



Otto-Friedrich Universität Bamberg

Modulhandbuch

Master Internationale BWL PO 2010

Sozial- und Wirtschaftswissenschaften

Gemäß der geltenden Fassung der Prüfungs- und Studienordnung für den Bachelorstudiengang und den Masterstudiengang Internationale Betriebswirtschaftslehre an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg vom 1. Dezember 2010. Gültig ab dem Wintersemester 2019/20.

Hinweis zur Weitergeltung älterer Fassungen eines Modulhandbuchs:

1. Geltungsbeginn

Die im vorliegenden Modulhandbuch enthaltenen Modulbeschreibungen gelten erstmals für das Semester, das auf dem Deckblatt angegeben ist.

2. Übergangsbestimmung

a. Studierende, die gemäß bisher geltendem Modulhandbuch ein Modul bereits in Teilen absolviert haben (vgl. Nr. 2b), schließen das Modul nach der bisher geltenden Fassung des Modulhandbuchs ab.

Diese Übergangsbestimmung gilt ausschließlich für den dem versäumten/nicht bestandenen/nicht absolvierten regulären Prüfungstermin unmittelbar folgenden Prüfungstermin. Auf Antrag der oder des Studierenden kann der Prüfungsausschuss in begründeten Fällen eine Verlängerung der Übergangsfrist festlegen.

b. Ein Modul ist in Teilen absolviert, wenn die Modulprüfung nicht bestanden oder versäumt wurde. Gleiches gilt für den Fall, dass zumindest eine Modulteilprüfung bestanden, nicht bestanden oder versäumt wurde.

Ferner gilt ein Modul als in Teilen absolviert, sofern sich die oder der Studierende gemäß bisher geltendem Modulhandbuch zu einer dem jeweiligen Modul zugeordneten Lehrveranstaltung angemeldet hat.

3. Geltungsdauer

Das Modulhandbuch gilt bis zur Bekanntgabe eines geänderten Modulhandbuchs auch für nachfolgende Semester.

Module

BFC-M-01: Financial Innovation.....	8
BFC-M-02: International Finance.....	10
BFC-M-03: Fixed Income Instruments.....	12
BFC-M-04: Forschungsfragen im Banking und Finanzcontrolling.....	14
BSL-M-02: Internationale Unternehmensbesteuerung II: Besteuerung internationaler Unternehmensaktivitäten.....	16
BSL-M-09: Internationale Steuerplanung.....	18
Ethik-M-01: Grundlagen der Wirtschaftsethik.....	20
Fin-M-03: Kapitalstruktur und Unternehmensbewertung.....	22
Fin-M-06: Empirische und experimentelle Finanzmarktforschung.....	25
IRWP-M-02: Rechnungslegung nach IFRS - Vertiefung.....	29
IRWP-M-04: Forschungsseminar zur Internationalen Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung.....	30
IRWP-M-08: Advanced International Financial Reporting.....	32
Inno-M-02: Innovation und Kollaboration: Management von intra- und interorganisationalen Innovationsschnittstellen.....	34
Inno-M-03: Implementation and Diffusion of Innovations.....	37
Inno-M-05: Research Seminar on International Innovation Strategies.....	39
Inno-M-08: Strategisches Technologiemanagement.....	41
Mast-M-03: Masterarbeit.....	44
Org-M-02: Internationalisierung von Organisationen.....	46
Org-M-05: Corporate Strategy and Growth.....	48
Org-M-06: Strategic Renewal and Organizational Transformation.....	50
Org-M-08: Qualitative methodology in strategy and organization research.....	52
PM-M-02: The Future of Work.....	54
PM-M-03: International Dimensions of Human Resource Management.....	56
PM-M-04: Forschungsseminar Personalmanagement.....	58
PM-M-06: Change Management.....	60
PM-M-08: Strategisches Personalmanagement.....	62
PM-M-09: Präsentation und Moderation.....	64
PM-M-10: Leadership and Management Development.....	66

Inhaltsverzeichnis

PM-M-11: European Human Resource Management Programme I.....	69
PM-M-12: European Human Resource Management Programme II.....	71
PuL-M-01: Operations Management.....	73
PuL-M-02: Supply Chain Management.....	75
PuL-M-06: Seminar Supply Chain Management II.....	77
SCM-M-04: Management von Logistik-Dienstleistungen in der Supply Chain.....	78
UFC-M-04: Internationales Controlling.....	80
UFC-M-05: Wertschöpfungsorientiertes Controlling.....	82
UFC-M-13: Konzepte des Management Accounting.....	84
VM-M-01: Price Management.....	85
VM-M-02: Business-to-Business Marketing & Purchasing.....	87
VM-M-03: Methoden der Marktforschung.....	89
VM-M-04: Research Seminar Business-to-Business.....	91
VM-M-05: Research Seminar International Marketing.....	93
VM-M-07: Nachhaltigkeit in Vertrieb und Marketing.....	95
VM-M-08: Brand Management.....	96
VM-M-09: Intercultural Challenges in Customer and Account Management.....	98

Übersicht nach Modulgruppen

1) Master Internationale BWL PO 2010 (Studiengang) ECTS: 60

a) Kontextstudium (Modulgruppe) ECTS: 6

Es ist ein Modul im Umfang von 6 ECTS-Punkten aus den Wirtschaftsfremdsprachen zu absolvieren.

Folgende Module sind wählbar:

- Wirtschaftsendlisch 3 (6 ECTS)
- Wirtschaftsendlisch 4 (6 ECTS)
- Wirtschaftsfranzösisch 3 (6 ECTS)
- Wirtschaftsfranzösisch 4 (6 ECTS)
- Wirtschaftsitalienisch 3 (6 ECTS)
- Wirtschaftsitalienisch 4 (6 ECTS)
- Wirtschaftsspanisch 3 (6 ECTS)
- Wirtschaftsspanisch 4 (6 ECTS)
- Wirtschaftsruissisch 3 (6 ECTS)
- Wirtschaftsruissisch 4 (6 ECTS)

Zu den Modulbeschreibungen der Wirtschaftsfremdsprachen vgl. das Modulhandbuch des Sprachenzentrums unter <https://www.uni-bamberg.de/sz/fachsprachen/modulhandbuch-fachsprachen/>.

Sofern bereits Module nach der alten Einteilung bis Sommersemester 2015 (V - VIII) absolviert wurden, wenden Sie sich an das Sprachenzentrum bzw. den Prüfungsausschuss.

b) Internationale Betriebswirtschaftslehre (Modulgruppe) ECTS: 24

aa) Pflichtbereich (Wahlpflichtbereich) ECTS: 6

Das Modul IRWP-M-08 Advanced International Financial Reporting kann ANSTELLE des Moduls IRWP-M-04 Forschungsseminar zur Internationalen Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung absolviert werden.

BFC-M-04: Forschungsfragen im Banking und Finanzcontrolling (6 ECTS, WS, SS).....	14
Inno-M-05: Research Seminar on International Innovation Strategies (6 ECTS, WS, SS).....	39
IRWP-M-04: Forschungsseminar zur Internationalen Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung (6 ECTS, WS, SS).....	30
PM-M-03: International Dimensions of Human Resource Management (6 ECTS, SS, jährlich).....	56
PuL-M-06: Seminar Supply Chain Management II (6 ECTS, WS, jährlich).....	77
VM-M-04: Research Seminar Business-to-Business (6 ECTS, SS, jährlich).....	91
IRWP-M-08: Advanced International Financial Reporting (6 ECTS, WS, jährlich).....	32
Org-M-08: Qualitative methodology in strategy and organization research (6 ECTS, WS, jährlich).....	52

PM-M-04: Forschungsseminar Personalmanagement (6 ECTS, SS, jährlich).....	58
VM-M-05: Research Seminar International Marketing (6 ECTS, WS, jährlich).....	93

bb) Wahlpflichtbereich (Pflichtbereich) ECTS: 18

Das Modul IRWP-M-08 **Advanced International Financial Reporting** kann ANSTELLE des Moduls IRWPM-02 Rechnungslegung nach IFRS - Vertiefung absolviert werden.

Des Weiteren kann im Rahmen dieser Modulgruppe **ein** Mastermodul der **Wirtschafts- und Innovationsgeschichte** gemäß der Studien- und Fachprüfungsordnung für den Masterstudiengang „Geschichte/History“ gewählt werden. Zur Auswahl stehen folgende Module:

- Vertiefungsmodul Typ I Wirtschafts- und Innovationsgeschichte, (7 ECTS)
- Vertiefungsmodul Typ II Wirtschafts- und Innovationsgeschichte, (7 ECTS)
- Vertiefungsmodul Typ III Wirtschafts- und Innovationsgeschichte, (7 ECTS).

Die Modulbeschreibungen finden Sie unter https://www.uni-bamberg.de/fileadmin/uni/fakultaeten/guk_faecher/geschichte/Ordnungen/ModulhandbuchGeschichte_ab_WS_15_16_Fassung_Hompage.pdf.

BFC-M-01: Financial Innovation (6 ECTS, WS, jährlich).....	8
BFC-M-02: International Finance (6 ECTS, SS, jährlich).....	10
BFC-M-03: Fixed Income Instruments (6 ECTS, SS, jährlich).....	12
BSL-M-02: Internationale Unternehmensbesteuerung II: Besteuerung internationaler Unternehmensaktivitäten (6 ECTS, SS, jährlich).....	16
BSL-M-09: Internationale Steuerplanung (6 ECTS, WS, jährlich).....	18
Ethik-M-01: Grundlagen der Wirtschaftsethik (6 ECTS, WS, SS).....	20
Fin-M-03: Kapitalstruktur und Unternehmensbewertung (6 ECTS, SS, jährlich).....	22
Fin-M-06: Empirische und experimentelle Finanzmarktforschung (6 ECTS, WS, jährlich).....	25
Inno-M-02: Innovation und Kollaboration: Management von intra- und interorganisationalen Innovationsschnittstellen (6 ECTS, WS, SS).....	34
Inno-M-03: Implementation and Diffusion of Innovations (6 ECTS, WS, SS).....	37
Inno-M-08: Strategisches Technologiemanagement (6 ECTS, WS, SS).....	41
IRWP-M-02: Rechnungslegung nach IFRS - Vertiefung (6 ECTS, SS, jährlich).....	29
IRWP-M-08: Advanced International Financial Reporting (6 ECTS, WS, jährlich).....	32
Org-M-02: Internationalisierung von Organisationen (6 ECTS, SS, jährlich).....	46
Org-M-05: Corporate Strategy and Growth (6 ECTS, WS, jährlich).....	48
Org-M-06: Strategic Renewal and Organizational Transformation (6 ECTS, SS, jährlich).....	50
PM-M-02: The Future of Work (6 ECTS, WS, jährlich).....	54
PM-M-04: Forschungsseminar Personalmanagement (6 ECTS, SS, jährlich).....	58
PM-M-06: Change Management (6 ECTS, WS, jährlich).....	60

PM-M-08: Strategisches Personalmanagement (6 ECTS, SS, jährlich).....	62
PM-M-09: Präsentation und Moderation (6 ECTS, SS, jährlich).....	64
PM-M-10: Leadership and Management Development (6 ECTS, WS, jährlich).....	66
PM-M-11: European Human Resource Management Programme I (18 ECTS, SS, jährlich).....	69
PM-M-12: European Human Resource Management Programme II (12 ECTS, SS, jährlich).....	71
PuL-M-01: Operations Management (6 ECTS, WS, jährlich).....	73
PuL-M-02: Supply Chain Management (6 ECTS, WS, jährlich).....	75
SCM-M-04: Management von Logistik-Dienstleistungen in der Supply Chain (6 ECTS, SS, jährlich).....	78
UFC-M-04: Internationales Controlling (6 ECTS, WS, jährlich).....	80
UFC-M-05: Wertschöpfungsorientiertes Controlling (6 ECTS, SS, jährlich).....	82
UFC-M-13: Konzepte des Management Accounting (6 ECTS, SS, jährlich).....	84
VM-M-01: Price Management (6 ECTS, SS, jährlich).....	85
VM-M-02: Business-to-Business Marketing & Purchasing (6 ECTS, WS, jährlich).....	87
VM-M-03: Methoden der Marktforschung (6 ECTS, SS, jährlich).....	89
VM-M-07: Nachhaltigkeit in Vertrieb und Marketing (6 ECTS, WS, jährlich).....	95
VM-M-08: Brand Management (6 ECTS, WS, jährlich).....	96
VM-M-09: Intercultural Challenges in Customer and Account Management (6 ECTS, WS, SS).....	98
c) Masterarbeit (Modulgruppe) ECTS: 30	
- Masterarbeit (Bearbeitungszeitraum: 4 Monate): 25 ECTS	
- Disputation oder Kolloquium: 5 ECTS, unbenotet	
Mast-M-03: Masterarbeit (30 ECTS, WS, SS).....	44

Modul BFC-M-01 Financial Innovation <i>Financial Innovation</i>		6 ECTS / 180 h 60 h Präsenzzeit 120 h Selbststudium
(seit WS19/20) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Matthias Muck		
<p>Inhalte:</p> <p>Studierende werden die in Lage versetzt, die wichtigsten Finanzinnovationen zu verstehen und zu analysieren. Sie erlernen die Bewertung von Forwards/Futures und ihren Einsatz im Rahmen des Risikomanagements. Ferner werden Optionen in diskreter und stetiger Zeit bewertet. Studierende erlernen das Binomialmodell, das Black/Scholes Model und seine Erweiterungen (strukturierte Produkte, amerikanische Kontrakte). Darüber hinaus wird die in der Praxis hochrelevanten Futures-Optionen betrachtet. Ein besonderer Schwerpunkt wird auf die State-Preference-Theorie und ihre Bewertungsimplicationen gelegt (optimale Asset Allokation im vollständigen Markt, Bewertung von Risiko und risikoneutrales Wahrscheinlichkeitsmaß). Die Veranstaltung gliedert sich wie folgt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Forwards und Futures • Optionsmärkte • Das Binomialmodell zur Optionsbewertung • Das Black/Scholes-Modell • Verallgemeinerungen des Black/Scholes-Modells • Futures Optionen <p>Die praktische Anwendung des Erlernten wird darüber hinaus im Rahmen von Mini-Fallstudien und Problemen eingeübt.</p>		
<p>Lernziele/Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studierende können die wesentlichen Finanzinnovationen (Forwards/Futures und Optionen) benennen, beschreiben und bewerten. • Studierende entwickeln ein Grundverständnis für die State-Preference-Theorie. • Studierende beurteilen Finanzinnovationen im Zusammenhang mit dem Hedging von Finanzrisiken. • Studierende können die Theorie des optimalen Stoppens auf die Bewertung von amerikanischen Optionen anwenden. • Studierende können das Futures-Modell anwenden. 		
<p>Sonstige Informationen: https://www.uni-bamberg.de/bwl-bfc/studium/module/financial-innovation/</p>		
<p>Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine</p>		
<p>Empfohlene Vorkenntnisse: keine</p>		<p>Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine</p>
<p>Angebotshäufigkeit: WS, jährlich</p>	<p>Empfohlenes Fachsemester: 1.</p>	<p>Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester</p>
<p>Lehrveranstaltungen</p>		
<p>1. Financial Innovation Lehrformen: Vorlesung Dozenten: Prof. Dr. Matthias Muck</p>		<p>2,00 SWS 4.0 ECTS</p>

<p>Sprache: Deutsch Angebotshäufigkeit: WS, jährlich</p> <hr/> <p>Literatur: Hull, John (2018), "Options, Futures, and Other Derivatives", 10th edition, Pearson. Vorlesungsunterlagen und Literatur in englischer Sprache.</p>	
<p>2. Financial Innovation Lehrformen: Übung Sprache: Deutsch Angebotshäufigkeit: WS, jährlich</p>	<p>2,00 SWS 2.0 ECTS</p>
<p>Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten Beschreibung: Die schriftliche Prüfung wird in deutscher Sprache gestellt.</p>	

Modul BFC-M-02 International Finance <i>International Finance</i>		6 ECTS / 180 h 60 h Präsenzzeit 120 h Selbststudium
(seit WS19/20) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Matthias Muck		
Inhalte: Diese Veranstaltung beschäftigt sich mit Modellen der internationalen Kapitalmarkttheorie. Studierende erlernen grundlegende Modelle zur Prognose von Wechselkursen sowie zur Bewertung von Wertpapieren und Derivaten. Gegenstand der Betrachtungen sind internationale Wechselkursparitäten, das Internationale Capital Asset Pricing Model sowie Binomial- und Black/Scholes-Modelle zur Bewertung von Währungsoptionen. Die Veranstaltung gliedert sich wie folgt:		
<ul style="list-style-type: none"> • Exchange Rates • Global Capital Sourcing and Investing • Cross Currency Swaps • Exchange Rate Futures and Options • International Asset Pricing • International Capital Budgeting 		
Lernziele/Kompetenzen:		
<ul style="list-style-type: none"> • Studierende können die wesentlichen Gegebenheiten und Unterschiede auf internationalen Aktien- und Anleihemärkten benennen und die Charakteristika von Wechselkursen beschreiben. • Studierende können Risikoprämien nach dem Internationalen Capital Asset Pricing Model berechnen. • Studierende können die Funktionsweise von internationalen Finanzderivaten darstellen und benennen. 		
Sonstige Informationen: https://www.uni-bamberg.de/bwl-bfc/studium/module/international-finance/		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: keine		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester: 3.	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester
Lehrveranstaltungen		
1. International Finance Lehrformen: Vorlesung Dozenten: Prof. Dr. Matthias Muck Sprache: Englisch Angebotshäufigkeit: SS, jährlich		2,00 SWS 4.0 ECTS
Literatur:		
<ul style="list-style-type: none"> • Eiteman, David K., Arthur I. Stonehill and Michael H. Moffett (2016), "Multinational Business Finance", 14th edition, Pearson. 		

<ul style="list-style-type: none">• Solnik, Bruno and Dennis McLeavey (2008), "Global Investments", 6th international edition, Pearson	
2. International Finance Lehrformen: Übung Sprache: Englisch Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	2,00 SWS 2.0 ECTS
Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten Beschreibung: Die schriftliche Prüfung wird in englischer Sprache gestellt.	

Modul BFC-M-03 Fixed Income Instruments <i>Fixed Income Instruments</i>		6 ECTS / 180 h 60 h Präsenzzeit 120 h Selbststudium
(seit WS19/20) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Matthias Muck		
Inhalte: Diese Veranstaltung beschäftigt sich mit Modellen zur Steuerung und Bewertung von Zinsrisiken. Studierende erlernen und analysieren Zinskontrakte wie Bonds, Floating Rate Notes, Fixed Income Forwards und Futures, Zinsswaps und Zinsoptionen. Die Veranstaltung gliedert sich wie folgt:		
<ul style="list-style-type: none"> • Zinssätze • Bond-Märkte • Bond Forwards & Futures • Zinsswaps • Zinsoptionen • Kreditrisiko • Ho-Lee Modell 		
Lernziele/Kompetenzen:		
<ul style="list-style-type: none"> • Studierende können die wesentlichen Fixed Income Instrumente (Bonds, Swaps, Zinsoptionen) benennen und beschreiben. • Studierende können Kuponbonds, Floating Rate Notes und Reverse Floater voneinander unterscheiden und bewerten. • Studierende können Fixed Income Optionen (Bond Optionen, Caps, Floors, Swaptions) im Rahmen der Black-Modelle analysieren und ihre Preise berechnen. 		
Sonstige Informationen: https://www.uni-bamberg.de/bwl-bfc/studium/module/fixed-income-instruments/		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: keine		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester: 3.	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester
Lehrveranstaltungen		
1. Fixed Income Instruments Lehrformen: Vorlesung Dozenten: Prof. Dr. Matthias Muck Sprache: Deutsch Angebotshäufigkeit: SS, jährlich		2,00 SWS 4.0 ECTS
Literatur: <ul style="list-style-type: none"> • Hull, John C. (2018): Options, Futures, and Other Derivatives (10th edition), Pearson. • Rudolf, Markus (2000): Zinsstrukturmodelle, Physica. 		

