

Anhang C

Module Manual

Master of Science

Intercultural Leadership and Technology

Inhalt

1.1	Technology Management	3
1.2	Strategic Management.....	6
1.3	Organizational Development and Leadership	10
1.4	Transfer Assessment 1	14
1.5	Applied Project Seminar	17
1.6	Business Simulation Going Global.....	20
1.7	International Project Management live.....	22
1.8	Theory-Practice-Reflection.....	24
1.9	International Marketing and Sales	27
1.10	Big Data Management and Analytics.....	30
1.11	German and European Leadership and Business Culture.....	32
1.12	Transfer Assessment 2	34
1.13	Leadership and Intercultural Competence in Russia.....	37
1.14	Leadership and Intercultural Competence in China.....	40
1.15	Wireless Systems and Networks	42
1.16	Principles of Digital Communications.....	44
1.17	Circular Economy and Recycling Technologies.....	46
1.18	Primary and Sustainable Extraction of Resources	49
1.19	Master Thesis and Colloquium	52

1.1 Technology Management

Modulbezeichnung:	<i>Innovation and Technology Management</i>
ggf. Modulniveau	
ggf. Kürzel	
ggf. Untertitel	
ggf. Lehrveranstaltungen:	<i>Technology Management</i> <i>Innovation Culture and Management</i>
Studiensemester/Dauer der Module:	<i>1. Semester / 1 Semester</i>
Angebot:	<i>[X] jedes Semester</i> <i>[] jedes Studienjahr</i> <i>[] unregelmäßig</i>
Modulverantwortliche(r):	<i>Prof. Dr. Lutz Göcke</i>
Dozent(in):	<i>Prof. Dr. Lutz Göcke</i>
Sprache:	<i>Englisch</i>
Zuordnung zum Curriculum	Technology Management: <i>Pflicht: Intercultural Leadership and Technology</i> Innovation Culture and Management: <i>Pflicht: Intercultural Leadership and Technology</i>
Lehrform:	Technology Management <i>Online-Vorlesung + Präsenzveranstaltung</i> Innovation Culture and Management <i>Online-Vorlesung + Präsenzveranstaltung</i>
Arbeitsaufwand:	Technology Management <i>Präsenzstudium 8 Std. / Eigenstudium 82 Std.</i> Innovation Culture and Management <i>Präsenzstudium 8 Std. / Eigenstudium 82 Std.</i>
Kreditpunkte:	<i>6 LP</i>
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	
Empfohlene Voraussetzungen:	
Angestrebte Lernergebnisse:	Technology Management: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Die Studierenden verstehen die Prozesse der Technologieentwicklung und der Industrieentwicklung bzw. -disruption.</i> • <i>Die Studierenden können die theoretischen Kenntnisse anwenden, um die Auswirkungen einer Technologie auf eine bestehende Industrie zu analysieren.</i>

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Die Studierenden verstehen die Maßnahmen eines Unternehmens zur Nutzung und Verwaltung von Zugängen zu Technologien zur Erringung eines Wettbewerbsvorteils.</i> <p>Innovation Culture and Management:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Die Studierenden verstehen Innovation als eine Quelle von Wettbewerbsvorteilen.</i> • <i>Die Studierenden verstehen die Rolle von Innovationskulturen und dynamischen Fähigkeiten im Innovationsmanagement.</i> • <i>Die Studierenden kennen und verstehen verschiedene Innovationsstrategien, -prozesse und Formen der Organisation von Innovationen.</i> • <i>Die Studierenden verstehen die Bedeutung und die verschiedenen Formen zur Messung von Innovationserfolg.</i>
Inhalt:	<p>Technology Management:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Definition von Technologie und Innovation</i> • <i>Technologie als Quelle von Wettbewerbsvorteilen</i> • <i>Lebenszyklen von Technologien, Produkten, Unternehmen und Branchen</i> • <i>Theorien der Technologieentwicklung und der Industrieevolution/-retention (z.B. dominanter Entwurf, Adoption/Diffusion, Evolutionsökonomie, Strukturierung)</i> • <i>Arten von Innovationen/Technologien (z.B. architektonisch, störend, kompetenzvernichtend)</i> • <i>Analyse der technologiebedingten Veränderungen auf Industrie-, Unternehmens- und Ressourcenebene</i> • <i>Management von technologischer Innovation und Veränderung (z.B. Scannen, Erwerb, Lizenzierung, Patente, Netzwerke)</i> • <i>Spezifische Dynamik der digitalen Technologien (z.B. verteilte Entwicklungen, Open-Source)</i> <p>Innovation Culture and Management:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Definition von Erfindung, Innovation und unternehmerischer Initiative</i> • <i>Arten von Innovation (Produkt/Prozess/Geschäftsmodell, radikal/inkrementell, störend/unterhaltend)</i> • <i>Innovation als Quelle von markt- und ressourcenbasierten Wettbewerbsvorteilen</i> • <i>Spezifische Herausforderungen für das Innovationsmanagement (z.B. Legitimationsproblem, Problem der Ressourcenallokation, Messproblem)</i> • <i>Dimensionen einer innovativen und unternehmerischen Kultur</i> • <i>Innovationsstrategien (z.B. Inhalt, Zeitpunkt, Markteintritt)</i> • <i>Innovationsprozesse (z.B. Stage-Gate-Innovation, Agile Entwicklungsprozesse, Lean Startup, Geschlossene vs.</i>

