vertiefen alle Phasen statistischer Analysen von der Datenbeschaffung, der Komprimierung, der Auswertung und der Interpretation. Sie lernen statistische Konzepte auf spezifische Fragestellungen anzuwenden, Lösungsmethoden zu entwickeln und die Ergebnisse sach- und fachgerecht zu interpretieren, einem kritischen Publikum zu präsentieren und gegenüber Kritik zu verteidigen. Transferleistungen werden erwartet und gestärkt. Methodenkompetenzen im Bereich statistisch-formaler Methodik, insbes. Analysefähigkeit, Denken in Zusammenhängen und abstraktes und vernetztes Denken; Handlungskompetenzen, insbes. Problemlöse- und Transferleistungen werden vermittelt und vertieft.	Keine	Hausarbeit (4 LP) und Präsentation (2 LP)
Seminar Strategisches und Internationales Management <i>Seminar on Strategic and International Management</i>	6	WP	Vertiefung	In diesem Seminar werden ausgewählte Themen aus den Bereichen Strategie, Organisation und Internationales Management behandelt. Die Methodik des Projektseminars beinhaltet ein strukturiertes Forschungsprogramm: Ziel ist es, konkrete Problemstellungen aus dem Bereich Management zu erfassen, zu strukturieren und in Gruppen- oder Einzelarbeiten Lösungsvorschläge zu erarbeiten. Dafür sind geeignete Konzepte und Theorien auszuwählen und zur Erarbeitung von Lösungen heranzuziehen.	Erfolgreiche Teilnahme am Modul „Strategisches Management“ oder „Management Internationaler Unternehmen“	Hausarbeit (4 LP) und Präsentation (2 LP)
Seminar Strategisches und Internationales Management (Projektseminar) <i>Seminar on Strategic and International Management (Project)</i>	6	WP	Vertiefung	Dieses Seminar findet in Form eines Projektseminars statt. Dabei werden konkrete Problemstellungen aus der Praxis aufgegriffen und mit Hilfe wissenschaftlicher Methoden bearbeitet. Die Methodik des Projektseminars beinhaltet ein strukturiertes Forschungsprogramm: Ziel ist es, konkrete Problemstellungen aus dem Bereich Management zu erfassen, zu strukturieren und in Gruppen- oder Einzelarbeiten Lösungsvorschläge zu erarbeiten. Dafür sind geeignete Konzepte und Theorien auszuwählen und zur Erarbeitung von Lösungen heranzuziehen.	Erfolgreiche Teilnahme am Modul „Strategisches Management“ oder „Management Internationaler Unternehmen“	Hausarbeit (4 LP) und Präsentation (2 LP)
Seminar Technologie- und Innovationsmanagement <i>Seminar on Technology and Innovation Management</i>	6	WP	Vertiefung	Das Seminar findet in Form eines Projektseminars statt. Die Methodik beinhaltet ein strukturiertes Forschungsprogramm: Ziel ist es, konkrete innovationsbezogene Problemstellungen aus Unternehmen zu erfassen, zu strukturieren und in Gruppen- und Einzelarbeiten Lösungsvorschläge zu erarbeiten. Das Projektseminar vermittelt sowohl für wissenschaftliche Fragen als auch für praxisorientierte Problemstellungen die relevanten Fähigkeiten und Kenntnisse der Informationsgewinnung, Teamarbeit und gezielten Lösung eines ausgewählten Projektes aus dem Innovationsmanagement. Zu den Fähigkeiten, die selbstständig erlernt werden, gehören die Beschaffung relevanter Informationen, die Strukturierung der Kernfragen und die Erarbeitung konkreter Ergebnisse.	Erfolgreiche Teilnahme am Modul „Methoden und Prozesse des Innovationsmanagements“ oder „Strategisches Technologie- und Innovationsmanagement“	Hausarbeit (3 LP) und Präsentation der Ergebnisse (3 LP)
Strategisches Management <i>Strategic Management in a Globalized world</i>	6	WP	Vertiefung	Studierende sind nach der Teilnahme am Modul in der Lage, die strategische Situation von international tätigen Unternehmen zu analysieren und Unternehmens- und Wettbewerbsstrategien für diese Unternehmen zu formulieren. Vermittelt werden Theorien, Konzepte und Instrumente des strategischen Managements auf	Keine	Klausur (120 Minuten) oder Hausarbeit (3 LP)