<i>Weitere Quellen werden im Rahmen der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.</i> Vorlesungsunterlagen und Literatur in englischer Sprache.	
2. Fixed Income Instruments Lehrformen: Übung Sprache: Deutsch Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	2,00 SWS 2.0 ECTS
Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten Beschreibung: Die schriftliche Prüfung wird in deutscher Sprache gestellt.	

Modul BFC-M-04 Forschungsfragen im Banking und Finanzcontrolling <i>Research Issues in Banking and Financial Control</i>		6 ECTS / 180 h 30 h Präsenzzeit 150 h Selbststudium
(seit SS18) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Matthias Muck		
Inhalte: In diesem Seminar setzen sich Studierende mit aktuellen Forschungsfragen im Banking und Finanzcontrolling auseinander. Die Themen beziehen sich beispielsweise auf Fragestellungen aus den Bereichen der Bank- und Versicherungsbetriebslehre sowie der Kapitalmarkttheorie. Die Herangehensweise kann empirisch oder theoretisch sein.		
Lernziele/Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Studierende werden anhand konkreter Problemstellungen an Forschungsfragen im Bereich Banking und Finanzcontrolling herangeführt. • Studierende werden in die Lage versetzt, grundlegende Zusammenhänge aus den genannten Themengebieten zu analysieren und zu verstehen. • Die Vertiefung des Erlernten erfolgt im Zuge der selbständigen Bearbeitung konkreter Problemstellungen in einer schriftlichen Hausarbeit. 		
Sonstige Informationen: www.uni-bamberg.de/bwl-bfc/studium/module/forschungsfragen-im-banking-und-finanzcontrolling/ Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden. Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: Kenntnisse der Bank- und Versicherungsbetriebslehre sowie der Kapitalmarkttheorie werden dringend empfohlen.		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: WS, SS	Empfohlenes Fachsemester: 2.	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester
Lehrveranstaltungen		
Forschungsfragen im Banking und Finanzcontrolling Lehrformen: Hauptseminar Dozenten: Prof. Dr. Matthias Muck Sprache: Deutsch Angebotshäufigkeit: WS, SS		2,00 SWS
Literatur: Variiert entsprechend der Seminarthemen.		
Prüfung Hausarbeit mit Referat		

Beschreibung:

schriftliche Hausarbeit (Umfang 10-30 Seiten, Bearbeitungsfrist 4-14 Wochen),
Referat (Dauer 15-45 Minuten); wird im Rahmen der ersten Veranstaltung
konkretisiert.

Modul BSL-M-02 Internationale Unternehmensbesteuerung II: Besteuerung internationaler Unternehmensaktivitäten <i>International Business Taxation II: Taxation of Cross Border Activities</i>		6 ECTS / 180 h 42 h Präsenzzeit 138 h Selbststudium
(seit SS18) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Thomas Egner		
Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> • Betriebsstätten versus Tochterunternehmen • Grenzüberschreitende Reorganisation (Umwandlung) • Funktionsverlagerungen • Verrechnungspreise bei verbundenen Unternehmen • Grenzüberschreitende Vertriebsstrukturen • Doppelbesteuerungsabkommen • OECD-Musterabkommen/BEPS-Projekt • Schranken des Außensteuergesetzes 		
Lernziele/Kompetenzen: International tätige Unternehmen strukturieren ihr Unternehmens- und Konzerngeflecht nicht zuletzt auf Basis steuerlicher Überlegungen. Die Studierenden sollen durch die Veranstaltung in die Lage versetzt werden, die Struktur von Unternehmensverbänden steuerlich zu analysieren und zu optimieren. Im Mittelpunkt stehen dabei zum einen die Rechtsformenfrage (iSd Investitionsform im Ausland) und zum anderen die steuerlichen Auswirkungen von internationalen Finanzierungsentscheidungen. Dies wird insbesondere vor dem Hintergrund der aktuellen Entwicklungen auf OECD- und EU-Ebene betrachtet. Neben den Entwicklungen bei den Doppelbesteuerungsabkommen wird auch das neu geschaffene "Multilaterale Instrument" sowie der internationale Informationsaustausch betrachtet.		
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-bsl/		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: keine		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester
Lehrveranstaltungen		
Internationale Unternehmensbesteuerung II: Besteuerung internationaler Unternehmensaktivitäten Lehrformen: Vorlesung Sprache: Deutsch Angebotshäufigkeit: SS, jährlich		2,00 SWS 4.0 ECTS
Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten		

Lehrveranstaltungen	
Internationale Unternehmensbesteuerung II: Besteuerung internationaler Unternehmensaktivitäten	1,00 SWS 2.0 ECTS
Lehrformen: Übung	
Sprache: Deutsch	
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	

Modul BSL-M-09 Internationale Steuerplanung <i>International Tax Planning</i>		6 ECTS / 180 h 42 h Präsenzzeit 138 h Selbststudium
(seit WS18/19) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Thomas Egner		
Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> • Ziele und Instrumente der internationalen Steuerplanung • Steuerinduzierte Strukturierung von Zuzug und Wegzug • Einsatz von Kapitalgesellschaften zur Abschirmung von Einkünften und Wirtschaftsgütern • Ergebnisoptimierung im Konzern durch gezielte Strukturierung von Leistungsbeziehungen • Vermeidung inländischer Steuer-/Erklärungspflichten • Berücksichtigung der Auswirkungen von BEPS 		
Lernziele/Kompetenzen: Die internationale Steuerplanung ist äußerst komplex, da sie von mindestens zwei nationalen Steuerrechtssetzungen sowie bi-/multilateralen Abkommen beeinflusst wird. Die Steuersubjekte stehen deshalb in ihrem wirtschaftlichen Handeln vor der Herausforderung, steueroptimierte Strukturen antizipativ zu planen und umzusetzen. Zielgrößen sind dabei nicht nur die einmalige und die laufende Besteuerung sondern auch die Erhaltung und Gewinnung von Flexibilität für zukünftige Handlungen. Im Rahmen der Veranstaltung sollen den Studierenden praxisorientiert an Beispielen die notwendigen Kenntnisse der internationalen Steuerplanung vermittelt werden, die anschließend in Hausarbeiten auf konkrete Sachverhalte anzuwenden und zu präsentieren sind. Die Studierenden sollen so in die Lage versetzt werden, internationale Sachverhalte gestalterisch zu entwickeln und (internationale) Steuerwirkungen beurteilen zu können.		
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-bsl/		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: keine		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Internationale Steuerplanung Lehrformen: Seminaristischer Unterricht Sprache: Deutsch Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	1,00 SWS 2.0 ECTS
Prüfung Hausarbeit mit Referat / Prüfungsdauer: 20 Minuten Bearbeitungsfrist: 6 Wochen	

Lehrveranstaltungen	
Internationale Steuerplanung	2,00 SWS

Lehrformen: Seminar**Sprache:** Deutsch**Angebotshäufigkeit:** WS, jährlich**4.0 ECTS**

Modul Ethik-M-01 Grundlagen der Wirtschaftsethik <i>Foundations of Economic Ethics</i>	6 ECTS / 180 h 28 h Präsenzzeit 152 h Selbststudium
(seit SS18) Modulverantwortliche/r: Dr. Michael Gerten	
<p>Inhalte:</p> <p>Das Seminar findet in Form eines akademischen Lehrgesprächs statt. Die aktive Beteiligung der Studierenden bei der Erarbeitung der Inhalte ist deshalb von besonderer Bedeutung.</p> <p>„Wirtschaftsethik“ als zusammengesetzter Begriff setzt die zunächst getrennten Wissenschaftsbereiche von Ökonomik (Lehre von der Wirtschaft) und Ethik (Lehre vom richtigen Wollen und Handeln) in Verbindung. Es kommt nun für diesen neuen Bereich Wirtschaftsethik alles darauf an, wie diese Bereiche von Ökonomik und Ethik selbst und dann auch ihre Verbindung prinzipiell zu verstehen und zu begründen sind. Sofern unter Ethik nur Morallehre verstanden wird, ergeben sich zwei mögliche Grundansätze der Wirtschaftsethik: Entweder wird die Moral der Wirtschaft untergeordnet (dazu tendiert der wirtschaftsethische Ansatz von Karl Homann), oder die Wirtschaft wird der Moral untergeordnet (der Ansatz von Peter Ulrich). Beide Ansätze (wie auch alle anderen gängigen Konzeptionen) übersehen jedoch die wirtschaftsethische Bedeutung des Rechtsbegriffs. Darunter ist nun nicht nur das positive Recht (die Gesetze), sondern auch dessen vernunftrechtliche (von der Moral zu unterscheidende) Begründung zu verstehen. Erst die Berücksichtigung des Rechts (im sog. ‚Bamberger Modell‘ der Wirtschaftsethik von Trautnitz/Gerten) und das daraus folgende Spannungsverhältnis von positivem Recht, Vernunftrecht, Moral und Ökonomie ermöglicht eine konsistente Entwicklung und Darstellung der Grundlagen der Wirtschaftsethik.</p>	
<p>Lernziele/Kompetenzen:</p> <p>Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> • werden sensibilisiert für gegenwärtige Probleme der ökonomischer Globalisierung und lernen diese als Ergebnis struktureller Leistungen und Defizite zu verstehen; • lernen wirtschaftsethische Grundpositionen auf ihre strukturellen Prinzipien hin zu analysieren; • verstehen das Abhängigkeitsverhältnis des positive Rechts von seiner vernunftrechtlichen Begründung; • können Grundpositionen der philosophischen Ethik erläutern; • erkennen den prinzipiellen Unterschied zwischen ethischem Sittengesetz und juridischem Rechtsgesetz und seine Bedeutung für eine Grundlegung der Wirtschaftsethik; • können das Kategoriensystem der Ökonomik erläutern; • erkennen die relative Autonomie der Wirklichkeitsbereiche von Recht, Moral und Wirtschaft sowie die Möglichkeit misslingender aber auch gelingender Synthesen dieser Bereiche; • verstehen die grundsätzliche Bedeutung dieser Synthesen für die Analyse und Lösung spezifischer wirtschaftsethischer Problemfälle. 	
<p>Sonstige Informationen:</p> <p>https://www.uni-bamberg.de/bwl/lehrstuehleprofessuren/bwl-inno/</p> <p>Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden.</p> <p>Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.</p>	

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: keine		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: WS, SS	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester
Lehrveranstaltungen		
Grundlagen der Wirtschaftsethik Lehrformen: Seminaristischer Unterricht Sprache: Deutsch Angebotshäufigkeit: WS, SS		2,00 SWS
Literatur: <ul style="list-style-type: none"> • Göbel, E.: Unternehmensethik, Verlag UTB: Stuttgart, 2. Neubearb. u. erw. Aufl. 2010. • Kant, I.: Grundlegung zur Metaphysik der Sitten (beliebige Ausgabe). • Trautnitz, G.: Normative Grundlagen der Wirtschaftsethik, Verlag Duncker & Humblot: Berlin 2008. • Ulrich, P.: Integrative Wirtschaftsethik, 5. Aufl., Haupt Verlag: Bern 2016. 		
Prüfung schriftliche Hausarbeit Beschreibung: Die Bearbeitungsfrist der individuell anzufertigenden Hausarbeit wird in der ersten Lehrveranstaltung mitgeteilt.		

Modul Fin-M-03 Kapitalstruktur und Unternehmensbewertung <i>Capital Structure and Corporate Valuation</i>	6 ECTS / 180 h 90 h Präsenzzeit 90 h Selbststudium
(seit WS19/20) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Andreas Oehler	
Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> • Einführung • Gibt es eine optimale Kapitalstruktur?: Traditionelle Ansätze und empirische Evidenz • Gibt es eine optimale Kapitalstruktur?: Neuere Ansätze und empirische Evidenz • High Yield Bonds – Zur Deckung des Finanzmittelbedarfs und zur Senkung der Kapitalkosten geeignet? • Kriteriengeleiteter Vergleich traditioneller und moderner Verfahren der Unternehmensbewertung • Unternehmensbewertung mit dem Realoptionsansatz: Alter Wein in neuen Schläuchen? • Payout Policies 	
Lernziele/Kompetenzen: <p>Studierende werden in die Lage versetzt, deutlich vertiefende Zusammenhänge der Finanzierung von Unternehmen und der Unternehmensbewertung im Kontext übergreifender Wirtschafts- und Finanzsysteme zu begreifen. Die Anwendung ökonomischer, insb. finanzwirtschaftlicher Sachverhalte wird neben dozentenseitigen Vorträgen und möglichen Gastvorträgen insbes. seitens der Teilnehmer in individueller Hausarbeit und anschließendem Referat in der Gruppe konzipiert. Das Referat wird in Gruppen gehalten, Grundlage ist die jeweilige Hausarbeit (gleicher Gegenstand). Darauf aufbauend liegt der erste Schwerpunkt in der intern motivierten Analyse der Kapitalstruktur von Unternehmen einschließlich der notwendigen traditionellen und neueren theoretischen Ansätze der Unternehmensbewertung und einer abschließenden Erörterung zu praxisorientierten Sachverhalten. Ferner wird auf theoretische wie praxisorientierte Aspekte des Aktienrückkaufs und der Ausschüttung eingegangen.</p> <p>Ausgehend von einführenden, sowohl theoretische als auch praxisrelevante Zusammenhänge verdeutlichenden Schritten wird die Handlungs- und Entscheidungskompetenz der Studierenden gestärkt. Dies umfasst die Förderung der Selbstkompetenz, die Sozialkompetenz inkl. der Kommunikations- und ggf. Rollenkompetenz sowie Methodenkompetenz. Darüber hinaus werden grundlegende interdisziplinäre Kompetenzen insb. bei der Analyse der empirischen Ergebnisse sowie bei den finanzwirtschaftlichen Ursache-Wirkungs-Zusammenhängen ausgebildet.</p>	
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-finanz <p>Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden. Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.</p>	
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine	

Empfohlene Vorkenntnisse: keine		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
<p>Kapitalstruktur und Unternehmensbewertung</p> <p>Lehrformen: Hauptseminar</p> <p>Sprache: Deutsch</p> <p>Angebotshäufigkeit: SS, jährlich</p> <hr/> <p>Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oehler, A., Die Erklärung des Verhaltens privater Anleger – Theoretischer Ansatz und empirische Analysen, Poeschel-Verlag, Betriebswirtschaftliche Abhandlungen, Neue Folge Bd. 100, Stuttgart 1995. • Oehler, A., Kreditrisikomanagement unter Kontrollillusion?; in: BankArchiv 53, 2005, 219-220. • Oehler, A., Banken- und externes Rating der Unternehmensnachfolge. Nur ein weiterer Ratingansatz in der Praxis der Finanzwirtschaft?; in: Achleitner, A.-K., Everling, O., Klemm, S. (Hrsg.), Nachfolgerating, Gabler, Wiesbaden 2006, 297-312. • Oehler, A., Behavioral Economics und Verbraucherpolitik: Grundsätzliche Überlegungen und Praxisbeispiele aus dem Bereich Verbraucherfinanzen, BankArchiv 59, 2011, 707-727. • Oehler, A., Schalkowski, H., Wedlich, F., Der Pre-M&A-Prozess: Kann die Ausgestaltung der Corporate Governance zu einer wirksamen Einschränkung von Overconfidence beitragen?; in: Mergers & Acquisitions im Spannungsfeld der Rechts- und Wirtschaftswissenschaften – Aktuelle Erkenntnisse aus Forschung und Praxis, Gabler-Springer, Wiesbaden, 2014, 403-420. • Oehler, A., Walker, T.J., Thiengtham, D., Walker, M.G., Martens, M., Wendt, S., Arcand, J.-P., Kurz- und langfristige Folgen einer Veränderung der Rolle des Gründers in Unternehmen mit IPOs, in: DBW Die Betriebswirtschaft 71, 2011, 41-62. • Frey, H., Oehler, A., Bilanzierung und Bewertung immaterieller Vermögenswerte im Deutschen Aktienindex DAX der Jahre 2005 bis 2007; in: FB FinanzBetrieb 11, 2009, 316-323. • Frey, H., Herberger, T., Oehler, A., Fair-Value-Ermittlung patentierter Technologien im Rahmen der Rechnungslegung nach IAS/IFRS - Eine Befragung unter den deutschen Wirtschaftsprüfern, in: IRZ Zeitschrift für Internationale Rechnungslegung 6, 2011, 141-147. • Frey, H., Herberger, T., Oehler, A., Fair Value Measurement of Patented Technologies: A Survey of the German Certified Accountants; in: Journal of Law and Financial Management 11, 2012, 33-47. • Frey, H., Oehler, A., Intangible Assets in Germany; in: JAAR Journal of Applied Accounting Research 15, 2/2014, 235-248. 	3,00 SWS

<ul style="list-style-type: none"> • Bitz, M., Schneeloch, D., Wittstock, W., Patek, G., Der Jahresabschluss, 6. Aufl., Vahlen, München 2014. • Oehler, A., Herberger, T., Horn, M., 2019, Initial Public Offerings in Germany between 1997 and 2015; in: Cumming, D. (ed.), Oxford Handbook on IPOs, 559-571. • Oehler, A., Wendt, S., 2017, Sozial-ökologische Ausrichtung von KMU: Herausforderungen für die Investitions- und Finanzierungspolitik; in: Müller, D. (Hrsg.), Controlling in und für KMU, 2. Aufl., De Gruyter Oldenbourg, München, 583-596. • Frey, H., Oehler, A., 2014, Intangible Assets in Germany, JAAR Journal of Applied Accounting Research 15, 2/2014, 235-248. 	
<p>Prüfung Hausarbeit mit Referat</p> <p>Beschreibung: Hausarbeit und Referat sind eine Prüfungsleistung aus zwei Komponenten, der Gegenstand ist der gleiche und beide Komponenten sind aufeinander bezogen. Die Prüfungsleistung besteht also aus individueller Hausarbeit und Referat über diese in der Gruppe. Die Hausarbeit hat einen Umfang von mindestens 20 aber maximal 22 DIN A4 Seiten. Einschließlich eines möglichen Anhangs darf die Arbeit einen Umfang von 30 Seiten nicht überschreiten. Das Referat darf eine Dauer von 45 Minuten nicht über- und 10 Minuten nicht unterschreiten. Die Bearbeitungsfrist für die Hausarbeit und die Erstellung des Referats beträgt ab Bekanntgabe der Themenstellung 3 Wochen. Die Abgabe der Hausarbeit erfolgt zum ersten Referatstermin (2x als Hardcopy (Ringbindung) und 2x als digitale Version auf CD (pdf)). Die Anleitung zum Erstellen wissenschaftlicher Arbeiten des Lehrstuhls für Finanzwirtschaft ist für beide Prüfungskomponenten zu beachten.</p>	