	<p><i>Offene Innovation)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Organisation von Innovation und unternehmerischer Initiative (z.B. Innovationslabors, Unternehmensinkubatoren, Beschleuniger für Risikokapital)</i> • <i>Messung des Innovationserfolgs</i> • <i>Dynamische Fähigkeiten</i>
Studien-/Prüfungsleistungen / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<i>Theoretische Arbeit (Modulprüfung)</i>
Medienformen:	<i>Online Videoaufzeichnungen, Online-Kontrollfragen, Foliensammlung</i>
Literatur:	<p>Technology Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Burgelman/Christensen/Wheelwright (2008), Strategic Management of Technology and Innovation</i> • <i>Utterback (1996), Mastering the Dynamics of Innovation</i> • <i>Tushman/Anderson (1997), Managing Strategic Innovation and Change</i> • <i>Christensen (1997), Innovators Dilemma</i> • <i>McAfee/Brynjolfsson (2018), Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future</i> <p>Innovation Culture and Management:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Goffin/Mitchell (2016), Innovation Management: Effective strategy and implementation</i> • <i>Schilling (2019), Strategic Management of Technological Innovation</i> • <i>Ries (2017), The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses</i> • <i>Kuratko/Morris/Covin (2011), Corporate Innovation and Entrepreneurship</i> • <i>Christensen (1997), Innovators Dilemma</i> • <i>Hausschildt/Salomo/Schultz/Kock (2016), Innovationsmanagement</i> • <i>Schein (2016), Organizational Culture and Leadership</i>

1.2 Strategic Management

Modulbezeichnung:	<i>Strategic Management</i>
ggf. Modulniveau	
ggf. Kürzel	
ggf. Untertitel	
ggf. Lehrveranstaltungen:	<i>International Strategic Management Business Model Management</i>
Studiensemester/Dauer der Module:	<i>1. Semester / 1 Semester</i>
Angebot:	<i>[X] jedes Semester [] jedes Studienjahr [] unregelmäßig</i>
Modulverantwortliche(r):	<i>Dr. Karsten Jänsch</i>
Dozent(in):	<i>Dr. Karsten Jänsch Dr. Isabella Grahsl</i>
Sprache:	<i>Englisch</i>
Zuordnung zum Curriculum	International Strategic Management: <i>Pflicht: Intercultural Leadership and Technology</i> Business Model Management: <i>Pflicht: Intercultural Leadership and Technology</i>
Lehrform:	International Strategic Management <i>Online-Vorlesung + Präsenzveranstaltung</i> Business Model Management <i>Online-Vorlesung + Präsenzveranstaltung</i>
Arbeitsaufwand:	International Strategic Management <i>Präsenzstudium 8 Std. / Eigenstudium 82 Std.</i> Business Model Management <i>Präsenzstudium 8 Std. / Eigenstudium 82 Std.</i>
Kreditpunkte:	<i>6 LP</i>
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	
Empfohlene Voraussetzungen:	Business Model Management <ul style="list-style-type: none"> • Grundkenntnis in Managementtheorie (z.B. Kurs „Einführung ins Strategische Management“ auf Bachelor-Level) und/oder • Berufserfahrung in einer strategienahen Abteilung, in