				Unternehmens- und Geschäftsebene in einem internationalen, durch kulturelle Unterschiede geprägten Umfeld.		und Klausur (60 Minuten, 3 LP)  Notenausgleich
Strategisches Technologie- und Innovationsmanagement (studienbegleitende Variante)  <i>Strategic Management of Technology and Innovation (Case Study Version)</i>	6	WP	Vertiefung	Studierende beherrschen nach der Teilnahme am Modul die Grundlagen des Strategischen Technologiemanagements und der innovationsorientierten Unternehmensführung. Vermittelt wird ein klares Verständnis von Begriffen, Modellen und Erklärungsansätzen des strategischen Technologie- und Innovationsmanagements sowie der innovationsökonomischen Rahmenbedingungen. Durch vorlesungsbegleitende Fallstudienübungen werden Studierende überdies befähigt, selbst Technologie- und Innovationsstrategien zu entwickeln sowie Rahmenbedingungen und Determinanten des Technologie- und Innovationswettbewerbs zu analysieren.	Wird im Modul „Methoden und Prozesse des Innovationsmanagements“ die Vorlesungsvariante gewählt, muss im Modul „Strategisches Technologie- und Innovationsmanagement“ die studienbegleitende Variante gewählt werden.	Klausur (60 Minuten, 3 LP) und schriftliche Hausaufgabe (3 LP)  Studienleistungen: Präsentation und Projektarbeit.
Strategisches Technologie- und Innovationsmanagement (Vorlesungsvariante)  <i>Strategic Management of Technology and Innovation (Lecture Version)</i>	6	WP	Vertiefung	Studierende beherrschen nach der Teilnahme am Modul die Grundlagen des Strategischen Technologiemanagements und der innovationsorientierten Unternehmensführung. Vermittelt wird ein klares Verständnis von Begriffen, Modellen und Erklärungsansätzen des strategischen Technologie- und Innovationsmanagements sowie der innovationsökonomischen Rahmenbedingungen. Ferner werden den Studierenden vertiefende Kenntnisse in ausgewählten Feldern des Strategischen Technologie- und Innovationsmanagements vermittelt, bspw. im Intellectual Property Management. Durch die Vertiefung ausgewählter Felder sollen Studierende zur fachlich-kritischen und wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit TIM-Themen befähigt werden.	Wird im Modul „Methoden und Prozesse des Innovationsmanagements“ die studienbegleitende Variante gewählt, muss im Modul „Strategisches Technologie- und Innovationsmanagement“ die Vorlesungsvariante gewählt werden.	Klausur (120 Minuten) oder mündliche Prüfung
Unternehmensbesteuerung I  <i>Corporate Taxation I</i>	6	WP	Vertiefung	Das wesentliche Ziel des Moduls liegt in der Vermittlung von fundierten theoretischen, zugleich aber auch praktisch nutzbaren Kenntnissen aus dem Bereich der „Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre“, insbesondere des Steuerrechts. Die Teilnehmer/-innen sollen insbesondere die Fähigkeit erlangen, die generelle Steuerrechtssystematik zu erkennen, um auf dieser Basis zu eigenen Fortentwicklungen zu gelangen. Durch die Fokussierung auf das Verstehen von Zusammenhängen und die Verbindung von Theorie und Praxis wird eine Nachhaltigkeit der Ausbildung gewährleistet.	Keine	Klausur (120 Minuten)
Unternehmensbesteuerung II  <i>Corporate Taxation II</i>	6	WP	Vertiefung	Das wesentliche Ziel des Moduls liegt in der Vermittlung von fundierten theoretischen, zugleich aber auch praktisch nutzbaren Kenntnissen aus dem Bereich der „Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre“, insbesondere betriebswirtschaftlicher Entscheidungen/Anwendungen. Die Teilnehmer/-innen sollen insbesondere die	Keine	Klausur (120 Minuten)

				Fähigkeit erlangen, die Relevanz von Steuern für betriebliche Entscheidungen zu erkennen, um auf dieser Basis zu eigenen Fortentwicklungen und kritischen Einschätzungen zu gelangen. Durch die Fokussierung auf das Verstehen von Zusammenhängen und die Verbindung von Theorie und Praxis wird eine Nachhaltigkeit der Ausbildung gewährleistet.		
Unternehmensbewertung: Theorie und Praxis  <i>Corporate Valuation: Theoretical and Practical Aspects</i> )	6	WP	Vertiefung	Das wesentliche Ziel des Moduls liegt in der Vermittlung von fundierten theoretischen Erkenntnissen aus den Bereichen der Unternehmensbewertung. Diese erfahren eine Ergänzung durch ein Planspiel Unternehmensbewertung, das die theoretischen Erkenntnisse auf einen konkreten praktischen Fall anwendet. Durch die Fokussierung auf das Verstehen von Zusammenhängen und die Verbindung von Theorie und Praxis wird eine Nachhaltigkeit der Ausbildung gewährleistet.	Keine	Klausur (60 Minuten, 3 LP) und Hausarbeit (3 LP)  Studienleistung: Einzel- oder Gruppenpräsentation
Vertikales Marketing in Theorie und Praxis (Variante Hausarbeit)  <i>Supplier-Retailer-Relations in Theory and Practice (Term Paper Version)</i>	6	WP	Vertiefung	In diesem Modul werden folgende Bereiche des Vertikalen Marketings vertieft: Konzeption, Elemente und rechtliche Grundlagen, Markenpolitik im vertikalen Marketing, Efficient Consumer Response: Supply Chain Management, Category Management, Relevanz von E-Business im vertikalen Marketing. Die Studierenden des Moduls sollen zur Ausübung eines Berufes als Fach- und Führungskraft auf allen Ebenen eines Unternehmens, insbesondere in Marketing, Vertrieb, Internationales Marketing, Marktforschung, Produkt-, Key Account- und Category Management und zu selbstständigem wissenschaftlichen Arbeiten befähigt werden.	Keine	Klausur (60 Minuten, 3 LP) und Hausarbeit (3 LP)  Voraussetzung für den erfolgreichen Modulabschluss ist das Bestehen der Klausur.  Notenausgleich
Vertikales Marketing in Theorie und Praxis (Variante Klausur)  <i>Supplier-Retailer-Relations in Theory and Practice (Lecture Version)</i>	6	WP	Vertiefung	In diesem Modul werden folgende Bereiche des Vertikalen Marketings vertieft: Konzeption, Elemente und rechtliche Grundlagen, Markenpolitik im vertikalen Marketing, Efficient Consumer Response: Supply Chain Management, Category Management, Relevanz von E-Business im vertikalen Marketing, Grundzüge der strategischen und operativen Unternehmensführung von FMCG-Unternehmen und aktuelle Entwicklungen in der Praxis des Textilhandels. Die Studierenden des Moduls sollen zur Ausübung eines Berufes als Fach- und Führungskraft auf allen Ebenen eines Unternehmens, insbesondere in Marketing, Vertrieb, Internationales Marketing, Marktforschung, Produkt-, Key Account- und Category Management und zu selbstständigem wissenschaftlichen Arbeiten befähigt werden.	Keine	Klausur (120 Minuten)
Vertikales Marketing in Theorie und Praxis (Variante Planspiel)  <i>Supplier-Retailer-Relations in Theory and Practice (Case Study Version)</i>	6	WP	Vertiefung	In diesem Modul werden folgende Bereiche des Vertikalen Marketings vertieft: Konzeption, Elemente und rechtliche Grundlagen, Markenpolitik im vertikalen Marketing, Efficient Consumer Response: Supply Chain Management, Category Management, Relevanz von E-Business im vertikalen Marketing, Internationales Konsumgüter-Marketing. Die Studierenden des Moduls sollen zur Ausübung eines Berufes als Fach- und Führungskraft auf allen Ebenen eines Unternehmens, insbesondere in Marketing, Vertrieb, Internationales Marketing, Marktforschung, Produkt-, Key Account- und Category Management und zu selbstständigem wissenschaftlichen Arbeiten befähigt werden.	Keine	Klausur (120 Minuten)