Modul Fin-M-06 Empirische und experimentelle Finanzmarktforschung <i>Empirical and Experimental Research in Capital Markets</i>	6 ECTS / 180 h 90 h Präsenzzeit 90 h Selbststudium
(seit WS19/20) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Andreas Oehler	
Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> • Einführung • Empirische Finanzmarktforschung: Modelle, Strukturen und Instrumente • Experimentelle Finanzmarktforschung: Wesen, Charakter und Vielfalt • Wesentliche Aspekte der Qualitativen & Quantitativen Forschungsmethoden • Empirische und Experimentelle Forschung zu Marktstrukturen • Empirische und Experimentelle Forschung zum Marktverhalten und Akteursverhalten • Anwendungskontext Finanzmärkte und Mikrostruktur • Anwendungskontext Finanzverhalten und Laborexperimente • Forschungstransfer und Übersetzung in die Wirtschaftspraxis 	
Lernziele/Kompetenzen: <p>Studierende werden in die Lage versetzt, deutlich vertiefende Zusammenhänge der empirischen und experimentellen Finanzmarktforschung im Kontext übergreifender Wirtschafts- und Finanzsysteme zu begreifen. Die Anwendung ökonomischer, insb. finanzwirtschaftlicher Sachverhalte wird neben dozentenseitigen Vorträgen und möglichen Gastvorträgen insbes. seitens der Teilnehmer in individueller Hausarbeit und anschließendem Referat in der Gruppe konzipiert. Das Referat wird in Gruppen gehalten, Grundlage ist die jeweilige Hausarbeit (gleicher Gegenstand). Darauf aufbauend liegt der erste Schwerpunkt auf den Grundlagen empirischer und experimenteller Forschungsmethoden. Der zweite Schwerpunkt widmet sich der Anwendung dieser Forschungsmethoden an ausgesuchten Beispielen im Finanzmarktkontext inklusiver der Übersetzung von Forschungsergebnissen in praxisorientierte Implikationen für relevante Interessengruppen.</p> <p>Ausgehend von einführenden, sowohl theoretische als auch praxisrelevante Zusammenhänge verdeutlichenden Schritten wird die Handlungs- und Entscheidungskompetenz der Studierenden gestärkt. Dies umfasst die Förderung der Selbstkompetenz, die Sozialkompetenz inkl. der Kommunikations- und ggf. Rollenkompetenz sowie Methodenkompetenz. Darüber hinaus werden grundlegende interdisziplinäre Kompetenzen insb. bei der Analyse der empirischen Ergebnisse sowie bei den finanzwirtschaftlichen Ursache-Wirkungs-Zusammenhängen ausgebildet.</p>	
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-finanz <p>Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden. Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.</p>	
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine	
Empfohlene Vorkenntnisse: keine	Besondere Bestehensvoraussetzungen:

		keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
<p>Empirische und experimentelle Finanzmarktforschung Lehrformen: Hauptseminar Sprache: Deutsch Angebotshäufigkeit: WS, jährlich</p> <hr/> <p>Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oehler, A., Die Erklärung des Verhaltens privater Anleger – Theoretischer Ansatz und empirische Analysen, Poeschel-Verlag, Betriebswirtschaftliche Abhandlungen, Neue Folge Bd. 100, Stuttgart, 1995. • Oehler, A., "Anomalien", "Irrationalitäten" oder "Biases" der Erwartungsnutzentheorie und ihre Relevanz für Finanzmärkte; in: ZBB Zeitschrift für Bankrecht und Bankwirtschaft 4, 1992, 97-124. • Oehler, A., Verhaltensmuster individueller Anleger - eine experimentelle Studie; in: ZfbF Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung 46, Heft 11, 1994, 939-958. • Oehler, A., Behavioral Finance, verhaltenswissenschaftliche Finanzmarktforschung und Portfoliomanagement; in: Kleeberg, J. / Rehkugler, H. (Hrsg.), Handbuch des Portfoliomanagement, 2. Aufl., Uhlenbruch-Verlag, Bad Soden, 2002, 843-870. • Oehler, A., Kahneman? Smith??; in: Zeitschrift für das gesamte Kreditwesen 55, 2002, 1141-1142. • Oehler, A., Zur Makrostruktur von Finanzmärkten – Börsen als Finanzintermediäre im Wettbewerb; in: Kürsten, W., Nietert, B. (Hrsg.), Kapitalmarkt, Unternehmensfinanzierung und rationale Entscheidungen, Springer, Berlin u. a. 2005, 267-282 • Oehler, A., Häcker, M., Kurseinfluss mittlerer und großer Transaktionen am deutschen Aktienmarkt; in: ZfB Zeitschrift für Betriebswirtschaft 74, Mai 2004; 461-486. • Oehler, A., Heilmann, K., Läger, V., Informationsaggregation, Insiderhandel und Liquidität in experimentellen Call Markets, ZBB Zeitschrift für Bankrecht und Bankwirtschaft 12, 2000, 361-371. • Oehler, A., Heilmann, K., Läger, V., Informationsaggregation, Insiderhandel und Liquidität in experimentellen Call Markets, in: Fleischmann, B. et al. (eds.), Operations Research Proceedings 2000, Selected Papers of the Symposium on Operations Research (OR 2000), Springer-Verlag, Berlin u.a. 2001, 167-173. • Oehler, A., Heilmann, K., Läger, V., The Disposition Effect – Evidence On the Investors' Aversion to Realize Losses, in: IAREP/SABE 2000, Vienna/ Austria, Conference Proceedings (XXV Annual Colloquium on Research in Economic Psychology and SABE 2000 Conference, Baden/Vienna), Universitäts-Verlag, Wien 2001, 186-190. • Oehler, A., Heilmann, K., Läger, V., Oberländer, M., Coexistence of Disposition Investors and Momentum Traders in Stock Markets: 	<p>3,00 SWS</p>

- Experimental Evidence; in: *Journal of International Financial Markets, Institutions & Money* 13, 2003, 503-524.
- Oehler, A., Herberger, T., Kohlert, D., Momentum and Industry-Dependence: An Analysis of the Swiss Stock Market; in: *Journal of Asset Management* 11, 2011, 391-400.
 - Oehler, A., Höfer, A., Schalkowski, H., Entrepreneurial Education and Knowledge: Empirical Evidence on a Sample of German Undergraduate Students; in: *JoTT Journal of Technology Transfer*, 2014.
 - Oehler, A., Rummer, M., Smith, P., Is the investor sentiment approach the solution to the IPO underpricing phenomenon?; in: *Journal of Financial Transformation*, No. 13, 2005, 127-130.
 - Oehler, A., Rummer, M., Wendt, S., Portfolio Selection of German Investors: On the Causes of Home-Biased Investment Decisions; in: *Journal of Behavioral Finance* 9, 2008, 149-162.
 - Oehler, A., Rummer, M., Walker, T., Wendt, S., Are Investors Home Biased? Evidence from Germany; in: Gregoriou, G. N. (ed.), *Diversification and Portfolio Management of Mutual Funds*, Palgrave MacMillan, Houndmills 2007, 57-77.
 - Oehler, A., Walker, T., Wendt, S., Effects of Election Results on Stock Price Performance: Evidence from 1980 to 2008; in: *Managerial Finance* 39, 2013, 714-736.
 - Oehler, A., Walker, T.J., Thiengtham, D., Die Rolle des Luftverkehrsrechts und der Haftung bei Flugzeugkatastrophen: Eine Finanzmarktanalyse, *ZfB Zeitschrift für Betriebswirtschaft* 77, 2007, 1231-1261.
 - Oehler, A., Walker, T.J., Thiengtham, D., Walker, M.G., Martens, M., Wendt, S., Arcand, J.-P., Kurz- und langfristige Folgen einer Veränderung der Rolle des Gründers in Unternehmen mit IPOs, in: *DBW Die Betriebswirtschaft* 71, 2011, 41-62.
 - Oehler, A., Wendt, S., Herdenverhalten in der Fonds-Industrie?; in: Oehler, A., Terstege, U. (Hrsg.), *Finanzierung, Investition und Entscheidung. Einzelwirtschaftliche Analysen zur Bank- und Finanzwirtschaft*, Festschrift für Michael Bitz, Springer Wien/NewYork und BankVerlag Wien, 2008, 64-83.
 - Herberger, T., Oehler, A., IPOs als Exit-Strategie von Finanzinvestoren im deutschen IPO-Markt, in: *CFB Corporate Finance biz* 2, 2011, 52-61.
 - Kaspereit, T., Lopatta, K., Oehler, A., Wendt, S., Are Initiators' Forecasts of German Closed-end Funds Biased, Oldenburg / Bamberg, 2014.
 - Kenning, P., Oehler, A., 2017, Grundzüge einer evidenzbasierten Verbraucherpolitik; in: Kenning, P., Oehler, A., Reisch, L., Grugel, C. (Hrsg.) *Verbraucherwissenschaften – Rahmenbedingungen, Forschungsfelder und Institutionen*, Springer, Wiesbaden, 2017, 315-328.
 - Oehler, A., Wendt, S., Horn, M., 2017, Are Investors Really Home-Biased when Investing at Home?; *Research in International Business and Finance* 40, 52-60.
 - Oehler, A., Horn, M., Wendt, S., 2017, Brexit: Short-term Stock Price Effects and the Impact of Firm-level Internationalization; *Finance Research Letters* 22, 175-181.

<ul style="list-style-type: none"> • Oehler, A., Wendt, S., Wedlich, F., Horn, M., 2017, Investors' Personality Influences Investment Decisions: Experimental Evidence on Extraversion and Neuroticism; Journal of Behavioral Finance 19, 30-48. • Oehler, A., Horn, M., Wendt, S., 2016, Benefits from social trading? Empirical evidence for certificates on wikifolios; International Review of Financial Analysis 46, 202-210. • Oehler, A., Wendt, S., Horn, M., 2016, Internationalization of Blue-Chip versus Mid-Cap Stock Indices: an Empirical Analysis for France, Germany, and the UK; Atlantic Economic Journal 44, December, 501-518. • Oehler, A., Pukthuanthong, K., Walker, T., Wendt, S., 2016, Insider Stock Trading and the Bond Market; The Journal of Fixed Income 25, No 3, 74-91. 	
<p>Prüfung Hausarbeit mit Referat</p> <p>Beschreibung: Hausarbeit und Referat sind eine Prüfungsleistung aus zwei Komponenten, der Gegenstand ist der gleiche und beide Komponenten sind aufeinander bezogen. Die Prüfungsleistung besteht also aus individueller Hausarbeit und Referat über diese in der Gruppe. Die Hausarbeit hat einen Umfang von mindestens 20 aber maximal 22 DIN A4 Seiten. Einschließlich eines möglichen Anhangs darf die Arbeit einen Umfang von 30 Seiten nicht überschreiten. Das Referat darf eine Dauer von 45 Minuten nicht über- und 10 Minuten nicht unterschreiten. Die Bearbeitungsfrist für die Hausarbeit und die Erstellung des Referats beträgt ab Bekanntgabe der Themenstellung 3 Wochen. Die Abgabe der Hausarbeit erfolgt zum ersten Referatstermin (2x als Hardcopy (Ringbindung) und 2x als digitale Version auf CD (pdf)). Die Anleitung zum Erstellen wissenschaftlicher Arbeiten des Lehrstuhls für Finanzwirtschaft ist für beide Prüfungskomponenten zu beachten.</p>	

Modul IRWP-M-02 Rechnungslegung nach IFRS - Vertiefung <i>Accounting in accordance with IFRS - Advanced</i>		6 ECTS / 180 h 60 h Präsenzzeit 120 h Selbststudium
(seit WS19/20) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Brigitte Eierle Weitere Verantwortliche: wissenschaftliche Mitarbeiter*innen		
Inhalte: Ausgewählte Spezialthemen der Rechnungslegung nach IFRS		
Lernziele/Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Die IFRS-Kenntnisse der Studierenden sollen vertieft und auf komplexe Rechnungslegungsfälle angewendet werden. • Dabei sollen Konzeption und Einzelfallregelungen der IFRS kritisch auf ihre Zweckadäquanz, innere Konsistenz und Praktikabilität hinterfragt werden. 		
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-irwp		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: Kenntnisse der Rechnungslegung nach HGB und IFRS dringend empfohlen		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Rechnungslegung nach IFRS - Vertiefung: Normative Fragestellungen Lehrformen: Seminaristischer Unterricht Sprache: Deutsch Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	2,00 SWS 4.0 ECTS
Literatur: <ul style="list-style-type: none"> • Adler/Düring/Schmaltz: Rechnungslegung nach Internationalen Standards (Loseblattsammlung). • Pellens et al.: Rechnungslegung nach IFRS (Loseblatt). • Heuser/Theile: IFRS-Handbuch, Köln (aktuelle Auflage). 	
Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten	

Lehrveranstaltungen	
Rechnungslegung nach IFRS - Vertiefung: Anwendungsfälle Lehrformen: Seminaristischer Unterricht Sprache: Deutsch Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	2,00 SWS 2.0 ECTS

Modul IRWP-M-04 Forschungsseminar zur Internationalen Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung <i>Seminar: Research seminar about International Accounting and Auditing</i>		6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium
(seit WS19/20) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Brigitte Eierle Weitere Verantwortliche: wissenschaftliche Mitarbeiter*innen		
Inhalte: Ausgewählte Themen der Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung mit hoher Aktualität.		
Lernziele/Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sollen sich Fertigkeiten und Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens sowie der schriftlichen und audiovisuellen Präsentation der Untersuchungsergebnisse aneignen. • Darüber hinaus sollen die Kenntnisse im Bereich Wirtschaftsprüfung und der Rechnungslegung nach HGB und IFRS verbreitert und vertieft werden. • Die Kompetenzziele des Moduls beinhalten sowohl die vertiefte analytische Auseinandersetzung mit einem gestellten Thema (Gegenstand der schriftlichen Hausarbeit) als auch die Fähigkeit, komplexe Zusammenhänge zusammenzufassen und mündlich zu präsentieren (Gegenstand des Referats). 		
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-irwp Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden. Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: Kenntnisse der Rechnungslegung nach HGB und IFRS dringend empfohlen		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: WS, SS	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester
Lehrveranstaltungen		
Forschungsseminar zur Internationalen Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung Lehrformen: Hauptseminar Sprache: Deutsch Angebotshäufigkeit: WS, SS		3,00 SWS
Literatur: variiert entsprechend der Seminarthemen		
Prüfung Hausarbeit mit Referat / Prüfungsdauer: 20 Minuten		

Bearbeitungsfrist: 12 Wochen

Beschreibung:

Schriftliche Hausarbeit;

Referat (mit anschließender Diskussion)

Modul IRWP-M-08 Advanced International Financial Reporting		6 ECTS / 180 h
<i>Seminar: Advanced International Financial Reporting</i>		
(seit WS19/20)		
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Brigitte Eierle		
Weitere Verantwortliche: Dr. Francesco Mazzi und wissenschaftliche Mitarbeiter*innen		
Inhalte:		
Ausgewählte Themen der internationalen Rechnungslegung nach IFRS.		
Lernziele/Kompetenzen:		
<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sollen Kenntnisse in der internationalen Rechnungslegung, insb. nach IFRS, erlangen und vertiefen. • Darüber hinaus sollen die Kenntnisse in praktischen Beispielen verbreitert und vertieft werden. • Die Kompetenzziele des Moduls beinhalten sowohl die vertiefte analytische Auseinandersetzung mit Einzelfragestellungen nach IFRS als auch die Fähigkeit, komplexe Zusammenhänge in einer schriftlichen Hausarbeit zusammenzufassen. 		
Sonstige Informationen:		
http://www.uni-bamberg.de/bwl-irwp		
Studierende im Masterstudiengang Finance & Accounting können das Modul entweder im Wahlpflichtbereich II der Modulgruppe 1 wählen ODER <i>anstelle</i> des Moduls IRWP-M-02 Rechnungslegung nach IFRS - Vertiefung (Modulgruppe 1 Wahlpflichtbereich I) oder <i>anstelle</i> des Moduls IRWP-M-04 Forschungsseminar zur Internationalen Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung (Modulgruppe 2).		
Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden.		
Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:		
keine		
Empfohlene Vorkenntnisse:		Besondere Bestehensvoraussetzungen:
Kenntnisse der Rechnungslegung nach IFRS dringend empfohlen		keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls:
		1 Semester
Lehrveranstaltungen		
Advanced International Financial Reporting		2,00 SWS
Lehrformen: Seminar		
Sprache: Englisch		
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich		
Literatur:		
<ul style="list-style-type: none"> • International Financial Statement Analysis (Robison, van Greuning, Henry) 		

und Broihahn) (aktuelle Auflage).

- Financial Accounting and Reporting: A Global Perspective (Lebas, Stolowy und Ding) (aktuelle Auflage).
- Global Financial Accounting and Reporting: Principles and Analysis (Aerts und Walton) (aktuelle Auflage).

Prüfung

schriftliche Hausarbeit / Bearbeitungsfrist: 5 Wochen

Beschreibung:

Schriftlicher Hausarbeit. Sprache: Englisch.

<p>Modul Inno-M-02 Innovation und Kollaboration: Management von intra- und interorganisationalen Innovationsschnittstellen <i>Innovation & Collaboration</i></p>	<p>6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium</p>
<p>(seit WS19/20) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Alexander Fliaster Weitere Verantwortliche: Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in</p>	
<p>Inhalte:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bedeutung der Kollaboration für Innovationen und Wettbewerbserfolg 2. Definitionen und Formen der Kollaboration 3. Ausgewählte Theorien der Kollaboration 4. Ausgewählte Kernfelder der Kollaboration (Lernsimulationen & Fallstudien) 5. Anwendung von Managementansätzen auf aktuelle Handlungsfelder des kooperativen Innovationsmanagements (Seminararbeiten) 	
<p>Lernziele/Kompetenzen:</p> <p>Speziell in technologieintensiven Branchen setzen die Innovationsprozesse eine enge Zusammenarbeit von Mitarbeitern aus unterschiedlichen Funktionsbereichen und Abteilungen des Unternehmens voraus. Diese Zusammenarbeit findet zunehmend auch im Rahmen von virtuellen Entwicklungsteams mit internationaler Besetzung statt. Darüber hinaus sind an der Entwicklung und Verwertung von neuen Produkten und Dienstleistungen immer häufiger auch außerorganisationale Akteure beteiligt, etwa im Rahmen von Open Innovation.</p> <p>In der Lehrveranstaltung werden die Studierenden mit diesen inner- und zwischenbetrieblichen kooperativen Innovationsprozessen vertraut gemacht und dadurch auf die Steuerung von komplexen Innovationsprojekten und die entsprechenden Führungsaufgaben vorbereitet.</p> <p>Die Veranstaltung ist in zwei Teile gegliedert. Im ersten Teil werden die theoretischen Grundlagen zum Schnittstellen- und Kooperationsmanagement vermittelt. Dies erfolgt insbesondere durch den Einsatz von interaktiven Lehrmethoden, vor allem der multimediebasierten Lernsimulation „Learning to Collaborate“, die in einem von der Europäischen Kommission geförderten Forschungsprojekt vom internationalen Expertenteam unter der Beteiligung von Prof. Dr. Fliaster entwickelt wurde.</p> <p>Darüber hinaus werden im Rahmen der Gruppenarbeit mehrere Fallstudien und Lernvideos analysiert. Darauf basierend erfolgt im zweiten Teil die Ausarbeitung von Fragestellungen des kollaborativen Innovationsmanagements durch die Studierenden im Rahmen von Seminararbeiten.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studierende gewinnen profunde Kenntnisse zu Inhalten, Theorien und Methoden der Kollaboration in und zwischen Organisationen. • Studierende können Zusammenhänge zwischen Theorie und Praxis der Innovationskollaboration erkennen und kritisch analysieren. • Studierende können spezifische Problem- und Fragestellungen einordnen und auswerten und eigene Lösungsansätze für das Innovationsmanagement in den Unternehmungen beispielhaft entwickeln. • Durch den Einsatz der Lernsimulationen und andere Formen der Gruppenarbeit bauen die Studierenden ihre eigenen Kommunikations- und Kooperationsfähigkeiten aus. 	
<p>Sonstige Informationen:</p> <p>http://www.uni-bamberg.de/bwl-inno/</p> <p>Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in</p>	

Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden. Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:

keine

Empfohlene Vorkenntnisse:

keine

Besondere

Bestehensvoraussetzungen:

keine

Angebotshäufigkeit: WS, SS

Empfohlenes Fachsemester:

3.