	einem Startup oder einem/r Beratungshaus/Inhouse-Beratung
Angestrebte Lernergebnisse:	<p>International Strategic Management: <i>Nach Abschluss des Moduls sollen die Studierenden,</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>die Grundlagen internationaler Unternehmen verstehen.</i> • <i>die unterschiedlichen Konzepte internationaler Unternehmen sowohl verstehen als auch analysieren.</i> • <i>die Organisationsformen internationaler Unternehmen verstehen und anwenden.</i> • <i>Strategien zur Internationalisierung in ihrem Arbeitskontext verstehen, analysieren und anwenden.</i> • <i>die Rolle der Digitalisierung verstehen und anwenden.</i> <p>Business Model Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Die Studierenden haben einen Überblick zu Historie und Rahmenbedingungen („internet bubble burst“) der Initialzündung zur wissenschaftlichen Erforschung von Geschäftsmodellen (GFM), kennen zentrale Definitionen und verstehen die Relevanz des Themas für die Unternehmens(führungs)praxis</i> • <i>Die Studierenden haben erste Erfahrungen darin gesammelt, auf der Basis einer entwickelten Persona ein Zielkundensegment abzuleiten und das dahinterliegende Marktpotenzial zu quantifizieren</i> • <i>Nach Abschluss des Moduls haben sich die Studierenden mit realen Geschäftsmodellen des Mobilitätsmarkts eingehend auseinandergesetzt und können diese anhand von zentralen Kriterien beschreiben und miteinander vergleichen</i> • <i>Die Absolventen des Moduls haben Werkzeuge an der Hand, um relevante Erfolgskriterien eines Marktes zu identifizieren und Stärken und Schwächen von GFMs/ Wettbewerbern und Anpassungsbedarfe systematisch zu analysieren</i> • <i>Ausgehend von der Identifikation von Pains und Gains spezifischer, archetypischer Kundengruppen (sog. „Personas“) sind die Studierenden in der Lage, anhand einer strukturierten Methodik (Value Proposition Canvas) zielgruppenspezifisch Produkt- und Service-Angebote zu entwickeln und zu verproben</i> • <i>Aufbauend auf den Erkenntnissen des Value Proposition Canvas können sie komplette Geschäftsmodelle ableiten und in einem kompakten Format dar- und vorstellen und diese Methoden sicher in der Unternehmenspraxis anwenden</i> • <i>Schließlich werden die Studierenden dazu motiviert, sich auf Basis des Business Model Canvas im größeren Kontext mit markt-/ressourcenorientierten Analyseansätzen zur Beschreibung bzw. Erklärung relativer Wettbewerbsvorteile auseinanderzusetzen und logische Querverbindungen zu ziehen</i> • <i>Durch intensive Gruppenarbeit im Vorfeld und am</i>

	<i>Präsenztage sowie intensive Interaktion und Diskussion verbessern die Studierenden ihre Planungs- und Organisationsfähigkeit sowie die Fähigkeit zur Kooperation und Kollaboration für ein gemeinsames Ziel</i>
Inhalt:	<p>International Strategic Management:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Internationalisierung im Laufe der Geschichte</i> • <i>Arten der Internationalisierung</i> • <i>Konzepte internationaler Unternehmen</i> • <i>Organisation internationaler Unternehmen</i> • <i>Internationalisierungsstrategien von Unternehmen</i> • <i>Internationalisierung und Globalisierung</i> • <i>Einfluss der Digitalisierung auf internationale Unternehmen</i> <p>Business Model Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Einführung in Geschäftsmodellforschung: Historie, Definitionen, unterschiedliche Forschungsschwerpunkte und praktische Relevanz von Geschäftsmodellforschung</i> • <i>Analyse bestehender Geschäftsmodelle (mit Fokus auf klassische und neu entstehende Geschäftsmodelle und Mobilitätsmarkt) in Hinblick auf zu definierende Kriterien, die die Erfolgsfaktoren in den Marktsegmenten berücksichtigen</i> • <i>Nutzung von Personas als Dreh- und Angelpunkt für die Entwicklung kundenzentrierter Produkt- und Serviceangebote mithilfe des Value Proposition Canvas</i> • <i>Ansätze zur Abgrenzung von Zielmärkten und Praxiserfahrung in der Größenabschätzung relevanter Marktsegmente</i> • <i>Beschreibung und Vergleich von Geschäftsmodellen anhand des Business Model Canvas und Verständnis der „Mächtigkeit“ dieses Werkzeugs im Kontext der markt- und ressourcenbasierten Perspektive auf Wettbewerbsvorteile</i> • <i>Identifikation von Trigger Points zur Anpassung (sog. „Pivoting“) von Geschäftsmodellen</i>
Studien-/Prüfungsleistungen / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<p>International Strategic Management: <i>Theoretische Arbeit (Modulteilprüfung)</i></p> <p>Business Model Management: <i>Theoretische Arbeit (Modulteilprüfung)</i></p>
Medienformen:	<i>Online Videoaufzeichnungen, Online-Kontrollfragen</i>
Literatur:	<p>International Strategic Management:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Kutschker, Michael; Schmid, Stefan Internationales Management, München: Oldenbourg, 2012</i> • <i>Morschett, Dirk; Schramm-Klein, Hanna; Zentes, Joachim Strategic international management: text and cases, Wiesbaden: Springer Gabler, 2015</i>