				werden.		
Wirtschaftsinformatik – Daten- und Informationsmanagement <i>Information Systems – Data and Information Management</i>	6	WP	Vertiefung	Die Studierenden kennen die Probleme und Lösungsansätze des Managements der Informationsfunktion im Unternehmen. Sie können Datenbankentwürfe vornehmen und interaktiv Datenbanken abfragen.	Keine	Klausur (120 Minuten)
Wirtschaftsinformatik – E-Business <i>Information Systems – E-Business</i>	6	WP	Vertiefung	Studierende kennen die Grundlagen der Technologien für Electronic Business (EB) und ihren Einsatz entlang der Wertschöpfungskette. Hinsichtlich der weiteren Inhalte besteht eine Wahlmöglichkeit. Entweder bearbeiten die Studierenden aufbauend auf den Kenntnissen aus der Vorlesung „Electronic Business“ die Nutzung des Internets für Marketingzwecke im Detail oder erlernen alternativ im Rahmen einer Übung grundlegende Konzepte für die Programmierung interaktiver Websites.	Keine	2 Klausuren (je 60 Minuten, je 3 LP)  Notenausgleich
Decision Support Systems	6	WP	Vertiefung	Das Modul behandelt den Aufbau und die Nutzung rechnergestützter Systeme zur Unterstützung von einzelnen Entscheidungsträgern (Decision Support Systems, DSS) sowie Gruppen- und Organisationsentscheidungen (GDSS, ODSS) auf der operativen, taktischen oder strategischen Entscheidungsebene (Executive Information Systems, EIS). Der Entscheidungsprozess kann auch mit Hilfe von wissensbasierten Systemen (Expertensystemen) oder anderen Verfahren der künstlichen Intelligenz (z.B. Neuronale Netze) unterstützt werden. Die Wissensentdeckung in großen Datenbeständen (Data Mining) wird ebenfalls besprochen. Studierende kennen ausgewählte Verfahren und Informationssysteme zur Entscheidungsunterstützung. Durch die Hausarbeit erwerben die Studierenden darüber hinaus praktische Erfahrungen im wissenschaftlichen Schreiben.	Keine	Klausur (120 Minuten)
Dynamische Optimierung <i>Dynamic Optimization</i>	6	WP	Vertiefung	Fast alle ökonomischen Modelle beruhen letztendlich auf der abstrakten Lösung eines mathematischen Optimierungsproblems, häufig aus dem Bereich der dynamischen Optimierung. Für Verständnis der wissenschaftlichen Literatur, die Herleitung von Implikationen aus bestehenden Modellen sowie die Übertragbarkeit der Modelle auf modifizierte Situationen erscheinen die Kenntnisse der verwendeten mathematischen Methoden und Theorien, etwa Kontrolltheorie und dynamische Programmierung, unerlässlich. In diesem Modul wird zum Einstieg zunächst die statische Optimierung unter Gleichungsrestriktionen rekapituliert (Lagrange) und auf Ungleichungsrestriktionen erweitert (Kuhn-Tucker). Der Rest der Veranstaltung beschäftigt sich mit dynamischer Optimierung, zunächst im Rahmen der klassischen Variationsrechnung (Euler), dann im Rahmen moderner Kontrolltheorie unter Verwendung des Maximumprinzips (Pontrjagin). Die dynamische Programmierung (Bellman) wird zum einfacheren Verständnis zunächst in diskreter Zeit für deterministische Fragestellungen behandelt. Am Ende der Veranstaltung werden Anwendungen des Bellman-Prinzips in stetiger Zeit und unter Unsicherheit behandelt, wie sie bei amerikanischen Optionen auf den Finanzmärkten und in der Realoptionstheorie (Dixit-Pindyck) auftreten. Die grundlegenden mathematischen Techniken (gewöhnliche Differentialgleichungen, stochastische Differentialgleichungen) werden rudimentär eingeführt. Es wird angestrebt, jede der behandelten mathematischen Theorien durch wenigstens eine	Keine	Klausur (120 Minuten)