Minimale Dauer des Moduls:

1 Semester

Lehrveranstaltungen

Innovation und Kollaboration: Management von intra- und interorganisationalen Innovationsschnittstellen

3,00 SWS

Lehrformen: Seminar

Sprache: Deutsch/Englisch

Angebotshäufigkeit: WS, SS

Inhalte:

Fallstudien und Lernvideos auf Englisch

Literatur:

- Burt, R.S. (2007): Brokerage and Closure: An Introduction to Social Capital. Oxford: Oxford University Press.
- Fliaster, A./Marr, R. (2003): Bröckelt das Loyalitätsgefüge in deutschen Unternehmen? Herausforderungen für die künftige Gestaltung des "psychologischen Vertrages" mit Führungskräften. In: Ringlstetter, M., Henzler, H., Mirow, M. (Hrsg.). Perspektiven der Strategischen Unternehmensführung. Theorien, Konzepte, Anwendungen. Wiesbaden: Gabler Verlag, S.277-305.
- Huxham, C./Vangen, S.E. (2005): Managing to Collaborate – The Theory and Practice of Collaborative Advantage. London: Routledge.
- Gebert, D. (2004): Innovation durch Teamarbeit – Eine kritische Bestandsaufnahme. Stuttgart: Kohlhammer Verlag.
- Chesbrough, H. (2008): Open Innovation: The new imperative for creating and profiting from technology. Boston: Harvard Business School Press.

Weitere Literatur, insbesondere Zeitschriftenaufsätze zu den einzelnen Seminarthemen wird im Virtual Campus zur Verfügung gestellt.

Prüfung

schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 20 Minuten

Beschreibung:

Der theoretische Inhalt der Lehrveranstaltung wird in einer schriftlichen Klausur geprüft. Die Klausur stellt 30% der Modulnote dar. Im Übrigen siehe oben bei der Prüfungsbeschreibung Hausarbeit mit Referat.

Prüfung

Hausarbeit mit Referat / Prüfungsdauer: 10 Minuten

Beschreibung:

Die Prüfungsleistung in diesem Modul ist durch eine schriftliche Hausarbeit mit Referat und eine schriftliche Klausur zu erbringen:

Die schriftliche Hausarbeit wird in der Regel in Form von Gruppenarbeit erstellt und präsentiert; die Leistung wird jedoch individuell bewertet und muss daher in allen abzugebenden Unterlagen (d.h. sowohl in der Hausarbeit als auch in den Referatsunterlagen) klar namentlich an den betreffenden Stellen gekennzeichnet sein.

Das Referat besteht aus der Präsentation der Hausarbeit, den eingerichteten Präsentationsunterlagen und der individuellen Fragenbeantwortung zum Thema der Hausarbeit.

Hausarbeit mit Referat stellen 70 % der Modulnote dar.

Einzelheiten sind im aktuellen Syllabus geregelt, der den zugelassenen Teilnehmer*innen im Virtual Campus zum Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt wird.

Die Bearbeitungsfrist der Hausarbeit wird in der ersten Lehrveranstaltung mitgeteilt.

Modul Inno-M-03 Implementation and Diffusion of Innovations		6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium
<i>Implementation and Diffusion of Innovations</i>		
(seit WS19/20)		
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Alexander Fliaster		
Inhalte:		
1. Organizational Change: Key Aspects of the Theoretical Framework and Managerial Implications		
2. Resistance to Innovations: Levels, Sources, Manifestations, and Impact		
3. Implementation of Innovations: Bridging the Knowing-Doing-Gap		
4. Diffusion and Implementation of Innovations: Overcoming the Resistance		
Lernziele/Kompetenzen:		
<p>In today's complex business environment, developing change initiatives and making new things happen has become one of the key tasks of organizational leaders. On the other hand, managing the implementation of new technologies, systems and work processes is often a difficult, lengthy and sometimes frustrating process.</p> <p>In this course, the key theoretical issues related to a successful implementation of innovations in organizations as well as their market diffusion will be analyzed in depth. In particular, the course addresses various forms and manifestations of resistance to innovation and the managerial approaches helping to overcome these barriers.</p> <p>Interactive classroom discussions are supported by various learning videos, case studies as well as a computer-based business simulation developed at the Center for Advanced Learning Technologies (CALT) at INSEAD. During the simulation, the students can develop and implement various strategies, select among many different tactics to meet their goals and incrementally transform the attitude of the managers, influencing their willingness to implement the proposed information technology innovation. Because in the learning simulation the students work in teams, the simulation also helps to learn group dynamics and improve social competences. The performance of individuals and teams is reviewed and analyzed collectively after the simulation.</p>		
Sonstige Informationen:		
http://www.uni-bamberg.de/bwl-inno/		
<p>Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden.</p> <p>Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.</p>		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:		
keine		
Empfohlene Vorkenntnisse:		Besondere Bestehensvoraussetzungen:
Good command of the English language.		keine
Angebotshäufigkeit: WS, SS	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls:
	3.	1 Semester

Lehrveranstaltungen	
<p>Implementation and Diffusion of Innovations Lehrformen: Seminaristischer Unterricht Sprache: Englisch Angebotshäufigkeit: WS, SS</p> <hr/> <p>Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rogers, E.M. (2003): Diffusion of Innovations, 5th Edition. New York: Free Press Verlag. • Balogun, J./Hope Hailey, V./Gustofsson, S. (2016): Exploring strategic change, 4th Edition. Harlow, Pearson. • Poole, M.S./Van de Ven, A.H. (Editors) (2004): Handbook of Organizational Change and Innovation. Oxford: Oxford University Press Verlag. • Supplemental readings (e.g. research articles and case studies) as well as the user manual and other relevant learning materials for the simulation will be provided during class. • Valente, T. (2010): Social Networks and Health: Models, methods and applications. Oxford: Oxford University Press 	3,00 SWS
<p>Prüfung mündliche Prüfung Beschreibung: Learning Simulation: will be graded with "passed"/"not passed". Further information is given in the description of the written exam.</p>	
<p>Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten Beschreibung: The examination consists of the successful completion of the learning simulation and passing of the written exam (duration sixty minutes). The terms for both the simulation and the written exam are mandatory. In addition to theoretical knowledge and cognitive skills primarily assessed by the written exam, the simulation essentially contributes to the development of interpersonal and strategic skills.</p>	

Modul Inno-M-05 Research Seminar on International Innovation Strategies		6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium
<i>Research Seminar on International Innovation Strategies</i>		
(seit WS19/20)		
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Alexander Fliaster Weitere Verantwortliche: Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in		
Inhalte:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Competitive Advantages, Competitive Strategies and Business Modell Innovations 2. Innovations and Stakeholder Theory 3. Value Innovations: Reconstructionist versus structuralist approach to innovation strategy 4. Disruptive Innovations: Theoretical framework and empirical evidence 		
Lernziele/Kompetenzen:		
<p>This course addresses various facets of the strategic innovation management in the global competitive environment in several industries:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Students will develop a deep understanding of main challenges of the global business environment and the need to manage innovations strategically. • Students will be able to explain and compare various types of innovation strategies, e.g. sustaining versus disruptive innovations. • Students will learn key approaches and tools for the development of innovation strategies, such as the strategy canvas. • Students will learn various concepts of business model innovations and investigate corporate innovation activities in various industries. • Students will work on their research skills (e.g. literature reviews) and extend their academic writing skills. • Due to the preparation of the term paper students will improve their communication and teamwork skills. <p>In the research-oriented term papers, the students are expected to explore various current and challenging issues of strategic innovation management in various industries. Interactive classroom discussions are supported by case studies and learning videos.</p>		
Sonstige Informationen:		
http://www.uni-bamberg.de/bwl-inno/		
<p>Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden.</p> <p>Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.</p>		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:		
keine		
Empfohlene Vorkenntnisse:		Besondere Bestehensvoraussetzungen:
Good command of the English language		keine
Angebotshäufigkeit: WS, SS	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls:

	1 Semester
Lehrveranstaltungen	
Research Seminar on International Innovation Strategies Lehrformen: Seminar Sprache: Englisch Angebotshäufigkeit: WS, SS	3,00 SWS
Literatur: <ul style="list-style-type: none"> • Clayton, C.M. (2016): The Clayton M. Christensen Reader. Boston (Mass.): Harvard Business Review Press. • Dagnino, G. (2012): Handbook of Research on competitive strategy. Cheltenham: Edward Elgar Publishing. • Kim, C.W./Mauger, R. (2015): blue Ocean Strategy - How to create Uncontested Market Space and make the competition irrelevant. Boston, (Mass.): Harvard Business School Press. <p>Supplemental readings will be provided during class and placed on the reserve shelf at the library.</p>	
Prüfung Hausarbeit mit Referat Beschreibung: The examination contains a presentation with the corresponding written term paper as well as brief written exam: The written term paper will be generally based on and presented as a group work; nevertheless the performance of the students will be assessed individually. Therefore, the name of each group member must be stated in the respective place in all documents handed in (this includes the written term paper as well as the presentation slides). The presentation (duration: 10 minutes) consists of the oral presentation of the written exam paper, the slides handed in and the individual answering of questions regarding the presentation topic. The written term paper with its presentation represents 70% of the overall course grade. Further details are defined in the syllabus that will be available to the enrolled course participants in the Virtual Campus at the beginning of the seminar. Details of the submission deadline and the presentation will be announced during the course.	
Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) Beschreibung: The theoretical content of the seminar will be assessed by a brief written exam (duration 20 minutes). This exam represents 30% of the overall course grade. For further information see the description of "Hausarbeit mit Referat".	

Modul Inno-M-08 Strategisches Technologiemanagement <i>Strategic Technology Management</i>	6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium
(seit WS19/20) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Alexander Fliaster Weitere Verantwortliche: Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in	
Inhalte: <ol style="list-style-type: none"> 1. Ziele, Aufgaben und Bestandteile des strategischen Technologiemanagements 2. Entwicklung von Technologiestrategien: Technologieklassifizierung, technologisches Leistungsniveau, Technologiebewertung, Technologiebeschaffung und Technologietiming 3. Strategisches Management von FuE- und Technologieportfolien 4. Management der Neuproduktentwicklung und der Stage-Gate-Approach 5. Organisation der internen Forschung und Entwicklung und der externen Technologiebeschaffung 6. Technologiemanagement im Kontext von Innovations-Ecosystemen 7. Mechanismen der Technologieadaption und Grundlagen des Technologiemarketings 8. Besonderheiten digitaler Technologien und Herausforderungen der digitalen Transformation 	
Lernziele/Kompetenzen: Zielsetzung des Moduls ist es <ul style="list-style-type: none"> • den Studierenden die Bedeutung von Forschung und Entwicklung (FuE) für die Schaffung von nachhaltigen Wettbewerbsvorteilen zu verdeutlichen, • sie mit den Anforderungen des Technologiewettbewerbs speziell vor dem Hintergrund der Digitalisierung vertraut zu machen, • ihnen die wichtigsten Ansätze für die Organisation von FuE in den Unternehmen zu vermitteln, • ihnen aktuelle Entwicklungen im Bereich der Digitalisierung (u. a. Big Data, 3D-Druck) im organisationalen Innovationskontext zu verdeutlichen, • ihnen einen breiten Überblick über die Methoden und praxisrelevante Ansätze des Technologiemanagements und des Managements der Neuproduktentwicklung zu verschaffen, • und den Studierenden die verstärkte Bedeutung von modernen Organisationsformen zur Gestaltung des technologischen Wandels, insb. Unternehmensnetzwerken und Innovations-Ecosystemen zu vermitteln. <p>Nach dem erfolgreichen Abschluss der Lehrveranstaltung besitzen die Studierenden Kenntnisse über die wichtigsten Ansätze und Methoden des strategischen Technologiemanagements und können selbstständig Lösungsansätze für die entsprechenden Problemstellungen in den Unternehmen entwickeln. Um diese Lernziele zu erreichen, werden neben der Vermittlung von theoretischen Inhalten mehrere, vor allem englischsprachige, Fallstudien aus unterschiedlichen Branchen eingehend analysiert.</p>	
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-inno/ Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden. Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.	
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:	

keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: keine		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: WS, SS	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
<p>Strategisches Technologiemanagement Lehrformen: Seminar Sprache: Deutsch Angebotshäufigkeit: WS, SS</p> <hr/> <p>Inhalte: Theoretische Konzepte und Ansätze, aktuelle Fallstudien und Lernvideos auf Deutsch und Englisch</p> <hr/> <p>Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gerybadze, A. (2004): Technologie- und Innovationsmanagement – Strategie, Organisation und Implementierung. München: Vahlen Verlag. • Gerpott, T.J. (2005): Strategisches Technologie- und Innovationsmanagement – Eine konzentrierte Einführung, 2. überarb. und erw. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. • Cooper, R.G. (2017): Winning at New Products – Creating Value through Innovation, 5. Revised and updated edition. New York: Basic Books Verlag. • Trott, P. (2011): Innovation Management and New Product Development, 5. Auflage. New York: Financial Times Prentice Hall Verlag. • Westerman, G., Bonnet, D., McAfee, A. (2014): Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation, 1. Auflage. Cambridge: Harvard Business Review Press. • Shane, S. A. (2009). Technology strategy for managers and entrepreneurs. Pearson/Prentice Hall. • Schilling, M. A. (2017). Strategic management of technological innovation. 5. Edition New York, NY, McGraw-Hill Education. • Burgelman, R. A., Maidique, M. A., & Wheelwright, S. C. (2009). Strategic management of technology and innovation (Vol. 5). New York, NY [u.a.], McGraw-Hill. • Albers, S., & Gassmann, O. (Eds.). (2015). Handbuch Technologie-und Innovationsmanagement: Strategie-Umsetzung-Controlling. Springer-Verlag. • Weitere Literatur sowie die Fallstudien werden im Virtual Campus sowie im Semesterapparat (Bibliothek) zur Verfügung gestellt. 	<p>3,00 SWS</p>
<p>Prüfung Hausarbeit mit Referat / Prüfungsdauer: 10 Minuten</p> <p>Beschreibung: Die Prüfungsleistung in diesem Modul ist durch eine schriftliche Hausarbeit und eine schriftliche Klausur zu erbringen: Die schriftliche Hausarbeit wird in der Regel in Form von Gruppenarbeit erstellt und präsentiert; die Leistung wird jedoch individuell bewertet und muss daher in allen abzugebenden Unterlagen (d.h.</p>	

<p>sowohl in der Hausarbeit als auch in den Referatsunterlagen) klar namentlich an den betreffenden Stellen gekennzeichnet sein.</p> <p>Das Referat besteht aus der Präsentation der Hausarbeit, den eingerichteten Präsentationsunterlagen und der individuellen Fragenbeantwortung zum Thema der Hausarbeit. Hausarbeit mit Referat stellen 70 % der Modulnote dar. Einzelheiten sind im aktuellen Syllabus geregelt, der den zugelassenen Teilnehmer*innen im Virtual Campus zum Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt wird.</p> <p>Die Bearbeitungsfrist der Hausarbeit wird in der ersten Lehrveranstaltung mitgeteilt.</p>	
<p>Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 20 Minuten</p> <p>Beschreibung: Der Inhalt des Theorieteils der Lehrveranstaltung wird in einer schriftlichen Klausur geprüft. Die Klausur stellt 30% der Modulnote dar. Im Übrigen siehe oben bei Beschreibung der Prüfung Hausarbeit mit Referat.</p>	

Modul Mast-M-03 Masterarbeit <i>Master Thesis</i>		30 ECTS / 900 h
(seit WS18/19) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Eric Sucky Weitere Verantwortliche: alle Fachvertreter der Betriebswirtschaftslehre		
Inhalte: Masterarbeit einschließlich Kolloquium oder Disputation mit 30 ECTS-Punkten: Das Modul Masterarbeit hat einen Umfang von 30 ECTS-Punkten und beinhaltet eine schriftliche Prüfung in Form der Masterarbeit und eine mündliche Prüfung in Form des Kolloquiums oder der Disputation. Im Zuge der Bearbeitung der Masterarbeit kann vom Prüfer eine prüfungsbegleitende Lehrveranstaltung angeboten werden. Prüfungstermine für Kolloquium und Disputation können im Rahmen dieser Lehrveranstaltung abgehalten werden.		
Lernziele/Kompetenzen: In der Modulgruppe Masterarbeit soll mit der Masterarbeit der Nachweis erbracht werden, dass der Prüfling in der Lage ist, ein gestelltes Thema selbständig mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Das Thema der Arbeit muss einen betriebswirtschaftlichen, internationalen Bezug aufweisen.		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: keine		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: WS, SS	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Soweit eine Lehrveranstaltung angeboten wird Sprache: Deutsch	2,00 SWS
Inhalte: Im Zuge der Bearbeitung der Masterarbeit kann vom Prüfer eine prüfungsbegleitende Lehrveranstaltung angeboten werden. Prüfungstermine für Kolloquium und Disputation können im Rahmen dieser Lehrveranstaltung abgehalten werden.	
Prüfung Kolloquium, unbenotet Beschreibung: Alternativ kann nach Absprache mit dem Prüfer eine Disputation stattfinden. Prüfungszeitpunkt und -dauer werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bzw. bei Themenausgabe bekannt gegeben.	
Prüfung Masterarbeit / Bearbeitungsfrist: 4 Monate Zulassungsvoraussetzung zur Modulprüfung:	

Die Zulassung zur Masterarbeit setzt voraus, dass Module im Umfang von mindestens 12 ECTS-Punkten erfolgreich absolviert wurden.	
Prüfung Disputation / Prüfungsdauer: 30 Minuten, unbenotet Beschreibung: Alternativ kann nach Absprache mit dem Prüfer ein Kolloquium stattfinden. Prüfungszeitpunkt und -dauer werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bzw. bei Themenausgabe bekannt gegeben.	