	<p>Business Model Management:</p> <ul style="list-style-type: none">• <i>Business Model Generation, Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, 2009</i>• <i>The lean startup: how today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses, Ries, Eric (2014)</i>• <i>Resource Based View according to Contemporary Strategy Analysis, Robert M. Grant, 8th Edition, 2012</i>• <i>Porter, The Five Competitive Forces That Shape Strategy, Harvard business Review, January 2008</i>• <i>- Prahalad, Hamel: The Core Competence of the Corporation; HBR; Issue May-June 1990</i>
--	---

1.3 Organizational Development and Leadership

Modulbezeichnung:	<i>Organizational Development and Leadership</i>
ggf. Modulniveau	
ggf. Kürzel	
ggf. Untertitel	
ggf. Lehrveranstaltungen:	<i>Change Management: Dynamic in Organizations Leadership and Leading the Change</i>
Studiensemester/Dauer der Module:	<i>1. Semester / 1 Semester</i>
Angebot:	<i>[X] jedes Semester [] jedes Studienjahr [] unregelmäßig</i>
Modulverantwortliche(r):	<i>Dr. Michael Lindemann</i>
Dozent(in):	<i>Dr. Michael Lindemann</i>
Sprache:	<i>Englisch</i>
Zuordnung zum Curriculum	Change Management: Dynamic in Organizations: <i>Pflicht: Intercultural Leadership and Technology</i> Leadership and Leading the Change: <i>Pflicht: Intercultural Leadership and Technology</i>
Lehrform:	Change Management: Dynamic in Organizations <i>Online-Vorlesung + Präsenzveranstaltung</i> Leadership and Leading the Change <i>Online-Vorlesung + Präsenzveranstaltung</i>
Arbeitsaufwand:	Change Management: Dynamic in Organizations <i>Präsenzstudium 8 Std. / Eigenstudium 82 Std.</i> Leadership and Leading the Change <i>Präsenzstudium 8 Std. / Eigenstudium 82 Std.</i>
Kreditpunkte:	<i>6 LP</i>
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	
Empfohlene Voraussetzungen:	<i>Erste Praxiserfahrungen in den Bereichen Organisationentwicklung, Transformation, Führung</i>
Angestrebte Lernergebnisse:	Change Management: Dynamic in Organizations: <i>Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage,</i> <ul style="list-style-type: none"> • <i>die unterschiedlichen Formen des Wandels von Organisationen zu erkennen und zu unterscheiden,</i> • <i>den Verlauf des Wandels von Organisationen zu</i>

	<p><i>beschreiben,</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Methoden zur Steuerung des Wandels aufzuzeigen und die vorstehenden Inhalte in Fallbeispielen anzuwenden.</i> <p>Leadership and Leading the Change:</p> <p><i>Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage,</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Führungsstile zu unterscheiden,</i> • <i>Führungsaufgaben und -werkzeuge zu beschreiben,</i> • <i>Methoden zur Steuerung von Veränderungen aufzuzeigen und die vorstehenden Inhalte in Fallbeispielen anzuwenden.</i>
Inhalt:	<p>Change Management: Dynamic in Organizations:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Begriff and Merkmale von Wandel im Organisationskontext</i> <ol style="list-style-type: none"> a. <i>Begriff, Ursachen and Ziele des Wandels</i> b. <i>Arten and Ebenen des Wandels</i> c. <i>Erfolgsfaktoren and Probleme des Wandels</i> 2. <i>Phasen des Wandels</i> <ol style="list-style-type: none"> a. <i>Phasenmodell für den Wandel auf individueller Ebene</i> b. <i>Phasenmodelle für den Wandel auf Organisationsebene</i> 3. <i>Change Management</i> <ol style="list-style-type: none"> a. <i>Begriff and Formen</i> b. <i>Individuenbezogene Methoden</i> c. <i>Gruppenbezogenene Methoden</i> <p>Leadership and Leading the Change:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Führung</i> <ol style="list-style-type: none"> a. <i>Führungstheorien</i> b. <i>Führung der eigenen Person und Führung von Dritten</i> c. <i>Führungsaufgaben und -methoden</i> 2. <i>Führung von Veränderungsprozessen in Organisationen</i>
Studien-/Prüfungsleistungen / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<i>Theoretische Arbeit (Modulprüfung)</i>
Medienformen:	<i>Online Videoaufzeichnungen, Online-Kontrollfragen, Foliensammlung</i>
Literatur:	<p>Change Management – Dynamics in Organizations</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Anderson, Donald L. (2020): Organization Develop, Fifth Edition</i> • <i>Cummings, Thomas G.; Worley, Christopher G. (2015): Organization Development & Change, Tenth Edition</i>