				ökonomische Anwendung zu illustrieren und zu vertiefen. Das Modul soll die Teilnehmer in die Lage versetzen, ökonomische Modelle, die auf Theorien der dynamischen Optimierung beruhen, zu verstehen, eigenständig hinsichtlich ihrer Implikationen zu analysieren sowie auf neue Fragestellungen anzuwenden.		
Evolutionäre Spieltheorie <i>Evolutionary Game Theory</i>	6	WP	Vertiefung	Inhaltlich: Vermittlung eines grundlegenden Verständnisses des Begriffs einer evolutionär stabilen Strategie, Zusammenhang mit Nash-Gleichgewichtsbegriff, Anwendungen wie Sex-Ratio, Hawk-Dove, Gefangenendilemma usw.  Methodisch: Handhabung verschiedener Gleichgewichtsbegriffe der Spieltheorie. Behandlung dynamischer Probleme (zeitdiskret, zeitstetig).	Keine	Klausur (120 Minuten)
Mikroökonomie <i>Microeconomics</i>	6	WP	Vertiefung	In der Vorlesung soll die erforderliche Methodenkompetenz, um empirische Studien kritisch lesen und beurteilen zu können, vermittelt werden. In der Übung soll die Handhabung des Programmpakets STATA sowie die eigenständige Erstellung empirischer Analysen erlernt werden.	Keine	Bestehen von 8 der 10 ausgegebenen Worksheets (6 LP) (Notenbildung: das arithmetische Mittel der 8 besten Worksheets) oder Klausur (120 Minuten)
Ökonometrie <i>Introductory Econometrics</i>	6	WP	Vertiefung	Studierenden werden Methoden- und Anwendungskompetenzen im Bereich statistischer Analyseverfahren, speziell im Bereich der ökonometrischen Methoden vermittelt. Behandelt wird das lineare Modell. Grundlegende Begrifflichkeiten werden eingeführt, Modellannahmen, die KQ-Schätzung und Möglichkeiten der Modellanpassung und Modellprüfung diskutiert, Tests auf Annahmeverletzungen vorgestellt und Möglichkeiten zum Umgang mit Annahmeverletzungen erläutert. Das Modul stärkt die methodischen Kompetenzen im Bereich der Quantitativen Methoden, insbes. im Bereich der ökonometrischen Analyseverfahren. Die Studierenden erlernen den sach- und fachgerechten Umgang mit dem linearen Modell. Sie verstehen, wie geeignete Modelle aufgebaut, überprüft und beurteilt werden können und wie die Schätzergebnisse zu interpretieren sind. Besonderer Wert wird auf eine kritische Methodendiskussion gelegt, die für ein umfassendes Verständnis und eine korrekte Interpretation der Ergebnisse unumgänglich ist. Die Studierenden lernen auch, wie allgemeine statistische Konzepte eingesetzt werden, um die Verwendung der eingesetzten Methoden zu begründen.	Keine	Klausur (120 Minuten)
Problemsolving and Communication	6	WP	Vertiefung	Das Modul Problemlösung und Kommunikation vermittelt Studierenden die Fähigkeit, wissenschaftliche Problemstellungen zu identifizieren, zu strukturieren, zu analysieren und Problemlösungen in unterschiedlicher Form zu kommunizieren.	Keine	Mündliche Prüfung oder Präsentation (6 LP)
Quantitative Methods in Empirical Finance	6	WP	Vertiefung	Ziel dieses Moduls ist es, die teilnehmenden Studierenden zu eigenständiger wissenschaftlicher Arbeit im Bereich der empirischen Kapitalmarktforschung zu befähigen. Anhand ausgewählter finanzwirtschaftlicher Fragestellungen werden ökonometrische und statistische Methoden vorgestellt. Parallel dazu wenden die Studierenden diese Methoden unter Zuhilfenahme des Softwarepakets STATA auf empirische Daten an. Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Moduls erwerben dadurch Kompetenzen, die in quantitativ ausgerichteten Seminaren, empirischen	Keine	Klausur (120 Minuten)