Modul Org-M-02 Internationalisierung von Organisationen <i>Internationalization of Organizations</i>		6 ECTS / 180 h 30 h Präsenzzeit 150 h Selbststudium
(seit WS19/20) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Martin Friesl Weitere Verantwortliche: Dr. Laura-Christiane Folter		
Inhalte: Das Ziel der Veranstaltung besteht darin, Zusammenhänge zwischen dem Management einer internationalen Organisation und deren heterogener Umwelt zu beleuchten. Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden nachzuvollziehen, inwieweit verschiedene Umweltbedingungen zur Herausbildung unterschiedlicher Managementkonzepte und Internationalisierungsstrategien führen können.		
<ul style="list-style-type: none"> • Internationales Management und Umweltheterogenität • Triebkräfte für das Auslandsengagement von Organisationen • Internationalisierungsprozesse als Teil der Organisationsentwicklung • Managementkonzepte im Länder-/Regionenvergleich • Konfiguration und Koordination im internationalen Organisationsverbund 		
Lernziele/Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Studierende können unterschiedliche Managementkonzepte charakterisieren und vergleichen. • Studierende können das Internationalisierungsverhalten von Organisationen analysieren und erklären. • Studierende können die Bestandteile von Unternehmensführungsstrategien erläutern. • Studierende können Problembereiche grenzüberschreitend tätiger Organisationen identifizieren, analysieren und zuordnen. 		
Sonstige Informationen: https://www.uni-bamberg.de/bwl-orga/ Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden. Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung. Die Lehrveranstaltung wird geblockt angeboten.		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: keine		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester
Lehrveranstaltungen		
Internationalisierung von Organisationen Lehrformen: Seminaristischer Unterricht Sprache: Deutsch		2,00 SWS

Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	
Literatur: <ul style="list-style-type: none">• Czinkota, M. R./Ronkainen, I. A./Moffett, M. H.: International Business, 7. Aufl., Mason, Ohio et al. 2005.• Deresky, H.: International Management. Managing Across Borders and Cultures, 7th ed., Upper Saddle River 2010.• Dülfer, E.: Internationales Management in unterschiedlichen Kulturbereichen, 7. Aufl., München 2008• Engelhard, J. (Hrsg.): Interkulturelles Management, Wiesbaden 1997.• Kutschker, M./ Schmid, S.: Internationales Management, 7. Aufl., München 2011.• Müller, St. / Kornmeier, M.: Strategisches internationales Management – Internationalisierung der Unternehmenstätigkeit, München 2002.	
Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten	

Modul Org-M-05 Corporate Strategy and Growth <i>Corporate Strategy and Growth</i>		6 ECTS / 180 h 30 h Präsenzzeit 150 h Selbststudium
(seit WS19/20) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Martin Friesl		
Inhalte: This course deals with strategic questions of diversified conglomerates and particularly questions of growth. The course complements strategy courses that deal with competitive/ business level strategy. While 'business level strategy' is concerned with the sources of competitive advantage in a particular industry, corporate level strategy is concerned with the very scope of the firm: Which businesses should be part of the group and in which countries and regions? How does the group manage the relationship between those businesses in order to achieve synergy? What is the role of corporate headquarters? How should the firm grow? What is the role of M&A and strategic alliances? The module prepares students for careers in large, global companies as well as for jobs in strategy consulting and international professional service firms. In addition to traditional lectures the module with also draw on case studies. <ul style="list-style-type: none"> • Theory of the firm: Why do corporations exist? • Related and unrelated forms of diversification • Location specific and firm specific advantages • Portfolio decisions and dominant logic • Headquarter-subsidiary relationships • Structural ambidexterity • Mergers, Acquisitions and Strategic Alliances • Managing Synergy • The role of the corporate centre 		
Lernziele/Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Students are able to understand business vs. corporate level strategic issues • Understanding of organic and non-organic growth options • Understand the role of the corporate centre on value creation • Are able to critically apply theories and frameworks to real situations 		
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-orga		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: keine		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester
Lehrveranstaltungen		
Corporate Strategy and Growth Lehrformen: Vorlesung Sprache: Englisch		2,00 SWS

Angebotshäufigkeit: WS, jährlich

Literatur:

- Birkinshaw and Hood (1998) Multinational Subsidiary Evolution: Capability and Charter Change in Foreign-Owned Subsidiary Companies. *Academy of Management Review*, 23 (4), 773-795
- Campbell, A., Whitehead, J., Alexander, M., Goold, M. (2014). *Strategy for the Corporate Level*. Jossey-Bass.
- Chandler, A. D. (1969) *Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise*. The MIT Press
- Collis et al. (2007) The size, structure and performance of corporate headquarters. *Strategic Management Journal*, 28, 383-405.
- Friesl, M. and Silberzahn, R. (2017) Managerial coordination challenges in the alignment of capabilities and new subsidiary charters in MNES. *Organization Studies*, 38, 1709-1731.
- Friesl, M., Garreau, L. and Heracleous, L. (2019) When the parent imitates the child: Strategic renewal through separation and reintegration of subsidiaries. *Strategic Organization*, 17 (1), 62-94.
- Grant, R. (2016) *Contemporary Strategy Analysis*. Wiley
- Grant (2010) *Corporate Strategy: Managing Scope and Strategy Content*. In: Pettigrew / Thomas / Whittington (eds.) *Handbook of Strategy & Management*. Sage. p. 72-97
- Johnson, Whittington, Scholes, Angwin, Regner (2017) *Exploring Strategy. Text and Cases*. Pearson
- King, D., Bauer, F., Schriber, S. (2019) *Mergers and Acquisitions*. Routledge.
- O'Reilly III, C. A. / Tushman, M. L. (2013) Organizational Ambidexterity: Past, Present, Future. *The Academy of Management Perspectives*, 27 (4), 324-338

Prüfung

schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten

Beschreibung:

Die schriftliche Prüfung wird in englischer Sprache gestellt. Die Beantwortung der Fragen ist sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache zulässig.

Modul Org-M-06 Strategic Renewal and Organizational Transformation <i>Strategic Renewal and Organizational Transformation</i>		6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium
(seit WS19/20) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Martin Friesl		
Inhalte: This course deals with the challenge of strategic renewal and organizational transformation. We will discuss the challenges behind radical transformation, the triggers as well as the underlying mechanisms and actors. This is a highly interactive course. Rather than on traditional lectures, this course is entirely based on cases as well as role-plays as main pedagogical tools. The objective of the course is to give you the opportunity to 'experience' the complexity of strategy making in a university setting. The course will discuss the following key areas: <ul style="list-style-type: none"> • Why do firms only change when it is almost too late? (Logical incrementalism and strategic drift) • How do new strategies come about? (Planned vs. emergent and induced vs. autonomous forms of strategy making) • Why do firms find it hard to change? (Path dependency, rigidity and inertia) • How do firms react to external change? (Managerial cognition) • What are the types and mechanism of strategic renewal (punctuated equilibrium theories, theories of becoming) • How does strategic renewal unfold under distress? (Organizational decline, failure and turnaround) • How is strategic renewal influenced by the organizational context? (Governance, information disclosure and strategic communication) 		
Lernziele/Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • This course aims to develop the capability of students as future managers • Students learn how manoeuvre complex questions in a practical context • Students learn how to work in teams and deal with incomplete information • Students learn how to apply theory to real contexts • Students understand approaches to strategic transformation 		
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-orga Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden. Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: Keine		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls:

	1 Semester
Lehrveranstaltungen	
<p>Strategic Renewal and Organizational Transformation</p> <p>Lehrformen: Seminaristischer Unterricht</p> <p>Sprache: Englisch</p> <p>Angebotshäufigkeit: SS, jährlich</p> <hr/> <p>Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agarwal, R. and C. E. Helfat (2009). "Strategic Renewal of Organizations." <i>Organization Science</i> 20(2): 281-293 • Baden-Fuller, C. and H. W. Volberda (1997). "Strategic Renewal - How large complex organizations prepare for the future." <i>International Studies of Management & Organization</i> 27(2): 95-120 • Burgelman, R. A. (2002). "Strategy as vector and the inertia of coevolutionary lock-in." <i>Administrative Science Quarterly</i> 47: 325-358 • Floyd, S. W. and P. J. Lane (2000). "Strategizing throughout the organization: Management role conflict in strategic renewal." <i>Academy of Management Review</i> 25(1): 154-177 • Friesl, M., Garreau, L. and Heracleous, L. (2019) When the parent imitates the child: Strategic renewal through separation and reintegration of subsidiaries. <i>Strategic Organization</i>, 17 (1), 62-94. • Johnson, Whittington, Scholes, Angwin, Regner (2017) <i>Exploring Strategy. Text and Cases</i>. Pearson • Staw, B. M., et al. (1981). "Threat-Rigidity Effects in Organizational Behavior: A Multilevel Analysis." <i>Administrative Science Quarterly</i> 26(4): 501-524. • Volberda, H. W., et al. (2001). "Mastering strategic renewal - Mobilising renewal journeys in multi-unit firms." <i>Long Range Planning</i> 34(2): 159-178 	3,00 SWS
<p>Prüfung</p> <p>schriftliche Hausarbeit</p> <p>Beschreibung:</p> <p>Essay (3000 words).</p> <p>Further information will be available to the enrolled course participants at the beginning of the seminar, e.g. the editing time of the written essay.</p>	

<p>Modul Org-M-08 Qualitative methodology in strategy and organization research <i>Qualitative methodology in strategy and organization research</i></p>	<p>6 ECTS / 180 h 60 h Präsenzzeit 120 h Selbststudium</p>
<p>(seit WS19/20) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Martin Friesl Weitere Verantwortliche: Wissenschaftliche Mitarbeiter</p>	
<p>Inhalte: This course deals with qualitative methods in management and organization research. The course takes a process view of qualitative research. A process that goes from the establishment and negotiation of research access, to the collection and analysis of qualitative data through to the writing up of your findings as part of your thesis. Please consider this course a vital preparation for your Master dissertation. The course is designed in a highly practical way. While we will deal with some foundational questions of the philosophy of science the course is very applied. As part of the course you will have ample opportunity to apply different techniques in practice.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Philosophy of science: Epistemological and ontological perspectives • Research design and data collection • Reading research articles and organizing your reading • Case based designs (single, comparative, nested) • Interview techniques, observation • Ethnography • Data analysis (inductive, deductive and abductive forms) • Coding qualitative data • Data display and trail of evidence • Academic writing 	
<p>Lernziele/Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Understand the implications of different epistemological and ontological assumptions for the implementation of research designs • Understand qualitative research designs • Know how to collect different types of data • Know how to code qualitative data • Know how to create a trail of evidence 	
<p>Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-orga Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden. Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung</p>	
<p>Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine</p>	

Empfohlene Vorkenntnisse: Keine		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
<p>Qualitative methodology in strategy and organization research Lehrformen: Seminar Sprache: Englisch Angebotshäufigkeit: WS, SS</p> <hr/> <p>Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Easterby-Smith, M., et al. (2008). Management research. London, SAGE • Eisenhardt, K. M. (1989). "Building Theories from Case-Study Research." Academy of Management Review 14(4): 532-550. • McQueen, R. and C. Knussen (2002). Research methods for social science. An introduction. Harlow, Prentice Hall. • Ketokivi, M. and S. Mantere (2010). "Two Strategies for Inductive Reasoning in Organizational Research." Academy of Management Review 35(2): 315-333 • Langley, A. (1999). "Strategies for theorizing from process data." Academy of Management Review 24(4): 691-710 • Miles, M. B., et al. (2014). Qualitative Data Analysis. A Methods Sourcebook. Thousand Oaks, London, New Delhi, Sage • Pratt, M. G. (2009). "For the Lack of a Boilerplate: Tips on Writing up (and Reviewing) Qualitative Research." Academy of Management Journal 52(5): 856-862 • Yin, R. K. (2009). Case study research: Design and methods. Los Angeles, Sage Publications. 	4,00 SWS
<p>Prüfung Hausarbeit mit Referat Beschreibung: Research proposal (2000 words) and presentation (20 Minutes)</p>	

Modul PM-M-02 The Future of Work <i>The Future of Work</i>		6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium
(seit WS19/20) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Maike Andresen		
Inhalte: The future of work will be characterised by numerous changes related to e.g. globalisation, rapid technological advances, employees' kind and level of education, mobility willingness or demographic characteristics. These changes require manifold adaptations including the structure and content of work as well as competencies needed by employees and leaders. In order to make decisions regarding how to best manage human resources, the future challenges and underlying problems need to be defined, decision criteria important to solving the problems need to be identified and weighted, possible alternatives that could succeed in resolving the problems need to be generated and each alternative needs to be rated on each criterion in order to come to an optimal decision. In a final step, the optimal solutions for the different future challenges need to be "sold" to internal and external stakeholders requiring argumentation competencies.		
Lernziele/Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Students can elucidate future challenges regarding the management of human resources, e.g. work organisation, career/development, leadership. • Students can determine the reasons leading to future changes of work such as globalisation, rapid technological advance, demographic factors, (im)mobility of the workforce, level of education. • Students can apply HR related concepts and theories to concrete HR challenges, develop decisionmaking criteria, evaluate pros and cons and can generate solutions. • Students can determine opportunities of the new developments to increase effectiveness and efficiency of organisations (triple bottom line responsibility). • Students acquire competencies with respect to presentation, argumentation techniques and team work. 		
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-personal		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: Good command of written and oral English		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester: 2.	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester
Lehrveranstaltungen		
The Future of Work Lehrformen: Seminar Sprache: Englisch Angebotshäufigkeit: WS, jährlich		2,00 SWS 5.0 ECTS
Literatur: Students will be provided with literature related to the different topics covered.		

Prüfung Hausarbeit mit Referat / Prüfungsdauer: 15 Minuten Bearbeitungsfrist: 14 Wochen Beschreibung: Hausarbeit/seminar paper: 10 Seiten/pages Prüfungssprache: Englisch	
Lehrveranstaltungen	
The Future of Work Lehrformen: Übung Sprache: Englisch Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	1,00 SWS 1.0 ECTS

Modul PM-M-03 International Dimensions of Human Resource Management <i>International Dimensions of Human Resource Management</i>		6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium
(seit SS19) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Maike Andresen		
Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> • Defining International Human Resource Management (IHRM): Peculiarities of IHRM, the organisational context in the path to global status • Cross-cultural human resource management: The impact of national culture on selected fields in HRM, models of intercultural competence • Comparative Human Resource Management: National differences in selected fields of HRM (cultural vs. institutional explanation), their causes and impact, future development (convergence vs. divergence), implications for IHRM (universalist vs. contextualist paradigm) • Human Resource Management in MNCs: Strategic IHRM (e.g. centralisation vs. localisation; transfer of HR instruments between headquarters and foreign subsidiaries), international resourcing strategies and expatriation, international training and development 		
Lernziele/Kompetenzen: At the end of the semester students will be able to: <ul style="list-style-type: none"> • define and illustrate the key components of IHRM. • analyse the impact of culture and the institutional context on IHRM and determine effects of convergence/divergence. • explain the role national differences make in the practice of IHRM. • describe and give examples of how effective IHRM policies and practices lead to international business success. • apply principles and examples to self-chosen countries as well as real life case studies. 		
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-personal		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: Good command of written and oral English		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester: 1.	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
International Dimensions of Human Resource Management Lehrformen: Seminaristischer Unterricht Sprache: Englisch Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	2,00 SWS 5.0 ECTS
Literatur:	

<ul style="list-style-type: none"> • Brewster, C., Sparrow, P.R., Vernon, G., & Houldsworth, E. (2016). International Human Resource Management (4th. ed.). London: Chartered Institute of Personnel and Development. • Caligiuri, P., Lepak, D., & Bonache, J. (2010). Managing the Global Workforce – Global Dimensions of Business. Chichester: Wiley. • Dowling, P.J., Festing, M., & Engle, A.D. (2013). International Human Resource Management (6th ed.). London: South-Western. • Special literature regarding the different topics of the course. 	
<p>Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten</p> <p>Beschreibung: Prüfungssprache: Englisch</p>	
Lehrveranstaltungen	
<p>International Dimensions of Human Resource Management</p> <p>Lehrformen: Übung</p> <p>Sprache: Englisch</p> <p>Angebotshäufigkeit: SS, jährlich</p>	<p>1,00 SWS</p> <p>1.0 ECTS</p>

Modul PM-M-04 Forschungsseminar Personalmanagement <i>Research Seminar Human Resource Management</i>		6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium
(seit WS19/20) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Maike Andresen		
Inhalte: Studierende erwerben Kenntnisse der Forschungsmethodik am Beispiel eines übergeordneten, jährlich wechselnden Forschungsthemas und damit auch inhaltliche Kenntnisse in einem ausgewählten Bereich des Personalmanagements. In der Veranstaltung werden folgende Inhalte behandelt: <ul style="list-style-type: none"> • Lesen vorgegebener Lektüre zu einerseits der Methodik und andererseits dem jeweils aktuellen Forschungsthema • Finden einer übergeordneten Forschungsfragestellung und Definieren von Forschungszielen • Literaturlauswertung und Erstellen eines systematischen Literaturreviews; Theoriediskussion • Ableitung von Hypothesen/Forschungsfragen • Rund um das methodische Konzept (Erlernen verschiedener Methoden der Datenerhebung, Sampling, Forschungsdesign, Datenanalyse, Ergebnisdarstellung, Ergebnisdiskussion) • Forschungsbericht und wissenschaftliche Kommunikation • Verfassen einer Hausarbeit zum jeweils gewählten Oberthema • Erarbeitung und Präsentation eines Referates zum jeweils gewählten Oberthema 		
Lernziele/Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Studierende kennen die Grundsystematik, Inhalte, Theorien und Konzepte eines ausgewählten, jährlich wechselnden Forschungsthemas und können diese auf ausgewählte Frage- und Problemstellungen anwenden. • Studierende können eine Forschungsfragestellung sowie entsprechende Forschungsziele bestimmen. • Studierende sind in der Lage, eine systematische Literaturlauswertung und -darstellung sowie Theoriediskussion durchzuführen • Studierende können Hypothesen bzw. Forschungsfragen formulieren und ableiten. • Studierende verbessern ihre methodischen Fertigkeiten hinsichtlich der Datenerhebung, -analyse und Ergebnisdarstellung sowie -diskussion. • Studierende können obige Punkte im Rahmen einer selbst angefertigten Seminararbeit sowie Präsentation anwenden. 		
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-personal		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: Good command of written and oral English		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester: 2.	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Forschungsseminar Personalmanagement Lehrformen: Seminar Sprache: Deutsch/Englisch Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	2,00 SWS 5.0 ECTS
Literatur: Je spezifische Literatur zum gewählten Seminarthema	
Prüfung Hausarbeit mit Referat / Prüfungsdauer: 10 Minuten Bearbeitungsfrist: 14 Wochen Beschreibung: Umfang der Seminararbeit: 10 Seiten Prüfungssprache: wahlweise Deutsch oder Englisch.	
Lehrveranstaltungen	
Forschungsseminar Personalmanagement Lehrformen: Übung Sprache: Deutsch/Englisch Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	1,00 SWS 1.0 ECTS

Modul PM-M-06 Change Management <i>Change Management</i>		6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium
(seit SS19) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Maike Andresen		
Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> • Change as a managed process • Theories of change management • Recognizing and diagnosing the need for change • The people side of change: Leadership, stakeholders, communication, resistance, transition • Change planning and change interventions • Implementing and sustaining change 		
Lernziele/Kompetenzen: At the end of the semester students will be able to: <ul style="list-style-type: none"> • Recognise, define, and discuss the terminology, concepts, principles, and theories taught in this organisational change course. • Identify and apply appropriate terminology, concepts, principles, and theories from the course when analysing situations involving change. • Develop reasonable solutions to change management problems using appropriate terminology, concepts, principles, and theories from the course. • Evaluate the quality of their proposed solutions to change management problems against appropriate criteria, including psychological and organisational constraints. • Discuss the relevance and application of the concepts, and theories used in change management to contemporary business. • Identify and discuss the interrelationships among the needs of organisations and of their members and other stakeholders in change. 		
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-personal		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: Good command of written and oral English		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester: 1.	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester
Lehrveranstaltungen		
Change Management Lehrformen: Seminar Sprache: Englisch Angebotshäufigkeit: WS, jährlich		2,00 SWS 5.0 ECTS
Literatur: <ul style="list-style-type: none"> • Beer, M., & Nohria, N. (2000). Cracking the Code of Change. Harvard 		