- *Drucker, Peter F. (1999): Management Challenges for the 21st Century*
 - *Hodges, Julie (2016): Managing and Leading People through Organizational Change*
 - *Höfler, Manfred (2018): Adventure Change Management*
 - *Holman, Peggy et. al. (2007): The Change Handbook, Second Edition*
 - *Kotter, John P. (2012): Leading Change*
 - *Jones, Gareth R. (2013): Organizational Theory, Design, and Change, Seventh Edition*
 - *Myers, Piers et. al. (2012): Organizational Change*
 - *Palmer, Ian et. al. (2009): Managing Organizational Change, Third Edition*
 - *Pinnow, Daniel F. (2011) Leadership – What Really Matters*
 - *Scarlett, Hillary (2019): Neuroscience for Organizational Change*
 - *Smith, Richard et. al. (2014): The Effective Change Manager's Handbook*
 - *Swailes, Stephen; Senior, Barbara (2016): Organizational Change, Fifth Edition*
- Additional German books (optional)*
- *Lippmann, Eric et. al. (Hrsg.) (2019): Handbuch Angewandte Psychologie für Führungskräfte, 5. Auflage*
 - *Oesterreich, Bernd; Schröder, Claudia (2019): Agile Organisationsentwicklung*
 - *Werther, Simon; Jacobs, Christian (2014): Organisationsentwicklung - Freude am Change*

Leadership & Leading the Change

- *Malik; Fredmund (2015): Managing Performing Living*
 - *Hill, Charles W.; Jones, Gareth R. (2013): Strategic Management, Tenth Edition*
 - *Hodges, Julie (2016): Managing and Leading People through Organizational Change*
 - *Kok, Jacobus; van den Heuvel, Steven C. (Ed.) (2019): Leading in a VUCA World*
 - *Kotter, John P. (2012): Leading Change*
 - *Laloux, Frederic (2014): Reinventing Organizations*
 - *Laloux, Frederic (2016): Reinventing Organizations: An Illustrated Invitation*
 - *Jones, Gareth R. (2013): Organizational Theory, Design, and Change. Seventh Edition*
 - *Pinnow, Daniel F. (2011) Leadership – What Really Matters*
 - *Swailes, Stephen; Senior, Barbara (2016): Organizational Change. Fifth Edition*
- Additional German books (optional)*
- *Lippmann, Eric et. al. (Hrsg.) (2019): Handbuch*

Angewandte Psychologie für Führungskräfte, 5. Auflage

- *Schwarz, Manfred et. al. (2012): smartGuide Führung*
- *Werther, Simon; Jacobs, Christian (2014): Organisationsentwicklung - Freude am Change*

1.4 Transfer Assessment 1

Modulbezeichnung:	Transfer Assessment 1
ggf. Modulniveau	
ggf. Kürzel	
ggf. Untertitel	
ggf. Lehrveranstaltungen:	
Studiensemester/Dauer der Module:	<i>1. Semester / 1 Semester</i>
Angebot:	<i>[X] jedes Semester [] jedes Studienjahr [] unregelmäßig</i>
Modulverantwortliche(r):	<i>PD Dr. habil. Friederike Paetz</i>
Dozent(in):	<i>Anna Unterluggauer, M.Sc.</i>
Sprache:	<i>Englisch</i>
Zuordnung zum Curriculum	Transfer Assessment 1: <i>Pflicht: Intercultural Leadership and Technology</i>
Lehrform:	<i>Seminar</i>
Arbeitsaufwand:	<i>Präsenzstudium 8 Std. / Eigenstudium 172Std.</i>
Kreditpunkte:	<i>6 LP</i>
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	
Empfohlene Voraussetzungen:	
Angestrebte Lernergebnisse:	<p>Vollzeit: <i>Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage,</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>ein fortgeschrittenes wissenschaftliches Werkzeug zur unternehmerischen Positionsbestimmung zu erläutern und auf ihre vergangene oder zukünftig angestrebte, persönliche berufliche Situation zu transferieren;</i> • <i>eine Selbsteinschätzung ihrer Eingangskompetenzen zu Beginn des Studiums, im Hinblick auf die Studieninhalte, vorzunehmen und diese vor dem Hintergrund wissenschaftlicher Theoreme einzuordnen;</i> • <i>die Studieninhalte im Kontext eigener, vorausgegangener beruflicher Erfahrungen zu verorten;</i> • <i>sich eine gedankliche Grundlage zur Einschätzung der Relevanz des Studiums für zukünftige Karriereoptionen zu schaffen;</i> • <i>die eigene Motivation und Erwartungshaltung an das Studium, im Hinblick auf persönliche Weiterentwicklung</i>