				Abschlussarbeiten und in der Finanzpraxis benötigt werden.		
Vertiefung Quantitativer und Statistischer Methoden a <i>Advanced Quantitative and Statistical Methods a</i>	6	WP	Vertiefung	Studierenden werden Methoden- und Anwendungskompetenzen im Bereich statistischer Analyseverfahren vermittelt. In diesem Modul werden spezifische, vertiefende, anwendungsorientierte statistische Verfahren behandelt. Diese können u.a. dem Bereich der multivariaten statistischen Verfahren, ökonometrischen Verfahren, der Stichprobentheorie, aber auch aus dem Bereich des Operations Research entstammen. Das Modul stärkt die methodischen Kompetenzen im Bereich der Quantitativen Methoden, insbes. im Bereich der statistischen Analyseverfahren. Die Studierenden erlangen vertiefende Kenntnisse in spezifischen anwendungsorientierten Verfahren. Sie lernen, statistische Konzepte auf spezifische Fragestellungen anzuwenden, Lösungsmethoden zu entwickeln und die Ergebnisse sach- und fachgerecht zu interpretieren. Sie verstehen die Bedeutung und Notwendigkeit der getroffenen Annahmen, erkennen Konsequenzen von Annahmeverletzungen und erlernen Möglichkeiten, Annahmeverletzungen durch Verfahrensmodifikationen zu berücksichtigen. Transferleistungen werden erwartet und gestärkt.	Keine	Klausur (120 Minuten)
Vertiefung Quantitativer und Statistischer Methoden b <i>Advanced Quantitative and Statistical Methods b</i>	6	WP	Vertiefung	Studierenden werden Methoden- und Anwendungskompetenzen im Bereich statistischer Analyseverfahren vermittelt. In diesem Modul werden spezifische, vertiefende, anwendungsorientierte statistische Verfahren behandelt. Diese können u.a. dem Bereich der multivariaten statistischen Verfahren, ökonometrischen Verfahren, der Stichprobentheorie, aber auch aus dem Bereich des Operations Research entstammen. Das Modul stärkt die methodischen Kompetenzen im Bereich der Quantitativen Methoden, insbes. im Bereich der statistischen Analyseverfahren. Die Studierenden erlangen vertiefende Kenntnisse in spezifischen anwendungsorientierten Verfahren. Sie lernen, statistische Konzepte auf spezifische Fragestellungen anzuwenden, Lösungsmethoden zu entwickeln und die Ergebnisse sach- und fachgerecht zu interpretieren. Sie verstehen die Bedeutung und Notwendigkeit der getroffenen Annahmen, erkennen Konsequenzen von Annahmeverletzungen und erlernen Möglichkeiten, Annahmeverletzungen durch Verfahrensmodifikationen zu berücksichtigen. Transferleistungen werden erwartet und gestärkt.	Keine	Klausur (120 Minuten)
Vertiefung Quantitativer und Statistischer Methoden c <i>Advanced Quantitative and Statistical Methods c</i>	6	WP	Vertiefung	Studierenden werden Methoden- und Anwendungskompetenzen im Bereich statistischer Analyseverfahren vermittelt. In diesem Modul werden spezifische, vertiefende, anwendungsorientierte statistische Verfahren behandelt. Diese können u.a. dem Bereich der multivariaten statistischen Verfahren, ökonometrischen Verfahren, der Stichprobentheorie, aber auch aus dem Bereich des Operations Research entstammen. Das Modul stärkt die methodischen Kompetenzen im Bereich der Quantitativen Methoden, insbes. im Bereich der statistischen Analyseverfahren. Die Studierenden erlangen vertiefende Kenntnisse in spezifischen anwendungsorientierten Verfahren. Sie lernen, statistische Konzepte auf spezifische Fragestellungen anzuwenden, Lösungsmethoden zu entwickeln und die Ergebnisse sach- und fachgerecht zu interpretieren. Sie verstehen die Bedeutung und Notwendigkeit der getroffenen Annahmen, erkennen Konsequenzen von Annahmeverletzungen und erlernen Möglichkeiten, Annahmeverletzungen durch Verfahrensmodifikationen zu berücksichtigen. Transferleistungen werden erwartet und gestärkt.	Keine	Klausur (120 Minuten)
Wahrscheinlichkeitstheorie und Statistik für	6	WP	Vertiefung	Studierenden werden Methoden- und Anwendungskompetenzen im Bereich statistischer Analyseverfahren vermittelt. In diesem Modul werden grundlegende	Keine	Klausur (120 Minuten)

Fortgeschrittene <i>Probability Theory and Advanced Statistics</i>				wahrscheinlichkeitstheoretische und statistische Konzepte sowie das dafür notwendige mathematische Handwerkszeug vermittelt. Dabei werden Methoden zur Bestimmung der Wahrscheinlichkeitsverteilung von Funktionen von Zufallsvariablen erlernt, es werden verschiedene Grenzwertkonzepte gegenüber gestellt, Methoden der Parameterschätzung vorgestellt, Gütekriterien diskutiert und Optimalitätsüberlegungen behandelt. Alle diese Konzepte und Verfahren werden an Beispielen veranschaulicht und eingeübt. Das Modul stärkt die methodischen Kompetenzen im Bereich der Quantitativen Methoden, insbes. im Bereich der statistischen Analyseverfahren. Den Studierenden werden Kenntnisse grundlegender Konzepte der Wahrscheinlichkeitstheorie und Statistik, die in einführenden Veranstaltungen vorgestellt wurden, vermittelt. Sie verstehen, wie diese Verfahren entwickelt werden können, welche Annahmen nötig sind und warum diese benötigt werden, wie die Güte von statistischen Verfahren beurteilt werden kann und warum daher bestimmte Verfahren in empirischen Untersuchungen so häufig eingesetzt werden. Besonderer Wert wird auch auf eine kritische Methodendiskussion gelegt, die für ein umfassendes Verständnis und eine korrekte Interpretation der Ergebnisse unumgänglich ist. Transferleistungen werden erwartet.		
Zeitreihen-Ökonometrie <i>Econometrics of Time Series</i>	6	WP	Vertiefung	Die Veranstaltung gliedert sich in drei etwa gleichlange Phasen. Um auch Studierenden mit geringen ökonometrischen Vorkenntnissen die Teilnahme zu ermöglichen, wird im ersten Teil das grundlegende ökonometrische Modell und dessen Schätzung anhand von Querschnittsdaten rekapituliert. Die Schwerpunkte dabei liegen auf Interpretation und kritischer Hinterfragung der Schätzung (Tests auf und Implikationen von Annahmeverletzungen) sowie Flexibilität bei der Modellspezifikation und den statistischen Tests. Die Exogenitätsproblematik wird explizit adressiert. Der zweite Teil behandelt klassische Themen der Zeitreihenanalyse, wie ARMA-Modelle, Stationarität, Unit-Root-Tests, Fehlerterm-Heteroskedastie und -Autokorrelation. Der dritte Teil schließlich beschäftigt sich mit fortgeschrittenen Themen der Zeitreihen-Ökonometrie, wie ARCH-GARCH-Modellen, Vektorautoregressiven Modellen und Kointegrationstheorie. Ein wesentlicher Bestandteil der Veranstaltung sind wöchentliche Übungsaufgaben, in denen die Teilnehmer ökonomische Fragestellungen anhand realer empirischer Daten mit Hilfe einer Ökonometrie-Software untersuchen. Das Modul soll die Teilnehmer in die Lage versetzen, eigenständig ökonometrische Untersuchungen anhand von empirischen Daten, etwa im Rahmen einer Masterarbeit, mittels einer entsprechenden Software durchzuführen. Es soll insbesondere die Abbildung ökonomischer Fragestellungen auf Hypothesen im Rahmen eines Regressionsmodells, Flexibilität bei der Modellspezifikation sowie die korrekte Interpretation und kritische Hinterfragung der Ergebnisse erlernt und geübt werden. Gerade bei Zeitreihen treten oft Verletzungen der klassischen Regressionsannahmen auf. Andererseits besteht hier auch eine größere Flexibilität hinsichtlich der Modellspezifikation und der Wahl der Schätzmethode. Die Teilnehmer sollen in die Lage versetzt werden, die Annahmeverletzungen mit statistischen Tests zu identifizieren, die Implikationen einzuschätzen und ggf. veränderte Modellspezifikationen oder Schätzmethoden, die mittlerweile zum Standard-Repertoire der Ökonometrie zählen, einzusetzen.	Keine	Bestehen von 8 der 10 ausgegebenen Worksheets (6 LP) (Notenbildung: das arithmetische Mittel der 8 besten Worksheets) oder Klausur (120 Minuten,)
Gesundheitsmanagement	6	WP	Vertiefung	Studierenden werden Methoden und Anwendungskompetenzen anderer (Teil-	Keine	Klausur (60