<p>Business Review, 78(3), 133-141.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Doppler, K., & Lauterburg, C. (2014). Change Management – den Unternehmenswandel gestalten (13. Aufl.). Frankfurt am Main: Campus Verlag. • Hayes, J. (2018). The Theory and Practice of Change Management (5th ed.). Palgrave Macmillan. • Jones, G. R., & Bouncken, R. B. (2008). Organisation – Theorie, Design und Wandel (5. Aufl.). München: Pearson. • Kotter, J. P. (1995). Leading Change: Why transformation efforts fail. Harvard Business Review, März-April 1995, 59-67. • Sandt, J., & Weber, J. (2011). Controlling und Change Management. Aufgaben der Controller in Veränderungsprozessen. Weinheim: Wiley. • Weitere Literatur für die jeweiligen Themenbereiche wird im Kurs 'Change Management' in der virtuellen Lernumgebung (VC) zur Verfügung gestellt. 	
<p>Prüfung Portfolio / Bearbeitungsfrist: 14 Wochen</p> <p>Beschreibung: Umfang des Portfolios: 10 Seiten.</p> <p>Alternativ kann die Prüfung in Form von Hausarbeit mit Referat erfolgen (s.o.). Die konkrete Prüfungsform des jeweiligen Semesters wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben. Prüfungssprache: Englisch.</p>	
<p>Prüfung Hausarbeit mit Referat / Prüfungsdauer: 15 Minuten Bearbeitungsfrist: 14 Wochen</p> <p>Beschreibung: Umfang der Hausarbeit: 10 Seiten.</p> <p>Prüfungssprache: Englisch.</p> <p>Alternativ kann die Prüfung in Form eines Portfolios erfolgen (s.u.). Die konkrete Prüfungsform des jeweiligen Semesters wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.</p>	
<p>Lehrveranstaltungen</p>	
<p>Change Management Lehrformen: Übung Sprache: Englisch Angebotshäufigkeit: WS, jährlich</p>	<p>1,00 SWS 1.0 ECTS</p>

Modul PM-M-08 Strategisches Personalmanagement <i>Strategic Human Resource Management</i>	6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium
(seit SS18) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Maike Andresen Weitere Verantwortliche: Dipl.-Kfm. Peter Sticksel (Direktor Personal, Franz Haniel & Cie. GmbH)	
<p>Inhalte:</p> <p>Um einen konkreten Wertbeitrag in der Gestaltung des Personalmanagement (PM) einer Organisation zu schaffen, ist ein Grundverständnis der gesamtbetriebswirtschaftlichen Zusammenhänge (Geschäftsmodell, Geschäftsprozesse) sowie deren zukünftige Ausrichtung (Geschäftsstrategie) erforderlich. Personal ist dabei als eine wesentliche und für den Erfolg relevante Ressource zu verstehen. Eine aus der Geschäftsstrategie abgeleitete Personalstrategie gewinnt vor dem Hintergrund eines globalen Wettbewerbes und an Dynamik zunehmender Trendentwicklungen stark an Bedeutung. Die erfolgreiche Entwicklung und Umsetzung einer Personalstrategie hängt dabei stark davon ab, inwieweit es Personalmanagern gelingt, den Wertbeitrag des PM durch Ziele und Erfolgsindikatoren möglichst bereits in der Geschäftsstrategie zu verankern und im Controlling zu konkretisieren.</p> <p>Inhalte des Seminars sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geschäftsmodelle und Geschäftsstrategien als Grundlage, Personalstrategien wertbeitragend zu entwickeln. • Konzeptioneller Rahmen zur Entwicklung und Gestaltung von Personalstrategien: Analyse interner und externer Einflussfaktoren, Ableitung von Handlungsfeldern/Initiativen, Definition von Zielen und Key Performance Indicators. • Betrachtung strategischer Handlungsfelder und Teilstrategien: Vergütungsstrategien, PE- und Talentstrategien, Branding-strategien, Kommunikation und Change Management. • Aufbau von strategieunterstützenden Personalkompetenzen und –organisationen. 	
<p>Lernziele/Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studierende verstehen und sind in der Lage, unterschiedliche Geschäftsstrategien entlang wesentlicher Strategiebausteine zu beschreiben. • Studierende können die für das PM relevanten Aspekte aus unterschiedlichen Geschäftsmodellen ableiten und hinsichtlich eines erforderlichen Handlungsbedarfs analysieren. • Studierende kennen und verstehen die grundsätzliche Vorgehensweise zur Entwicklung einer umfassenden Personalstrategie. • Studierende sind darauf basierend in der Lage, strategische Handlungsfelder und Ziele abzuleiten sowie entsprechende Implikationen für das PM (Kompetenzen und Organisationsformen) zu erkennen und Lösungsvorschläge zu entwickeln. • Studierende verstehen die Bedeutung der Messbarkeit von strategischen Personalinitiativen und sind in der Lage, entsprechende Messgrößen (bspw. KPIs) zu definieren. • Studierende entwickeln Fähigkeiten zur strukturierten Erarbeitung von Konzepten/Strategien in Team- und Einzelarbeit. 	
<p>Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-personal</p>	
<p>Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:</p>	

keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: keine		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester: 1.	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Strategisches Personalmanagement Lehrformen: Seminar Sprache: Deutsch Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	2,00 SWS 5.0 ECTS
Literatur: Millmore, M., Lewis, P., Saunders, M., Thornhill, A. & Morrow, T. (2007). Strategic Human Resource Management. Harlow: Prentice Hall.	
Prüfung Hausarbeit mit Referat / Prüfungsdauer: 10 Minuten Bearbeitungsfrist: 14 Wochen Beschreibung: Hausarbeit (10 Seiten; Bearbeitungszeit: 14 Wochen), Referat (10 Minuten)	

Lehrveranstaltungen	
Strategisches Personalmanagement Lehrformen: Übung Sprache: Deutsch Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	1,00 SWS 1.0 ECTS

Modul PM-M-09 Präsentation und Moderation <i>Presentation and Moderation</i>		6 ECTS / 180 h
(seit SS19) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Maike Andresen		
Inhalte: Die Veranstaltung bietet Studierenden einen Einblick über die Moderationsmethode sowie die grundlegenden Präsentationstechniken. Studierende werden vor allem durch praktische Übungen mit der Moderationsmethode und Präsentationstechniken vertraut gemacht. In der Veranstaltung werden folgende Inhalte behandelt: <ul style="list-style-type: none"> • Präsentation: Präsentationen vorbereiten, Präsentationen einleiten, Hauptteil einer Präsentation gestalten, Abschluss einer Präsentation gestalten • Moderation: Rolle des Moderators lernen, Moderation vorbereiten, Moderationszyklus gestalten, Moderation nachbereiten 		
Lernziele/Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Studierende kennen die Moderationsmethode sowie die grundlegenden Techniken der Präsentation und wissen, wie diese idealer Weise aufgebaut sind. • Studierende können aus einer Bandbreite von Methoden für eine Moderation diejenigen auswählen, welche für eine zielgerichtete Moderation geeignet sind. • Studierende sind in der Lage, selbständig eigene Präsentationen und Moderationen zu planen, durchzuführen und zu reflektieren. 		
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-personal		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: keine		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Präsentation und Moderation Lehrformen: Seminaristischer Unterricht Sprache: Deutsch Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	3,00 SWS
Literatur: <ul style="list-style-type: none"> • Funcke, A., & Havenith, E. (2017). Moderations-Tools : Anschauliche, aktivierende und klärende Methoden für die Moderations-Praxis (5. Aufl.). Bonn: ManagerSeminare-Verlag. • Seifert, J.W. (2015). Visualisieren – Präsentieren – Moderieren (36. Aufl.). Offenbach: GABAL. 	
Prüfung Hausarbeit mit Referat / Prüfungsdauer: 15 Minuten Bearbeitungsfrist: 14 Wochen	

Beschreibung:

Referat, Hausarbeit (10 Seiten)

<p>Modul PM-M-10 Leadership and Management Development <i>Leadership and Management Development</i></p>	<p>6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium</p>
<p>(seit SS19) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Maike Andresen</p>	
<p>Inhalte:</p> <p>A. Leadership</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leading and managing in organisations, leadership and management development • Leadership traits and skills, including charismatic leadership • Perspectives on effective leadership behavior, including transactional and transformational leadership • Contingency theories of effective leadership • Perspectives on interactions, including Leader-Member Exchange (LMX) • Power and influence • Authentic Leadership and romance of leadership • Leading teams <p>B. Developing leaders and leadership skills</p> <ul style="list-style-type: none"> • A systems perspective on leadership development • Strategy and leadership and management development: Definition, characteristics and goals of corporate universities • Role and functioning of corporate universities for leadership and management development • Criteria for and methods of effective leader development programs, including coaching and mentoring • Leadership and management development and social capital • Development of leaders and managers in small and medium-sized enterprises 	
<p>Lernziele/Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Students can explain and critically analyse the concepts of leadership and management and their application in an organisational, social, environmental and multicultural context. • Students are able to explain the methods, results, shortcomings, and contributions of the trait, behavior, contingency, and interactionist approaches to leadership and to present their principles • Students are able to discuss the most significant theories of leadership and their implications for current theory and practice of leadership. • Students can critically analyse and evaluate approaches to the formulation and implementation of leadership and management development strategies to meet current and future organizational needs • Students are able to describe and critically analyse and interpret different models of corporate universities and to evaluate the role of corporate universities for leadership and management development. • Students are able to understand, explain, analyse and evaluate the role/importance of social capital development in leadership and management development. • Students are able to design, critically evaluate and advise on a range of leadership and management development interventions to implement leadership and management development strategies and plans. 	
<p>Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-personal</p>	

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: Good command of written and oral English		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester: 1.	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
<p>Leadership and Management Development Lehrformen: Seminaristischer Unterricht Sprache: Englisch Angebotshäufigkeit: WS, jährlich</p> <hr/> <p>Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Andresen, M. (2003). Corporate Universities als Instrument des Strategischen Managements von Person, Gruppe und Organisation – eine Systematisierung aus strukturationstheoretischer und radikal konstruktivistischer Perspektive. Hamburg et al.: Lang. • Gold, J., Thorpe, R., & Mumford, A. (2010). Leadership and management development (5th ed.), London: CIPD. • Nahavandi, A. (2015). The art and science of leadership (7th. ed.). Upper Saddle River: Pearson. • Northouse, P. (2015). Leadership: Theory and practice (7th. ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications. • Yukl, G. (2018). Leadership in organizations (8th. ed.). Upper Saddle River. Pearson. • Literature on specific aspects 	<p>2,00 SWS 5.0 ECTS</p>
<p>Prüfung Hausarbeit mit Referat / Prüfungsdauer: 15 Minuten Bearbeitungsfrist: 14 Wochen Beschreibung: Umfang der Hausarbeit: 10 Seiten. Alternativ kann die Prüfung in Form eines Portfolios erfolgen (s.u.). Die konkrete Prüfungsform des jeweiligen Semesters wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben. Prüfungssprache: Englisch.</p>	
<p>Prüfung Portfolio / Bearbeitungsfrist: 14 Wochen Beschreibung: Umfang des Portfolios: 10 Seiten. Alternativ kann die Prüfung in Form von Hausarbeit mit Referat erfolgen (s.o.). Die konkrete Prüfungsform des jeweiligen Semesters wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben. Prüfungssprache: Englisch.</p>	

Lehrveranstaltungen	
Leadership and Management Development	1,00 SWS
Lehrformen: Übung	1.0 ECTS
Sprache: Englisch	
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	

Modul PM-M-11 European Human Resource Management Programme I <i>European Human Resource Management Programme I</i>	18 ECTS / 540 h 150 h Präsenzzeit 390 h Selbststudium
(seit WS19/20) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Maike Andresen	
Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> • Context and Strategy of human resource management (HRM): Competitive environments: political, economic, socio-cultural, technological contexts; the challenges of globalisation; strategic international HRM (SIHRM): configurations of multi-national corporations (MNCs); (national) culture and diversity. • HRM Policies and Practices within MNCs in Europe: International management development; expatriation and international mobility; international compensation and benefits; performance management in Europe; HRM in cross-border mergers & acquisitions; IHRM information systems; review of main theories of cross cultural management; cross-cultural team building; creative production of cross-cultural experiences. • European Business Systems and the Institutional Dimension: HR specificities in Eastern European countries; national business systems within the EU; the institutional framework for EU social policy; European employment legislation; roles of the social partners within the European Union; European social policy and HRM; the changing European work force: implications of European enlargement for HRM; developments and future trends (e.g. the world of work in the XXIst century); familiarisation with EU institutions through visits, meetings and discussions on location in Brussels; the industrial relations context; European convergence and divergence. • Cross-Cultural Team Work in major Multinational Companies: preparation for team-work and interaction with company leadership; debriefing with company leadership and international faculty. • Preparation for project work: consultancy skills; research methodologies for international HRM; project planning; training to improve performance, leadership and motivation competences; reflexivity. 	
Lernziele/Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Students understand issues and practices pertaining to the major HRM functions within the context of a multinational environment and appreciate how and why International HRM has become so critical to competitiveness and to our society's well-being. • Students know the core theories within European/International HRM and can critically reflect them. • Students acquire specific action-oriented competencies with which they can apply the general knowledge in IHRM to specific tasks in an organisation. • Students recognise and value cultural differences and develop greater sensitivity and confidence in their own capacity to effectively impact the HRM process when working across cultures. • Students experience cross-cultural team work (some of which takes place in another country), develop their cross-cultural awareness and improve their negotiation skills. • Students foment a global mindset by actively experiencing, verbalizing, and writing thoughtfully about different cultures and human resource issues impacting diverse environments while maintaining a linkage for mutual benefit. • Students take ownership of their own career and its development. • Students optimise their international project management and presentation skills. 	

<p>Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-personal</p> <p>Das Modul kann nur in Zusammenhang mit dem Modul PM-M-12 European Human Resource Management Programme II abgelegt werden.</p> <p>Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden.</p> <p>Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.</p> <p>Näheres zum Bewerbungsverfahren s.u. www.ehrm.de</p>		
<p>Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine</p>		
<p>Empfohlene Vorkenntnisse: Excellent command of written and oral English.</p>		<p>Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine</p>
<p>Angebotshäufigkeit: SS, jährlich</p>	<p>Empfohlenes Fachsemester: 2.</p>	<p>Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester</p>
<p>Lehrveranstaltungen</p>		
<p>European Human Resource Management Programme I Lehrformen: Seminaristischer Unterricht Sprache: Englisch Angebotshäufigkeit: SS, jährlich</p> <hr/> <p>Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brewster, C., Sparrow, P.R., Vernon, G., & Houldsworth, E. (2016). International Human Resource Management (4th. ed.). London: Chartered Institute of Personnel and Development. • Caligiuri, P., Lepak, D., & Bonache, J. (2010). Managing the Global Workforce - Global Dimensions of Business. Chichester: Wiley. • Dowling, P.J., Festing, M., & Engle, A.D. (2017). International Human Resource Management (7th. ed.). London: South-Western. • Special literature for projects on European HRM 		<p>9,00 SWS</p>
<p>Prüfung Hausarbeit mit Referat / Prüfungsdauer: 65 Minuten Bearbeitungsfrist: 14 Wochen</p> <p>Beschreibung: presentation with seminar paper; language used in examination: english. Referat mit Hausarbeit; Prüfungssprache: Englisch.</p>		

Modul PM-M-12 European Human Resource Management Programme II <i>European Human Resource Management Programme II</i>	12 ECTS / 360 h 100 h Präsenzzeit 260 h Selbststudium
(seit WS19/20) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Maike Andresen	
Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> • Context and Strategy of human resource management (HRM): Competitive environments: political, economic, socio-cultural, technological contexts; the challenges of globalisation; strategic international HRM (SIHRM): configurations of multi-national corporations (MNCs); (national) culture and diversity. • HRM Policies and Practices within MNCs in Europe: International management development; expatriation and international mobility; international compensation and benefits; performance management in Europe; HRM in cross-border mergers & acquisitions; IHRM information systems; review of main theories of cross cultural management; cross-cultural team building; creative production of cross-cultural experiences. • European Business Systems and the Institutional Dimension: HR specificities in Eastern European countries; national business systems within the EU; the institutional framework for EU social policy; European employment legislation; roles of the social partners within the European Union; European social policy and HRM; the changing European work force: implications of European enlargement for HRM; developments and future trends (e.g. the world of work in the XXIst century); familiarisation with EU institutions through visits, meetings and discussions on location in Brussels; the industrial relations context; European convergence and divergence. • Cross-Cultural Team Work in major Multinational Companies: preparation for team-work and interaction with company leadership; debriefing with company leadership and international faculty. • Preparation for project work: consultancy skills; research methodologies for international HRM; project planning; training to improve performance, leadership and motivation competences; reflexivity. 	
Lernziele/Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Students understand issues and practices pertaining to the major HRM functions within the context of a multinational environment and appreciate how and why International HRM has become so critical to competitiveness and to our society's well-being. • Students know the core theories within European/International HRM and can critically reflect them. • Students acquire specific action-oriented competencies with which they can apply the general knowledge in IHRM to specific tasks in an organisation. • Students recognise and value cultural differences and develop greater sensitivity and confidence in their own capacity to effectively impact the HRM process when working across cultures. • Students experience cross-cultural team work (some of which takes place in another country), develop their cross-cultural awareness and improve their negotiation skills. • Students foment a global mindset by actively experiencing, verbalizing, and writing thoughtfully about different cultures and human resource issues impacting diverse environments while maintaining a linkage for mutual benefit. • Students take ownership of their own career and its development. • Students optimise their international project management and presentation skills. 	
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-personal Das Modul kann nur in Zusammenhang mit dem Modul PM-M-11 European Human Resource Management Programme I abgelegt werden.	

Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden. Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.

Näheres zum Bewerbungsverfahren s.u. www.ehrm.de

Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:

keine

Empfohlene Vorkenntnisse:

Excellent command of written and oral English.

Besondere

Bestehensvoraussetzungen:

keine

Angebotshäufigkeit: SS, jährlich

Empfohlenes Fachsemester:

2.

Minimale Dauer des Moduls:

1 Semester

Lehrveranstaltungen

European Human Resource Management Programme II

6,00 SWS

Lehrformen: Seminaristischer Unterricht

Sprache: Englisch

Angebotshäufigkeit: SS, jährlich

Literatur:

- Brewster, C., Sparrow, P.R., Vernon, G., & Houldsworth, E. (2016). International Human Resource Management (4th. ed.). London: Chartered Institute of Personnel and Development.
- Caligiuri, P., Lepak, D., & Bonache, J. (2010). Managing the Global Workforce - Global Dimensions of Business. Chichester: Wiley.
- Dowling, P.J., Festing, M., & Engle, A.D. (2017). International Human Resource Management (7th. ed.). London: South-Western.
- Special literature for projects on European HRM

Prüfung

Hausarbeit mit Referat / Prüfungsdauer: 20 Minuten

Bearbeitungsfrist: 5 Wochen

Beschreibung:

presentation with seminar paper; language used in examination: english.

Referat mit Hausarbeit; Prüfungssprache: Englisch.