	<p><i>und mögliche berufliche Karrierewege, zu erörtern;</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>persönliche fachliche und fachübergreifende Stärken und Schwächen, im Hinblick auf zukünftige Karriereoptionen, zu benennen.</i> <p>Teilzeit (berufsbegleitend):</p> <p><i>Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage,</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>ein fortgeschrittenes wissenschaftliches Werkzeug zur unternehmerischen Positionsbestimmung zu erläutern und auf ihre persönliche, aktuelle Karrieresituation zu transferieren;</i> • <i>eine Selbsteinschätzung ihrer Eingangskompetenzen zu Beginn des Studiums, im Hinblick auf die Studieninhalte, vorzunehmen und diese vor dem Hintergrund wissenschaftlicher Theoreme einzuordnen;</i> • <i>die Studieninhalte im Kontext des individuellen Arbeitsumfeldes zu verorten;</i> • <i>sich eine gedankliche Grundlage zur Einschätzung der Relevanz des Studiums im aktuellen beruflichen Umfeld und für zukünftige Karriereoptionen zu schaffen;</i> • <i>die eigene Motivation und Erwartungshaltung an das Studium, im Hinblick auf persönliche Weiterentwicklung, sowie die aktuelle berufliche Tätigkeit und mögliche zukünftige Karrierewege, zu erörtern;</i> • <i>persönliche fachliche und fachübergreifende Stärken und Schwächen im Hinblick auf die aktuelle berufliche Tätigkeit und zukünftige Karriereoptionen zu benennen.</i>
<p>Inhalt:</p>	<p><i>Vermittlung einer Einordnung der wissenschaftlichen Erkenntnisse des Studiums im Hinblick auf nächste Karriereschritte</i></p> <p>Vollzeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Erfassung der zu Beginn des Studiums vorhandenen fachlichen Kompetenzen der Studierenden im Hinblick auf die Lernziele der einzelnen Module des Studiengangs sowie der studiengangbezogenen fachübergreifenden Kompetenzen</i> • <i>Reflexion der Motivation und Erwartungshaltung der Studierenden im Hinblick auf das Studium</i> • <i>Erstellung einer persönlichen Positionsanalyse im Hinblick auf die persönliche vorangegangene berufliche Situation der Studierenden</i> <p>Teilzeit (berufsbegleitend):</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Erfassung der zu Beginn des Studiums vorhandenen fachlichen Kompetenzen der Studierenden im Hinblick auf die Lernziele der einzelnen Module des Studiengangs sowie der studiengangbezogenen fachübergreifenden Kompetenzen</i> • <i>Reflexion der Motivation und Erwartungshaltung der Studierenden im Hinblick auf das Studium</i>

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Erstellung einer persönlichen Positionsanalyse im Hinblick auf die aktuelle, berufliche Tätigkeit und/oder zukünftige Karriereoptionen der Studierenden</i>
Studien-/Prüfungsleistungen / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<i>Seminarleistung</i>
Medienformen:	<i>Interaktive Lernplattform Moodle, Einzel- und Gruppen-Workshops, Foliensatz, Kompetenz-Inventar</i>
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Erpenbeck, J. et al. (2017): Handbuch Kompetenzmessung, Erkennen, verstehen und bewerten von Kompetenzen in der betrieblichen, pädagogischen und psychologischen Praxis, 3. überarb. und erw. Auflage, Schäffer Poeschel, Stuttgart.</i> • <i>Helmold, M. (2021): Successful Management Strategies and Tools. Industry Insights, Case Studies and Best Practices, Springer, Berlin.</i> • <i>Kaufmann, T. (2021): Strategiewerkzeuge aus der Praxis, Analyse und Beurteilung der strategischen Ausgangslage, Springer Gabler. Berlin, Heidelberg.</i> • <i>Kreutzer, R. T. (2019): Toolbox for Marketing and Management: Creative Concepts, Forecasting Methods, and Analytical Instruments, Springer, Wiesbaden.</i>