<i>Health Care Management</i>				)Disziplinen vermittelt, wodurch den Studierenden Verknüpfungsmöglichkeiten der Speziellen Betriebswirtschaftslehre mit den Fragen und Methoden anderer (Teil-)Disziplinen aufgezeigt werden. Zudem werden die Studierenden auf die Arbeit in interdisziplinären Teams vorbereitet und sind somit unmittelbar berufsqualifizierend.		Minuten, 3 LP) und Hausarbeit (3 LP)  Voraussetzung für den erfolgreichen Modulabschluss ist das Bestehen der Klausur.
Schlüsselqualifikationen <i>Key Qualifications</i>	6	WP	Profil	Studierenden werden überfachliche und berufsfeldorientierte Kompetenzen vermittelt. Die Schlüsselqualifikationen fördern effektives Lernen und bilden gleichzeitig ein solides Fundament für lebenslange Weiterbildung im Beruf. Ferner werden die Studierenden dazu befähigt, im Laufe ihres späteren Arbeitslebens flexibel auf unterschiedliche berufliche Anforderungen zu reagieren und adäquat mit ihnen umzugehen.	Keine	Unbenotet.  Das Veranstaltungsangebot und die damit verbundenen Voraussetzungen zur Vergabe von LP werden vor jedem Semester in geeigneter Weise bekannt gegeben.
Masterarbeit <i>Master Thesis</i>	30	PF	Abschluss	Die Masterarbeit soll zeigen, dass die oder der Studierende in der Lage ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein abgegrenztes Problem aus dem Gegenstandsbereich ihres oder seines Studiengangs selbstständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten und darzustellen. Die Bearbeitungszeit beträgt 6 Monate.	Mindestens 36 LP in den Vertiefungsmodulen der SBWL, wobei eines der Module ein Seminar beinhalten muss, mindestens 24 LP im gewählten Schwerpunkt sowie Methodenmodule im Umfang von 6 LP.	Masterarbeit

Anlage 4 wird geändert und erhält folgende Fassung:

## Anlage 4: Exportmodule

Folgende Module können auch im Rahmen anderer Studiengänge absolviert werden, soweit dies mit dem Fachbereich bzw. den Fachbereichen vereinbart ist, in dessen/deren Studiengang bzw. Studiengängen diese Module wählbar sind.

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>LP</b>
Advanced Management Accounting I: Value-based Management	6
Advanced Management Accounting II: Managerial Decision Making under Uncertainty	6
Asset Pricing Theory/Capital Market Theory	6
Behavioral Finance	6
Business Model Innovation	6
Internationales Marketing und Marketingforschung	6
Logistik a	6
Logistik b	6
Management Internationaler Unternehmen	6
Methoden und Prozesse des Innovationsmanagements (studienbegleitende Variante)	6
Methoden und Prozesse des Innovationsmanagements (Vorlesungsvariante)	6
Projektphase Accounting and Finance: Case Study	6
Projektphase Accounting and Finance: Hausarbeit	6
Projektphase Accounting and Finance: Präsentation	6
Rechnungslegung I_Konzepte & Internationales	6
Rechnungslegung II – Bewertung & Governance	6
Rechnungslegung III – Ausgewählte Fragen	6
Selected Problems in Banking and Finance/Banking	6
Seminar Advanced Management Accounting	6
Seminar E-Business and Business Model Innovation	6
Seminar Finanzierung und Banken	6
Seminar Rechnungslegung und Unternehmensbewertung	6
Strategisches Management	6
Strategisches Technologie- und Innovationsmanagement (studienbegleitende Variante)	6
Strategisches Technologie- und Innovationsmanagement (Vorlesungsvariante)	6

Unternehmensbesteuerung I	6
Unternehmensbesteuerung II	6
Unternehmensbewertung: Theorie und Praxis	6
Vertikales Marketing in Theorie und Praxis (Variante Hausarbeit)	6
Vertikales Marketing in Theorie und Praxis (Variante Klausur)	6
Vertikales Marketing in Theorie und Praxis (Variante Planspiel)	6
Wirtschaftsinformatik – Daten und Informationsmanagement	6
Wirtschaftsinformatik – E-Business	6
Decision Support Systems	6
Dynamische Optimierung	6
Evolutionäre Spieltheorie	6
Mikroökonomie	6
Ökonometrie	6
Problemsolving and Communication	6
Quantitative Methods in Empirical Finance	6
Vertiefung Quantitativer und Statistischer Methoden a	6
Vertiefung Quantitativer und Statistischer Methoden b	6
Vertiefung Quantitativer und Statistischer Methoden c	6
Wahrscheinlichkeitstheorie und Statistik für Fortgeschrittene	6
Zeitreihen-Ökonometrie	6
Gesundheitsmanagement	6