Modul PuL-M-01 Operations Management <i>Operations Management</i>		6 ECTS / 180 h 60 h Präsenzzeit 120 h Selbststudium
(seit WS19/20) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Eric Sucky		
Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> • Ziele der logistischen Leistungserstellung • langfristige Kapazitätsplanung • Organisationskonzept und Prozessmodelle der Produktion • Leistungsprogrammplanung • mittelfristige Kapazitätsplanung • Layoutplanung bei Werkstatt-, Fließ- und Gruppenfertigung • Operative Probleme des Produktionsmanagement • Modelle der Bestellmengen- und Losgrößenplanung • Verfahren zur Terminplanung • Methoden der Auftragsveranlassung • Methoden der Ablaufplanung • Grundlagen der Auftragsüberwachung • Auswirkungen der Digitalisierung und Nachhaltigkeit 		
Lernziele/Kompetenzen: Im Rahmen der Veranstaltung Operations Management werden strategische, taktische und operative Planungsprobleme analysiert. Dabei werden die auf die Produktionsziele ausgerichtete Konfiguration, Planung und Steuerung von Produktionsprogramm, Produktionsfaktoren und Produktionsprozessen bei gegebenen externen Rahmenbedingungen betrachtet. Des Weiteren sind die dabei auftretenden Interdependenzen zu beachten. Dadurch wird der Prozess der betrieblichen Leistungserstellung anhand der Metapher des Input-Output-Systems verfolgt.		
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/pul		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: Vorherige Teilnahme an Produktions- und Logistikmanagement II empfohlen		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester
Lehrveranstaltungen		
Operations Management Lehrformen: Vorlesung Sprache: Deutsch Angebotshäufigkeit: WS, jährlich		2,00 SWS 4.0 ECTS
Literatur: <ul style="list-style-type: none"> • Chase / Jacobs / Aquilano (2006): Operations Management for Competitive Advantage 		

<ul style="list-style-type: none"> • Corsten (2007): Produktionswirtschaft • Hoitsch (1993): Produktionswirtschaft • Lödding (2008): Verfahren der Fertigungssteuerung • Thonemann (2008): Operations Management 	
<p>Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten</p>	
<p>Lehrveranstaltungen</p>	
<p>Operations Management Lehrformen: Übung Sprache: Deutsch Angebotshäufigkeit: WS, jährlich</p>	<p>2,00 SWS 2.0 ECTS</p>

Modul PuL-M-02 Supply Chain Management <i>Supply Chain Management</i>	6 ECTS / 180 h 60 h Präsenzzeit 120 h Selbststudium
(seit WS18/19) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Eric Sucky Weitere Verantwortliche: Dr. Björn Asdecker MBA	
Inhalte: <ol style="list-style-type: none"> 1. Theoretische Grundlagen <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Von der Logistik zum Supply Chain Management 1.2. Herleitung einer Supply Chain Management-Definition 1.3. Ziele des Supply Chain Managements 1.4. Grundproblematiken des Supply Chain Managements 1.5. Aufgaben des Supply Chain Managements 1.6. Komponenten des Supply Chain Managements 1.7. Informationssysteme für das Supply Chain Management 2. Supply Chain Configuration <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Qualitative Prognoseverfahren 2.2. Konfiguration der institutionellen Ebene <ol style="list-style-type: none"> 2.2.1. Make-or-Buy-Entscheidung 2.2.2. Lieferantenauswahl 2.3. Konfiguration der Prozessebene <ol style="list-style-type: none"> 2.3.1. Standortplanung 2.3.2. Güterflussplanung 2.4. Supply Chain Strategie in Abhängigkeit der Produktart 2.5. Supply Chain Contracts 3. Supply Chain Planning <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Quantitative Prognoseverfahren <ol style="list-style-type: none"> 3.1.1. Zeitreihenprognosen 3.1.2. Kausalprognosen 3.2. Aggregierte Leistungsprogrammplanung 3.3. Vorlaufverschobene Nettoleistungsprogrammplanung 3.4. Detaillierte Leistungsprogrammplanung 3.5. Integrierte Kapazitätsplanung 4. Supply Chain Execution 5. Supply Chain Controlling <ol style="list-style-type: none"> 5.1. Kennzahlen 	

5.2. Kennzahlensysteme		
Lernziele/Kompetenzen: Supply Chain Management basiert insbesondere auf bestehenden und weiter entwickelten Methoden und Konzepten des Produktions- und Logistikmanagements, Methoden des Operations Research, dem Einsatz von innovativen Informations- und Kommunikationstechnologien sowie theoretischen und praktischen Erkenntnissen des Kooperationsmanagements.		
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/pul/		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: Es wird der vorherige Besuch von zu den Bachelor-Lehrangeboten "Produktions- und Logistikmanagement II" und "Logistik" äquivalenten Veranstaltungen empfohlen.		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester
Lehrveranstaltungen		
Supply Chain Management Lehrformen: Vorlesung Sprache: Deutsch Angebotshäufigkeit: WS, jährlich		2,00 SWS 4.0 ECTS
Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten		
Lehrveranstaltungen		
Supply Chain Management Lehrformen: Übung Sprache: Deutsch Angebotshäufigkeit: WS, jährlich		2,00 SWS 2.0 ECTS

Modul PuL-M-06 Seminar Supply Chain Management II <i>Seminar Supply Chain Management II</i>		6 ECTS / 180 h 30 h Präsenzzeit 150 h Selbststudium
(seit SS19) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Eric Sucky		
Lernziele/Kompetenzen: Das Seminar „Aktuelle Problemstellungen des Supply Chain Managements II: Quantitative Verfahren und Anwendungen“ wurde speziell für besonders motivierte Studierende konzipiert, die sich im Masterstudium befinden und das Ziel verfolgen, ihre analytischen und quantitativen Fähigkeiten fachspezifisch weiterzuentwickeln und einzusetzen. Im Rahmen des Seminars werden die Studierenden ausgewählte Modelle des Supply Chain Management und der Logistik kennenlernen, diese hinsichtlich Stärken und Schwächen analysieren, im Rahmen selbstentwickelter Fallstudien anwenden und gegebenenfalls weiterentwickeln. Bei der Auswahl der Verfahren und Modelle wird dabei auf deren praktische Relevanz großer Wert gelegt.		
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/pul/ Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden. Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: Der vorherige Besuch mindestens einer Master-Grundlagenveranstaltung wird dringend empfohlen.		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester
Lehrveranstaltungen		
Seminar Supply Chain Management II Lehrformen: Seminar Sprache: Deutsch Angebotshäufigkeit: WS, jährlich		2,00 SWS
Prüfung Hausarbeit mit Referat / Prüfungsdauer: 60 Minuten Beschreibung: Die Bearbeitungsfrist der Hausarbeit beträgt 10-12 Wochen. Die genaue Dauer wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.		

Modul SCM-M-04 Management von Logistik-Dienstleistungen in der Supply Chain <i>Management of Logistics Services in the Supply Chain</i>		6 ECTS / 180 h 30 h Präsenzzeit 150 h Selbststudium
(seit SS18) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Alexander Pflaum Weitere Verantwortliche: Prof. Dr. Günter Prockl		
Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> • Ansatzpunkte für Wertversprechen gegenüber den Nutzern von Logistik-Dienstleistern und die entsprechenden Konsequenzen für die Geschäftsmodelle; • Prinzipielle Netz-Strukturen, Funktionen und Prozesse zur Erbringung logistischer Dienstleistungen, sowie zentrale Fragestellungen zur Gestaltung der Ressourcenarchitektur; • Schlüsselthemen wie Industrialisierung, Kettenintegration und vertikale wie horizontale Kooperation der Supply Chain Akteure; • Informationssysteme zur Unterstützung logistischer Dienstleistungen; • Aktuelle und ergänzende Schlüsselthemen für das Management von Sicherheit und Nachhaltigkeit bei der Erbringung logistischer Dienstleistungen; • Gesamtwirtschaftliche Sicht auf nationale und international Verkehrssysteme, Verkehrsträger, Regulierung/De-Regulierung als Rahmenbedingungen für Logistikdienstleistungen. 		
Lernziele/Kompetenzen: Eingebettet in den breiteren theoretischen Kontext des Supply Chain Managements und des Dienstleistungsmanagements führt die Vorlesung in grundlegende Herausforderungen eines Managements von Logistik-Dienstleistungen ein. Illustriert anhand der verschiedenen Logistik- und Transportsysteme auf dem Land, dem Wasser oder in der Luft, werden weiterhin generische Problemstellungen in diesen Systemen herausgearbeitet und aus der Geschäftsmodellperspektive der zentralen Akteure untersucht. Zielsetzung ist es, die Studierenden dabei zu fördern, die grundlegenden Systeme für die Erbringung von Logistik-Dienstleistungen in ihren Zusammenhängen zu verstehen; Funktionen und Positionen der jeweiligen Akteure zu analysieren; Restriktionen und Schlüsselherausforderungen zu identifizieren; Terminologie, Konzepte und theoretische Fundamente anzuwenden, um prinzipielle Geschäftsmodelle zu untersuchen und miteinander zu vergleichen.		
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-scm		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: keine		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester
Lehrveranstaltungen		
Management von Logistik-Dienstleistungen in der Supply Chain Lehrformen: Vorlesung		2,00 SWS

Sprache: Deutsch

Angebotshäufigkeit: SS, jährlich

Literatur:

- Aberle, G.: Transportwirtschaft, Oldenbourg-Verlag München, aktuelle Ausgabe.
- Corbett, J., Winebrake, J. (2007): Sustainable Movement of Goods - Energy and Environmental Implications of Trucks, Trains, Ships, and Planes, Environmental Management 11/2007, S. 8-12.
- Coyle, J.J., Novack, R.A., Gibson, B.J., Bardi, E.J.: Management of Transportation – International Edition, South-Western Cengage Learning Independence, aktuelle Ausgabe.
- Eisenkopf, A., Kirchner, C., Jarzembowski, G., Ludewig, J., Rothengatter, W., McCullough, G. (2006): The Liberalisation of Rail Transport in the EU, Intereconomics, Vol. 41 Nr. 6, S. 292-313.
- Fabbe-Costes, N., Jahre, M., Roussat, C. (2008): Towards a Typology of the Roles of Logistics Service Providers as 'Supply Chain Integrators', Supply Chain Forum - An International Journal Vol. 9 Nr. 2, S. 28-43.
- Franc, P.; Van der Horst, M. (2010): Understanding hinterland service integration by shipping lines and terminal operators - a theoretical and empirical analysis, Journal of Transport Geography Vol. 18 Nr. 4, S. 557-566.
- Fremont, A. (2007), Global maritime networks - The case of Maersk, Journal of Transport Geography Vol. 15 Nr. 6, S. 432-442.
- Gadhia, H., Kotzab, H., Prockl, G. (2011): Levels of internationalization in the container shipping industry - an assessment of the port networks of the large container shipping companies, Journal of Transport Geography Vol. 19 Nr. 6, S. 1431-1442.
- Prockl, G. (2010): Informationsmanagement; in: Stölzle, W., Fagnini, H.P. (Hrsg.): Güterverkehr kompakt, Oldenbourg-Verlag München, S. 151-165.
- Prockl, G.; Schottenhammer, M.; Kotzab, H. (2011): Extrinsic Job Satisfaction of Truck Drivers - Results from a German Survey, in: Gammelgaard, B. (Hrsg.): 2011 CSCMP European Research Seminar Proceedings, Barcelona.
- Prockl, G., Pflaum, A., Kotzab, H. (2012): 3PL factories or Lernstätten? Value-creation models for 3PL service providers, International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, Vol. 42 Nr. 6, S. 544-561.
- Vahrenkamp, R. (2007): Geschäftsmodelle und Entwicklungsstrategien von Airlines und Airports in der Luftfracht; in: Arbeitspapier zur Logistik Band 66, Universität Kassel.

Prüfung

schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten

Modul UFC-M-04 Internationales Controlling <i>International Management Control</i>		6 ECTS / 180 h 42 h Präsenzzeit 138 h Selbststudium
(seit WS19/20) Modulverantwortliche/r: N.N.		
Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> • Terminologische Grundlagen des Internationalen Controllings • Internationale Relativierung • Störfaktoren im internationalen Controlling • Erfolgsmessung des internationalen Controllings • Internationales Berichtswesen • Umfeldthemen (u.a. Organisation) 		
Lernziele/Kompetenzen: Die Studierenden erhalten einen tiefgreifenden Überblick über die unterschiedlichen Konzepte des internationalen Controllings. Nach einer Einführung in Begriff und Ziele des internationalen Controllings stehen unterschiedliche Konzepte aus dem internationalen Kontext im Vordergrund. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, verschiedene Störfaktoren im internationalen Umfeld – u.a. Kultur, Währungsdifferenzen, Inflation und Steuern zu identifizieren und lernen, spezifische Probleme des internationalen Controllings auf ihre Bedeutung hin zu überprüfen und Lösungsalternativen zur Steigerung des Werts eines Unternehmens eigenständig zu erarbeiten. Die inhaltliche Konzeption dieser Lehrveranstaltung ist auf die Förderung eines ganzheitlichen Verständnisses wirtschaftenden Handelns innerhalb der marktlichen, speziell auch der wettbewerblichen Umgebung von Betrieben ausgerichtet. Eine besondere Bedeutung kommt zudem der Erfolgsmessung internationaler Aktivitäten zu. Hinzu treten das internationale Berichtswesen, die internationale Rechnungslegung, strategische Entscheidungen im internationalen Controlling und dessen Organisation.		
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de Das Lehr- und Prüfungsangebot des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Unternehmensführung und Controlling ist bis einschließlich Sommersemester 2019 sicher gestellt. Bitte berücksichtigen Sie dies bei der Organisation ihres Studiums.		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: keine		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester
Lehrveranstaltungen		
Internationales Controlling Lehrformen: Seminaristischer Unterricht Sprache: Deutsch		3,00 SWS

Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	
Literatur: Becker, Wolfgang: Internationales Controlling, jeweils in der aktuellsten Auflage sowie die in der Veranstaltung ergänzend angegebene Literatur	
Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten	

Modul UFC-M-05 Wertschöpfungsorientiertes Controlling <i>Value-Based Management Control</i>		6 ECTS / 180 h 42 h Präsenzzeit 152 h Selbststudium
(seit WS19/20) Modulverantwortliche/r: N.N. Weitere Verantwortliche: Wissenschaftliche Assistenten / Mitarbeiter		
Inhalte: Im Einzelnen werden insbesondere folgende Themenstellungen behandelt: Entstehung und Entwicklung des Controlling; theoretische Ansätze zur Untersuchung des Controlling; Beziehungen zwischen der traditionellen Unternehmensführung und dem Controlling; Elemente einer Controlling-Konzeption; Begriff, Aufbau und Komponenten von Controlling-Informationssystemen (CIS); Organisation des Controlling; Integration von Controlling, Finance und Accounting.		
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Controllings • Elemente der Konzeption des Controllings • Instrumente des Controllings • IT-Unterstützung des Controllings • Organisation des Controllings • Anwendungsfelder und Entwicklungen des Controllings 		
Lernziele/Kompetenzen: Den Studierenden wird vertieftes Wissen über die betriebswirtschaftliche Teildisziplin Controlling vermittelt. Ausgehend von einer überblickshaften Darstellung der unterschiedlichen Konzeptionen des Controlling sollen die Teilnehmer im Rahmen der Lehrveranstaltung das Konzept eines wertschöpfungsorientierten Controlling verstehen und auf verschiedene Kontexte anwenden lernen. Auf dieser konzeptionellen Grundlage lernen die Studierenden praxisnah selbstständig in komplexen Zusammenhängen ihnen gestellte Probleme zu lösen.		
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de Das Lehr- und Prüfungsangebot des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Unternehmensführung und Controlling ist bis einschließlich Sommersemester 2019 sicher gestellt. Bitte berücksichtigen Sie dies bei der Organisation ihres Studiums.		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: keine		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester
Lehrveranstaltungen		
Wertschöpfungsorientiertes Controlling Lehrformen: Vorlesung Sprache: Deutsch		2,00 SWS 4.0 ECTS

Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	
Literatur: <ul style="list-style-type: none"> • Becker, Wolfgang: Wertschöpfungsorientiertes Controlling, jeweils in der aktuellsten Auflage • Becker, Wolfgang/Baltzer, Björn/Ulrich, Patrick: Wertschöpfungsorientiertes Controlling – Konzeption und Umsetzung, jeweils in der aktuellsten Auflage • Becker, Wolfgang/Rech, Stefan: Dienstleistungscontrolling, jeweils in der aktuellsten Auflage • sowie die in der Veranstaltung ergänzend angegebene Literatur. 	
Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten	
Lehrveranstaltungen	
Wertschöpfungsorientiertes Controlling Lehrformen: Übung Sprache: Deutsch Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	1,00 SWS 2.0 ECTS

Modul UFC-M-13 Konzepte des Management Accounting		6 ECTS / 180 h 28 h Präsenzzeit 152 h Selbststudium
<i>Concepts of Management Accounting</i>		
(seit WS19/20)		
Modulverantwortliche/r: Dr. Christian Kunz		
Inhalte:		
<ul style="list-style-type: none"> • Überblick über das Themenfeld „Management Accounting“ • Institutionelle Einflussfaktoren und Aufgabefelder des Management Accounting • Rollen und Herausforderungen des Management Accountants • Strategisches Management Accounting • Management Control Systems • Charakterisierung ausgewählter Instrumente und Methoden 		
Lernziele/Kompetenzen:		
<ul style="list-style-type: none"> • Erwerb eines Überblicks über das Themenfeld • Verständnis und konkrete Anwendung des konzeptionellen Gedankengutes • Kenntnis und kritisches Hinterfragen von Aufgabenfeldern • Grundverständnis ausgewählter Methoden und Instrumente 		
Sonstige Informationen:		
Das Lehr- und Prüfungsangebot des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Unternehmensführung und Controlling ist bis einschließlich Sommersemester 2019 sicher gestellt. Bitte berücksichtigen Sie dies bei der Organisation ihres Studiums.		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:		
keine		
Empfohlene Vorkenntnisse:		Besondere
Das vorherige Absolvieren des Moduls UFC-M-05		Bestehensvoraussetzungen:
Wertschöpfungsorientiertes Controlling wird dringend empfohlen.		keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls:
		1 Semester
Lehrveranstaltungen		
Konzepte des Management Accounting		2,00 SWS
Lehrformen: Seminaristischer Unterricht		
Sprache: Deutsch		
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich		
Literatur:		
<ul style="list-style-type: none"> • Fachartikel (werden zur Verfügung gestellt) • Merchant/van der Stede: Management Control Systems • Simons: Levers of Control • Anthony/Govindarajan: Management Control Systems 		
Prüfung		
schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten		

Modul VM-M-01 Price Management		6 ECTS / 180 h
<i>Price Management</i>		
(seit SS19)		
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Björn Ivens		
Weitere Verantwortliche: Wissenschaftliche Mitarbeiter/innen		
Inhalte:		
The course "Price Management" focusses on all processes, for which companies demand the equivalent for their offered products and services from their customers.		
Topics:		
1. Characteristics of price management		
In this unit, an overview about price and value, price management and external influences on pricing decisions is provided.		
2. Customers' price behavior		
Price behavior is explained from a classical economic and behavioral perspective. Moreover behavioral pricing is presented by taking psychology into account.		
3. The pricing process - price analysis		
Students learn about the pricing process (market analysis, customer analysis, cost analysis) and marginal analysis.		
4. The pricing process - price strategy formulation		
This unit deals with objectives in pricing and strategic price concepts.		
5. The pricing process: price calculation		
Different anchor points on how to calculate prices are presented (e.g. long-term vs. short-term pricing, assortment pricing, price variation).		
6. Price implementation		
Within this unit, internal and external price implementation is introduced. Moreover, students learn about countertrade, currency issues in international marketing and transfer pricing.		
Lernziele/Kompetenzen:		
The aim of this course is:		
- knowledge of the meaning of price as marketing instrument and in price management,		
- understanding the role of price in the process of purchase,		
- knowledge of the essential activities in the process of price management.		
Sonstige Informationen:		
http://www.uni-bamberg.de/bwl-marketing/		
Bisherige Bezeichnung: Market-M-03: Price Management		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:		
keine		
Empfohlene Vorkenntnisse:		Besondere Bestehensvoraussetzungen:
keine		keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls:
		1 Semester