1.5 Applied Project Seminar

Modulbezeichnung:	Applied Project Seminar
ggf. Modulniveau	
ggf. Kürzel	
ggf. Untertitel	
ggf. Lehrveranstaltungen:	
Studiensemester/Dauer der Module:	<i>2. Semester / 1 Semester</i>
Angebot:	<i>[X] jedes Semester [] jedes Studienjahr [] unregelmäßig</i>
Modulverantwortliche(r):	<i>PD Dr. habil. Friederike Paetz</i>
Dozent(in):	<i>Dr. Lars Heim</i>
Sprache:	<i>Englisch</i>
Zuordnung zum Curriculum	Applied Project Seminar: <i>Pflicht: Intercultural Leadership and Technology</i>
Lehrform:	<i>Seminar</i>
Arbeitsaufwand:	<i>Präsenzstudium 8 Std. / Eigenstudium 172 Std.</i>
Kreditpunkte:	<i>6 LP</i>
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	
Empfohlene Voraussetzungen:	
Angestrebte Lernergebnisse:	<p>Vollzeit:</p> <p><i>Nach Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage,</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>sich effizient und effektiv einen Überblick zum Diskussionsstand eines ausgewählten Fachgebiets zu verschaffen, d.h. insbesondere zielorientiert und sicher zum aktuellen Diskussionsstand einer ausgewählten, fachbezogenen Thematik zu recherchieren;</i> • <i>anhand geeigneter Methoden wissenschaftlich zu arbeiten, d.h. mit den Aussagen aus Originaltexten umzugehen und diese nach guter wissenschaftlicher Praxis in verständlicher</i>

	<p><i>Form für Dritte wiederzugeben;</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>wirtschafts- und ingenieurwissenschaftliches Fachwissen anzuwenden, um konkrete, praktische Probleme aus dem Berufsfeld, in dem sie bereits gearbeitet haben, zu lösen;</i> • <i>selbstständig eine vorgegebene Fragestellung wissenschaftlich aufzubereiten und zu verschriftlichen.</i> <p>Teilzeit (berufsbegleitend):</p> <p><i>Nach Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage,</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>sich effizient und effektiv einen Überblick zum Diskussionsstand eines ausgewählten Fachgebiets zu verschaffen, d.h. insbesondere zielorientiert und sicher zum aktuellen Diskussionsstand einer ausgewählten Thematik zu recherchieren;</i> • <i>anhand geeigneter Methoden wissenschaftlich zu arbeiten, d.h. mit den Aussagen aus Originaltexten umzugehen und diese nach guter wissenschaftlicher Praxis in verständlicher Form für Dritte wiederzugeben;</i> • <i>wirtschafts- und ingenieurwissenschaftliches Fachwissen anzuwenden, um konkrete, praktische Probleme aus dem Berufsfeld, in dem sie aktuell arbeiten, zu lösen;</i> • <i>selbstständig eine vorgegebene Fragestellung wissenschaftlich aufzubereiten und zu verschriftlichen.</i>
<p>Inhalt:</p>	<p>Vollzeit:</p> <p><i>Im Vordergrund des Seminars steht sowohl die Vertiefung von relevantem wirtschafts- und ingenieurwissenschaftlichem Fachwissen und seine Anwendung zur Lösung einer praxisbezogenen Fragestellung als auch die Aneignung aktueller Standards von Methodenkompetenzen in Bezug auf wissenschaftliches Arbeiten. Beides soll zu einem vorgegebenen, praxis-/unternehmensbezogenen Seminarthema verknüpft werden, um die Studierenden zum selbstständigen wissenschaftlichen Arbeiten zu befähigen.</i></p> <p><i>Die Studierenden setzen sich mit für sie neuen wirtschafts- bzw. ingenieurwissenschaftlichen Fragestellungen auseinander. Die Ergebnisse halten die Studierenden in Form einer schriftlichen, wissenschaftlichen Ausarbeitung fest. Eine Reflektion der Ergebnisse erfolgt im Rahmen einer Abschlusspräsentation.</i></p> <p>Teilzeit (berufsbegleitend):</p> <p><i>Im Vordergrund des Seminars steht sowohl die Vertiefung von relevantem wirtschafts- und ingenieurwissenschaftlichem Fachwissen und seine Anwendung zur Lösung einer praxisbezogenen Fragestellung als auch die Aneignung aktueller Standards von Methodenkompetenzen in Bezug auf wissenschaftliches Arbeiten. Beides soll zu Seminarthema aus der eigenen, aktuellen Berufspraxis der Studierenden verknüpft werden, um sie zum selbstständigen wissenschaftlichen Arbeiten zu befähigen.</i></p> <p><i>Die Studierenden setzen sich mit für sie neuen wirtschafts- bzw. ingenieurwissenschaftlichen Fragestellungen auseinander. Die</i></p>

	<i>Ergebnisse halten die Studierenden in Form einer schriftlichen, wissenschaftlichen Ausarbeitung fest. Eine Reflektion der Ergebnisse erfolgt im Rahmen einer Abschlusspräsentation.</i>
Studien-/Prüfungsleistungen / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<i>Seminarleistung</i>
Medienformen:	<i>Abhängig vom jeweiligen Seminarthema</i>
Literatur:	<i>Abhängig vom jeweiligen Seminarthema bzw.</i> <ul style="list-style-type: none"> • Esselborn-Krumbiegel, H. (2004): Von der Idee zum Text: Eine Anleitung zum wissenschaftlichen Schreiben, 2. Auflage, UTB Schöningh, Paderborn • Kornmeier, M. (2008): Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht: für Bachelor, Master und Dissertation, UTB Haupt, Bern