## **Anlage 5: Besondere Zugangsvoraussetzungen und Eignungsfeststellungsverfahren**

### **§ 1 Besondere Zugangsvoraussetzungen**

(1) Zum Masterstudiengang „Betriebswirtschaftslehre / Business Administration“ kann nur zugelassen werden, wer neben den Zugangsvoraussetzungen des § 4 Abs. 1 und 2 der Masterordnung folgende besondere Zugangsvoraussetzungen erfüllt:

- Im absolvierten Studiengang müssen mindestens 90 Leistungspunkte in wirtschaftswissenschaftlichen Fächern sowie den zugehörigen Hilfswissenschaften, die Methodenkompetenz vermitteln (z. B. Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Statistik), erbracht worden sein.
- Nachweis über Methodenkompetenz in Form von mindestens 15 Leistungspunkten aus dem Bereich Mathematik, Statistik, Operations Research, Ökonometrie oder empirische Wirtschaftsforschung. Von diesen 15 Leistungspunkten müssen mindestens 5 in Mathematik und mindestens 5 in Statistik erbracht worden sein.

(2) Darüber hinaus müssen die Bewerberinnen und Bewerber die persönliche fachbezogene Eignung im Rahmen eines nach den folgenden Vorgaben durchzuführenden Eignungsfeststellungsverfahrens nachgewiesen haben.

### **§ 2 Antrag auf Teilnahme am Eignungsfeststellungsverfahren**

(1) Der Antrag ist auf dem von der Universität vorgesehenen Formular form- und fristgerecht zu stellen. Dem Antrag sind folgende Unterlagen beizufügen:

1. Nachweis über ein abgeschlossenes Bachelor-Studium oder einen mindestens gleichwertigen in- oder ausländischen Hochschulabschluss bzw. Nachweis der vorläufigen Gesamtnote aus den bis dahin erbrachten Leistungen gemäß § 4 Abs. 1 der Masterordnung.
2. Nachweis über grundlegende ökonomische Kenntnisse mit wirtschaftswissenschaftlichem Schwerpunkt, sowie Methodenkompetenz gemäß § 1 Abs. 1.
3. Nachweis über Kenntnisse der englischen Sprache gemäß Sprachniveau B2 des „Gemeinsamen europäischen Referenzrahmens für Sprachen des Europarates“.
4. Tabellarischer Lebenslauf.
5. Schreiben im Umfang von ca. 2 DIN-A 4-Seiten, in dem die Bewerberin/der Bewerber ihre/seine fachbezogene Eignung darlegt und besonders erläutert, welche der betriebswirtschaftlichen Schwerpunkte die Bewerberin/der Bewerber im Masterstudium der Betriebswirtschaftslehre/Business Administration wählen möchte.
6. Gegebenenfalls Nachweise zu den unter Nr. 5 genannten Eignungsgründen.

### **§ 3 Eignungsfeststellungskommission**

(1) Die Durchführung des Eignungsfeststellungsverfahrens zur Feststellung der persönlichen fachbezogenen Eignung obliegt der vom Fachbereichsrat bestellten Eignungsfeststellungskommission.

(2) Die Kommission setzt sich aus mindestens zwei Professorinnen/Professoren zusammen.

(3) Die Eignungsfeststellungskommission berichtet dem Fachbereichsrat des Fachbereiches nach Abschluss des Verfahrens über die Erfahrungen und macht Vorschläge für die Weiterentwicklung des Verfahrens.

### **§ 4 Eignungsfeststellungsverfahren**

(1) Am Eignungsfeststellungsverfahren nimmt teil, wer einen Antrag nach Maßgabe des § 2 gestellt hat. Bewerbungen, die nicht vollständig, form- oder fristgerecht eingehen, nehmen nicht am Eignungsfeststellungsverfahren teil.

(2) Die Feststellung der Eignung erfolgt aufgrund folgender Kriterien:

a) Gesamtnote gemäß § 4 Abs. 1 der Masterordnung, wobei für die Gesamtnote in folgender Weise Punkte vergeben werden:

13 bis 15 Notenpunkte = 4 Punkte

11,3 bis 12,9 Notenpunkte = 3 Punkte

9,5 bis 11,2 Notenpunkte = 2 Punkte

8,6 bis 9,4 Notenpunkte = 1 Punkt

Die Angaben beruhen auf der Notenskala nach § 28 Allgemeine Bestimmungen der Philipps-Universität Marburg.

b) Leistungspunkte im anvisierten Schwerpunkt<sup>2</sup>

Es können maximal 3 Punkte erreicht werden. Diese Punkte setzen sich zusammen aus Leistungspunkten im anvisierten Schwerpunkt, erworbener Berufserfahrung, einem Doppelstudium oder einem Auslandsstudium.

Die Anzahl der Leistungspunkte im anvisierten Schwerpunkt ergibt maximal 3 Punkte. Für erworbene Berufserfahrung kann 1 Punkt, für ein Doppelstudium 1 Punkt, für ein Auslandsstudium 1 Punkt vergeben werden. Dabei ist die Anrechnung für erworbene Berufserfahrung, ein Doppelstudium oder ein Auslandsstudium zusammen auf maximal 1 Punkt beschränkt. Wurden zudem bereits 3 Punkte für Leistungspunkte im anvisierten Schwerpunkt erzielt, werden keine weiteren Punkte für Berufserfahrung, Doppelstudium und Auslandsstudium vergeben.