Lehrveranstaltungen	
<p>Price Management Lehrformen: Seminar Sprache: Englisch Angebotshäufigkeit: SS, jährlich</p> <hr/> <p>Literatur: <ul style="list-style-type: none"> • Monroe, K. (2003), Pricing – Making Profitable Pricing Decisions, 3rd edition, Boston : McGraw-Hill Irwin. • Diller, H. (2007), Preispolitik, 4. Aufl., Stuttgart : Kohlhammer. </p>	3,00 SWS
<p>Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten Beschreibung: Prüfungssprache: Englisch</p>	

Modul VM-M-02 Business-to-Business Marketing & Purchasing		6 ECTS / 180 h
<i>Business-to-Business Marketing & Purchasing</i>		
(seit SS19)		
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Björn Ivens		
Weitere Verantwortliche: Wissenschaftliche Mitarbeiter/innen		
Inhalte:		
The course "Business-to-Business Marketing & Purchasing" puts a focus on transactions between commercial actors.		
Topics:		
1. Value chains and networks		
This unit provides an overview about business markets, business types, business markets as networks and managing these networks.		
2. Purchasing and supplier management		
After an introduction of purchasing management, basic sourcing decisions, purchasing organization and current challenges in purchasing are presented.		
3. Managing distribution on business markets		
Students learn about distribution channels, channel design and producer-retailer relationships. Moreover, the concepts "efficient consumer response" and "category management" are presented.		
4. Sales management on business markets		
Sales management is contextualized on business markets. Different types of sales, the personal selling process, sales force management, sales organization and key account management are subjects of this unit.		
5. The role of brands on business markets		
In this unit, brand management and brands between manufacturers and distributors are introduced. Moreover, a differentiation between retailer and private label brands is provided and brands in B2B relationships are presented.		
Lernziele/Kompetenzen:		
The aim of this course is:		
- knowledge of the particular challenges of purchase and marketing in professional markets,		
- understanding of business markets as value-chains and -networks, and as elements of the organizational procurement process,		
- understanding of the challenges of the B2B marketing.		
Sonstige Informationen:		
http://www.uni-bamberg.de/bwl-marketing/		
Bisherige Bezeichnung: Market-M-04: Business-to-Business Marketing & Purchasing		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:		
keine		
Empfohlene Vorkenntnisse:		Besondere Bestehensvoraussetzungen:
keine		keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls:
		1 Semester

Lehrveranstaltungen	
<p>Business-to-Business Marketing & Purchasing Lehrformen: Seminar Sprache: Englisch Angebotshäufigkeit: WS, jährlich</p> <hr/> <p>Literatur: <ul style="list-style-type: none"> • Ford, D., Gadde, L., Hakansson, H., Snehota, I. (2006), The Business Marketing Course: Managing in Complex Networks, John Wiley & Sons. • Leenders, M.R., Johnson, P.F., Flynn, A.E., Fearon, H.E. (2006), Purchasing & Supply Management, 13th edition, Boston : McGraw-Hill Irwin. </p>	3,00 SWS
<p>Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten Beschreibung: Prüfungssprache: Englisch</p>	

Modul VM-M-03 Methoden der Marktforschung <i>Market Research Methods</i>		6 ECTS / 180 h 45 h Präsenzzeit 135 h Selbststudium
(seit WS18/19) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Björn Ivens Weitere Verantwortliche: Prof. Dr. Alexander Leischnig, wissenschaftliche Mitarbeiter/innen		
Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> • Marktforschungsprozess • Überblick über Datenquellen, Datenerhebung und Datenanalyseverfahren • Methoden der Metaanalyse • Methoden der qualitativen Marktforschung • Methoden der quantitativen Marktforschung • Methoden der multivariaten Datenanalyse 		
Lernziele/Kompetenzen: Vertiefte Kenntnisse über einzelne Phasen des Marktforschungsprozesses, vertiefte Kenntnisse von qualitativen und quantitativen Untersuchungen, Verständnis multivariater Datenanalyseverfahren, Befähigung zur Anwendung relevanter Software zur Datenanalyse.		
Sonstige Informationen: https://www.uni-bamberg.de/bwl-marketing/ Bisherige Bezeichnung: MI-M-01: Methoden der Marktforschung		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: Es wird empfohlen, das Modul VM-B-03: Introduction to Marketing Intelligence besucht zu haben.		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
Methoden der Marktforschung Lehrformen: Seminaristischer Unterricht Sprache: Deutsch Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	3,00 SWS
Literatur: <ul style="list-style-type: none"> • Lipsey, M. W./Wilson, D. B. (2001), Practical Meta-Analysis, Thousand Oaks: Sage Publications. • Buber, R./Holzmüller, H. (2009), Qualitative Marktforschung: Konzepte – Methoden – Analysen, Wiesbaden: Gabler. • Schnell, R./Hill, P. B./Esser, E. (2013), Methoden der empirischen Sozialforschung, 10. Aufl., München: Oldenbourg Verlag. • Backhaus, K./Erichson, B./Plinke, W./Weiber, R. (2011), Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung, 13. Aufl., Berlin et al.: Springer. 	

<ul style="list-style-type: none">• Backhaus, K./Erichson, B./Plinke, W./Weiber, R. (2013), Fortgeschrittene Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung, 2. Auflage, Berlin et al.: Springer.	
<p>Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur)</p> <p>Beschreibung: Klausur, 60 Minuten (davon 50% Multiple-Choice-Fragen)</p>	

Modul VM-M-04 Research Seminar Business-to-Business		6 ECTS / 180 h 30 h Präsenzzeit 150 h Selbststudium
<i>Research Seminar Business-to-Business</i>		
(seit SS19)		
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Björn Ivens Weitere Verantwortliche: Prof. Dr. Stephan C. Henneberg (Lehrbeauftragter); wissenschaftliche Mitarbeiter/innen		
Inhalte: In the course "Research Seminar Business-to-Business", students deepen their knowledge about scientific research. They deal with research and publication processes and learn to systematically work with academic literature. Selected articles among the field of business-to-business marketing are presented by students and further analyzed along with the seminar leader.		
Lernziele/Kompetenzen: The seminar serves as a research seminar, in which basic elements of the research and publication process are imparted. Students are empowered to: - read and understand scientific publications; - understand the structure and the way of working out scientific publications; - understand the quality requirements of scientific publications; - understand the process of quality control of scientific papers which arise out of review procedures prior to their publication; - understand the requirements that arise from the review and publication process to understand upstream scientific research; - know important journals of business-to-business marketing and to be able to classify them in research landscape; - identify and analyze articles from the field of business-to-business research and include them in research landscape.		
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-marketing/ Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden. Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: keine		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: SS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls: 1 Semester

Lehrveranstaltungen	
<p>Research Seminar Business-to-Business</p> <p>Lehrformen: Seminar</p> <p>Sprache: Englisch</p> <p>Angebotshäufigkeit: SS, jährlich</p> <hr/> <p>Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Artikel aus wissenschaftlichen Zeitschriften • Relevante Literaturliste wird im Seminar bekannt gegeben 	2,00 SWS
<p>Prüfung</p> <p>Referat mit Portfolio</p> <p>Beschreibung:</p> <p>Das Thema wird im Rahmen der Lehrveranstaltung mündlich präsentiert und als Portfolio ausgearbeitet.</p> <p>Alternativ kann die Prüfung in Form von Referat mit schriftlicher Hausarbeit erfolgen. Die konkrete Prüfungsform sowie Bearbeitungsfrist des Portfolios und Dauer des Referats werden in der ersten Lehrveranstaltung bekannt gegeben.</p> <p>Prüfungssprache: Englisch.</p>	
<p>Prüfung</p> <p>Referat mit schriftl. Hausarbeit</p> <p>Beschreibung:</p> <p>Das Thema wird im Rahmen der Lehrveranstaltung mündlich präsentiert und als Hausarbeit ausgearbeitet.</p> <p>Alternativ kann die Prüfung in Form von Referat mit Portfolio erfolgen. Die konkrete Prüfungsform sowie Bearbeitungsfrist der Hausarbeit und Dauer des Referats werden in der ersten Lehrveranstaltung bekannt gegeben.</p> <p>Prüfungssprache: Englisch.</p>	

Modul VM-M-05 Research Seminar International Marketing		6 ECTS / 180 h
<i>Research Seminar International Marketing</i>		
(seit SS19)		
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Björn Ivens		
Weitere Verantwortliche: Wissenschaftliche Mitarbeiter/innen		
Inhalte:		
Die Lehrveranstaltung führt Studierende in die akademische Forschung ein. Der inhaltliche Fokus des Seminars wechselt jährlich. Studierende lernen den Umgang mit wissenschaftlicher Literatur. Ferner erhalten Studierende einen Einblick in empirische Forschung. Das Seminar sieht die Durchführung eines eigenen Forschungsprojekts sowie die Präsentation der Forschungsergebnisse vor.		
Lernziele/Kompetenzen:		
Die Entwicklung eines fundierten Verständnisses über den akademischen Forschungsprozess sowie über die Generierung und Präsentation von Forschungsergebnissen.		
Sonstige Informationen:		
http://www.uni-bamberg.de/bwl-marketing/		
Wird geblockt durchgeführt, i.d.R. mit einer Auftaktveranstaltung zu Beginn des Semesters (Einführung in die Themenstellung und Informationen zum Seminarablauf) und Präsentations- und Diskussionstagen im Laufe des Semesters.		
Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden.		
Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.		
Bisherige Bezeichnung: Market-M-06: Forschungsseminar Internationales Marketing		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:		
keine		
Empfohlene Vorkenntnisse:		Besondere Bestehensvoraussetzungen:
keine		keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls:
		1 Semester
Lehrveranstaltungen		
Research Seminar International Marketing		3,00 SWS
Lehrformen: Seminar		
Sprache: Deutsch		
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich		
Literatur:		
Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.		
Prüfung		
Hausarbeit mit Referat		
Beschreibung:		

<p>Artikelpräsentation, Forschungspräsentation, Forschungsbericht Bearbeitungsfrist der Hausarbeit und Referatsdauer werden in der ersten Lehrveranstaltung bekannt gegeben.</p> <p>Das Thema wird im Rahmen der Lehrveranstaltung mündlich präsentiert und als Hausarbeit ausgearbeitet.</p> <p>Alternativ dazu kann die Prüfung in Form von Portfolio mit Referat abgenommen werden (s.o.).</p> <p>Welche Prüfungsform jeweils angeboten wird, wird zu Beginn des jeweiligen Semesters (Beginn der Lehrveranstaltung) bekannt gegeben.</p>	
<p>Prüfung Referat mit Portfolio</p> <p>Beschreibung: Bearbeitungsfrist der Hausarbeit und Referatsdauer werden in der ersten Lehrveranstaltung bekannt gegeben.</p> <p>Das Thema wird im Rahmen der Lehrveranstaltung mündlich präsentiert und als Portfolio ausgearbeitet.</p> <p>Alternativ dazu kann die Prüfung in Form von Hausarbeit mit Referat abgenommen werden (s.u.).</p> <p>Welche Prüfungsform jeweils angeboten wird, wird zu Beginn des jeweiligen Semesters (Beginn der Lehrveranstaltung) bekannt gegeben.</p>	

Modul VM-M-07 Nachhaltigkeit in Vertrieb und Marketing		6 ECTS / 180 h
<i>Sustainability in Sales and Marketing</i>		
(seit SS19)		
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Björn Ivens		
Weitere Verantwortliche: Wissenschaftliche Mitarbeiter/innen		
Inhalte:		
1. Einführung		
2. Marketingziele		
3. Strategische Analyse		
4. Marketingstrategien		
5. Marketingressourcen		
6. Ökologische Fragen im Marketing		
7. Ethische Fragen im Marketing		
Lernziele/Kompetenzen:		
Überblick über die Ziele des Marketings, Kenntnis der wesentlichen marketingstrategischen Entscheidungen, kritische Hinterfragung des Marketings vor dem Hintergrund der Herausforderungen der Corporate Social Responsibility.		
Sonstige Informationen:		
http://www.uni-bamberg.de/bwl-marketing/		
Bisherige Bezeichnung: Market-M-01: Strategie und Verantwortung im Marketing		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:		
keine		
Empfohlene Vorkenntnisse:		Besondere Bestehensvoraussetzungen:
keine		keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls:
		1 Semester
Lehrveranstaltungen		
Nachhaltigkeit in Vertrieb und Marketing		3,00 SWS
Lehrformen: Seminaristischer Unterricht		
Sprache: Deutsch		
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich		
Literatur:		
• Becker, Jochen (2009), Marketing-Konzeption: Grundlagen des zielstrategischen und operativen Marketing-Managements, 9. Aufl., München: Vahlen Verlag.		
Prüfung		
schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten		

Modul VM-M-08 Brand Management		6 ECTS / 180 h
<i>Brand Management</i>		
(seit WS18/19) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Björn Ivens Weitere Verantwortliche: Wissenschaftliche Mitarbeiter/innen		
Inhalte:		
<ul style="list-style-type: none"> • Merkmale von Marken • Markenwahrnehmung • Markenwert • Strategische Markenführung • Markenportfolio • Markenkommunikation • Markencontrolling 		
Lernziele/Kompetenzen:		
Die KursteilnehmerInnen lernen die Bedeutung von Marken für Unternehmen, Kunden sowie weitere Marktakteure kennen. Sie verstehen die relevanten Aspekte der Markenwahrnehmung (insbes. Markenimage, -stärke und -wert) sowie des Markenmanagements.		
Sonstige Informationen:		
http://www.uni-bamberg.de/bwl-marketing/		
Sprache: Deutsch oder Englisch (Ankündigung erfolgt jeweils vor Semesterbeginn)		
Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden.		
Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.		
Bisherige Bezeichnung: Market-M-02: Brand Management		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls:		
keine		
Empfohlene Vorkenntnisse:		Besondere Bestehensvoraussetzungen:
Englischkenntnisse		keine
Angebotshäufigkeit: WS, jährlich	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls:
		1 Semester
Lehrveranstaltungen		
Brand Management		3,00 SWS
Lehrformen: Seminar Sprache: Deutsch/Englisch Angebotshäufigkeit: WS, jährlich		
Literatur:		
Keller, K.L., Apéria, T., Georgson, M. (2008), Strategic Brand Management, A European Perspective, Harlow: Pearson Education.		

<p>Keller, K.L. (2013), Strategic Brand Management, Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Harlow: Pearson Education.</p>	
<p>Prüfung schriftliche Hausarbeit / Bearbeitungsfrist: 12 Wochen</p> <p>Beschreibung: Alternativ zur Prüfungsform "Referat mit Portfolio" (s.o.) kann die Prüfung in Form von Hausarbeit und Klausur abgenommen werden (s.a.u.; in diesem Fall handelt es sich um zwei separate Modulteilprüfungen). Der Anteil des Referats an der Gesamtnote beträgt 50 %.</p> <p>Welche Prüfungsform jeweils angeboten wird, wird zu Beginn des jeweiligen Semesters (Beginn der Lehrveranstaltung) bekannt gegeben.</p>	
<p>Prüfung Referat mit Portfolio</p> <p>Beschreibung: Dauer des Referats: 15 bis 20 Minuten. Bearbeitungsfrist des Portfolios: 12 Wochen. Das Thema wird im Rahmen der Lehrveranstaltung mündlich präsentiert und als Portfolio ausgearbeitet.</p> <p>Bei Unterrichtssprache Deutsch ist auch die Prüfungssprache Deutsch. Bei Unterrichtssprache Englisch ist auch die Prüfungssprache Englisch, wobei für die Beantwortung offener Fragen auch die deutsche Sprache zulässig ist.</p> <p>Alternativ dazu kann die Prüfung in Form von Hausarbeit und Klausur abgenommen werden (s.u.; in diesem Fall handelt es sich um zwei separate Modulteilprüfungen).</p> <p>Welche Prüfungsform jeweils angeboten wird, wird zu Beginn des jeweiligen Semesters (Beginn der Lehrveranstaltung) bekannt gegeben.</p>	
<p>Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 60 Minuten</p> <p>Beschreibung: Alternativ zur Prüfungsform "Referat mit Portfolio" (s.o.) kann die Prüfung in Form von Hausarbeit und Klausur abgenommen werden (in diesem Fall handelt es sich um zwei separate Modulteilprüfungen). Der Anteil der Klausur an der Gesamtnote beträgt 50 %.</p> <p>Welche Prüfungsform jeweils angeboten wird, wird zu Beginn des jeweiligen Semesters (Beginn der Lehrveranstaltung) bekannt gegeben.</p>	

Modul VM-M-09 Intercultural Challenges in Customer and Account Management <i>Intercultural Challenges in Customer and Account Management</i>		6 ECTS / 180 h 30 h Präsenzzeit 150 h Selbststudium
(seit SS19) Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Björn Ivens Weitere Verantwortliche: Ilaria Carrara Cagni		
Inhalte: Content of the seminar are challenges of intercultural communication. The theoretical learning content provided during the course will be deepened by case studies from international companies in sales and furthermore, in order to expand on cultural sensibilisation, simulation games are conducted. The seminar content originates from the following areas: - concept of culture, typologies of culture, different culture conceptualizations - challenges of intercultural communication, esp. within the scope of business situations with clients - intercultural competence, based on different models of intercultural communication (i.a. iceberg, culture standards, situation-individual-culture, dimensions of culture, model of intercultural sensitivity) - culture shock handling on a client business trip or longer stays abroad (expatriates).		
Lernziele/Kompetenzen: Students are enabled to identify problem areas of cultural nature in cross border business activities, especially in intercultural "sales" situations. - Students are able to develop behaviour and communication strategies for "intercultural critical incidents". - Students are able to develop their intercultural competency: They are especially qualified to train their empathic capacity, their subtle perception, their ethnorelativistic communication and to improve their cultural awareness. - Students are able to prepare concepts of intercultural collaboration with clients from different cultural areas. - Students deepen their knowledge of partly known communication models (Iceberg Model, Dimensions of Culture, Culture Standards, and so on) and learn about their practical application in international sales situations.		
Sonstige Informationen: http://www.uni-bamberg.de/bwl-marketing/ Wird geblockt durchgeführt. Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Sollte aufgrund von Kapazitätsrestriktionen gegebenenfalls eine Auswahl gemäß der Satzung zur Festlegung der Kriterien für die Aufnahme von Studierenden in Lehrveranstaltungen von Bachelor- und Masterstudiengängen mit beschränkter Aufnahmekapazität notwendig werden, so wird nach Ablauf der Anmeldefrist über die Zulassung entschieden. Beachten Sie bitte ferner, dass die Anmeldung nicht gleichbedeutend ist mit der Zulassung zur Lehrveranstaltung oder der Anmeldung zur Modulprüfung.		
Zulassungsvoraussetzung für die Belegung des Moduls: keine		
Empfohlene Vorkenntnisse: Basic understanding of general management and innovation management topics (Bachelor level). Good command of english language.		Besondere Bestehensvoraussetzungen: keine
Angebotshäufigkeit: WS, SS	Empfohlenes Fachsemester:	Minimale Dauer des Moduls:

	1 Semester
Lehrveranstaltungen	
Intercultural Challenges in Customer and Account Management Lehrformen: Seminar Sprache: Englisch Angebotshäufigkeit: WS, SS	3,00 SWS
Literatur: <ul style="list-style-type: none"> • Milton J. Bennett – Basic Concepts of Intercultural Communication • Fons Trompenaars – Riding the Waves of Culture 	
Prüfung schriftliche Prüfung (Klausur) / Prüfungsdauer: 90 Minuten Beschreibung: Prüfungssprache: Englisch	