- Anzahl der Leistungspunkte im anvisierten Schwerpunkt

Der anvisierte Schwerpunkt ist der Schwerpunkt, der im Motivationsschreiben genannt wird. Wählbare Schwerpunkte sind „Accounting and Finance“, „Marktorientierte Unternehmensführung“ oder „Innovation und Information“ gemäß § 6 Abs. 3 der Masterordnung. Bei der Ermittlung der Anzahl der Leistungspunkte werden nur Leistungspunkte fortgeschrittener Veranstaltungen berücksichtigt, nicht aber Grundlagenveranstaltungen. Punkte werden wie folgt vergeben:

30 oder mehr Leistungspunkte = 3 Punkte

24 bis 29 Leistungspunkte = 2 Punkte

18 bis 23 Leistungspunkte = 1 Punkt

- Berufserfahrung

Berufserfahrung ist definiert als im Anschluss an das Bachelor-Studium erworbene Berufserfahrung im Umfang von mindestens 6 Monaten. Praktika und Werkstudententätigkeiten werden dabei nicht berücksichtigt.

- Doppelstudium

Doppelstudium ist definiert als ein zeitlich parallel zum wirtschaftswissenschaftlichen Studium absolvierter und abgeschlossener Studiengang.

- Auslandsstudium

Auslandsstudium bedeutet ein mindestens einsemestriges Studium. Ein bloßer Aufenthalt im Ausland wird nicht anerkannt.

c) Leistungspunkte in Methoden (maximal 2 Punkte)

Wurden in den Bereichen Mathematik, Statistik, Operations Research, Ökonometrie oder empirische Wirtschaftsforschung mehr Leistungspunkte erworben als in § 1 Abs. 1 spezifiziert, werden zusätzlich Punkte für die Leistungspunkte in Methoden wie folgt vergeben:

20 oder mehr Leistungspunkte = 2 Punkte

16 bis 19 Leistungspunkte = 1 Punkt

d) Motivationsschreiben (maximal 1 Punkt)

---

<sup>2</sup> Die verbindliche Schwerpunktwahl erfolgt während des Studiums. Die Angabe im Rahmen des Eignungsfeststellungsverfahrens stellt keine verbindliche Schwerpunktwahl dar.

In dem Motivationsschreiben mit zugehörigem Lebenslauf soll die Bewerberin/der Bewerber ihre/seine fachbezogene und persönliche Eignung darlegen und ihre/seine Motivation für die Aufnahme eines Studiums des Master of Science in Betriebswirtschaftslehre am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Philipps-Universität Marburg mit dem anvisierten Schwerpunkt („Accounting and Finance“, „Marktorientierte Unternehmensführung“ oder „Innovation und Information“) (§ 6 Abs. 3 der Masterordnung) begründen.

(3) Als geeignet gelten Bewerberinnen und Bewerber, die im Eignungsfeststellungsverfahren mindestens 7 Punkte erreicht haben.

(4) Über die wesentlichen Kriterien, die zum Ergebnis des Eignungsfeststellungsverfahrens geführt haben, ist ein Kurzprotokoll zu erstellen.

#### **§ 5 Abschluss des Verfahrens**

(1) Bewerberinnen und Bewerber, die zugelassen werden, erhalten von der Universität einen schriftlichen Zulassungsbescheid. In diesem wird eine Frist festgelegt, innerhalb derer die Bewerberin oder der Bewerber sich einzuschreiben hat. Erfolgt die Einschreibung nicht fristgerecht, wird der Zulassungsbescheid unwirksam.

(2) Bewerberinnen und Bewerber, die nicht zugelassen werden, erhalten einen Ablehnungsbescheid. Abgelehnte Bewerberinnen und Bewerber können sich noch zweimal für die Teilnahme am Eignungsfeststellungsverfahren bewerben.

## **Artikel 2**

Diese Änderungssatzung gilt ab Wintersemester 2015/2016 für alle Studierenden, die im Masterstudiengang „Betriebswirtschaftslehre / Business Administration“ mit dem Abschluss „Master of Science (M.Sc.)“ nach der Prüfungsordnung vom 29. August 2011 (Amtliche Mitteilungen der Philipps-Universität Marburg 59/2011) in der Fassung der ersten Änderungssatzung vom 24. Oktober 2012 (Amtliche Mitteilungen der Philipps-Universität Marburg 45/2012) sowie der zweiten Änderungssatzung vom 5. Juni 2013 (Amtliche Mitteilungen der Philipps-Universität Marburg 41/2013) an der Philipps-Universität Marburg studieren.

Abgeschlossene und laufende Modulprüfungsverfahren werden nicht berührt; Module, die vor dem Wintersemester 2015/2016 begonnen wurden, sind nach der Ordnung vom 29. August 2011 in der Fassung der ersten Änderungssatzung vom 24. Oktober 2012 sowie der zweiten Änderungssatzung vom 5. Juni 2013 abzuwickeln.

Die Änderung tritt am Tag nach ihrer Veröffentlichung in den Amtlichen Mitteilungen der Philipps-Universität Marburg in Kraft.

Marburg, den 31.03.2015

gez.  
Prof. Dr. Sascha Mölls  
Dekan des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften  
der Philipps-Universität Marburg

**In Kraft getreten am: 15.04.2015**