1.6 Business Simulation Going Global

Modulbezeichnung:	<i>Business Simulation Going Global</i>
ggf. Modulniveau	
ggf. Kürzel	
ggf. Untertitel	
ggf. Lehrveranstaltungen:	<i>Business Simulation Going Global</i>
Studiensemester/Dauer der Module:	<i>2. Semester / 1 Semester</i>
Angebot:	<i>[X] jedes Semester [] jedes Studienjahr [] unregelmäßig</i>
Modulverantwortliche(r):	<i>Dr. Carolin Wabia</i>
Dozent(in):	<i>Dr. Carolin Wabia</i>
Sprache:	<i>Englisch</i>
Zuordnung zum Curriculum	Business Simulation Going Global: <i>Pflicht: Intercultural Leadership and Technology</i>
Lehrform:	<i>Online-Vorlesung + Präsenzveranstaltung</i>
Arbeitsaufwand:	<i>Präsenzstudium 8 Std. / Eigenstudium 172 Std.</i>
Kreditpunkte:	<i>6 LP</i>
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	
Empfohlene Voraussetzungen:	
Angestrebte Lernergebnisse:	<p><i>Nach Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>multikulturelle Teams zu koordinieren.</i> • <i>in einer virtuellen Arbeitsumgebung zu arbeiten.</i> • <i>Internationalisierungs- sowie Anpassungsstrategien zu entwickeln und umzusetzen.</i> • <i>Chancen und Risiken in wirtschaftlich unterschiedlichen</i>

	<p><i>Märkten zu überprüfen und einzuordnen.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>in einem wettbewerbsorientierten Umfeld zu agieren und zu reagieren.</i> • <i>unternehmerisch mit einer langfristigen Vision zu handeln.</i> • <i>die Volatilität der weltweiten Märkte zu verstehen.</i> • <i>zielorientierte globale und regionale Strategien zu formulieren und umzusetzen.</i> • <i>Entscheidungen in einem unsicheren Umfeld zu treffen.</i>
Inhalt:	<p><i>Die Business Simulation „Going Global“ ist ein Wirtschaftsplanspiel, das in einem globalen Wettbewerbsumfeld angesiedelt ist.</i></p> <p><i>Die Teilnehmer führen ihr eigenes multinationales Unternehmen, das sich über sechs verschiedene Wirtschaftsregionen erstreckt, in denen unterschiedliche Marktbedingungen zu bewältigen sind. Die Studenten bewerten die Stärken und Schwächen ihres Unternehmens, um wettbewerbsfähig und erfolgreich auf den Märkten zu bleiben.</i></p>
Studien-/Prüfungsleistungen / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<i>Seminarleistung (Leistungsnachweis)</i>
Medienformen:	<i>Online-Planspiel</i>
Literatur:	<i>Teilnehmerhandbuch</i>

1.7 International Project Management live

Modulbezeichnung:	International Project Management live
ggf. Modulniveau	
ggf. Kürzel	
ggf. Untertitel	
ggf. Lehrveranstaltungen:	<i>International Project Management live</i>
Studiensemester/Dauer der Module:	<i>2. Semester / 1 Semester</i>
Angebot:	<i>[X] jedes Semester [] jedes Studienjahr [] unregelmäßig</i>
Modulverantwortliche(r):	<i>Herr Hans-Jürgen Weißer</i>
Dozent(in):	<i>Herr Hans-Jürgen Weißer</i>
Sprache:	<i>Englisch</i>
Zuordnung zum Curriculum	International Project Management live: <i>Pflicht: Intercultural Leadership and Technology</i>
Lehrform:	<i>Online-Vorlesung + Präsenzveranstaltung</i>
Arbeitsaufwand:	<i>Präsenzstudium 16 Std. / Eigenstudium 164 Std.</i>
Kreditpunkte:	<i>6 LP</i>
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	
Empfohlene Voraussetzungen:	
Angestrebte Lernergebnisse:	<p><i>Am Ende des Moduls werden die Studierenden in der Lage sein,</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <i>• ein fundiertes Wissen über Teammanagement, Sitzungsleitung, Verhandlungen und Konfliktmanagement anzuwenden.</i> <i>• mit schwierigen Situationen bei der Planung und Durchführung von Projekten umzugehen.</i> <i>• Lösungen für Probleme zu finden, die innerhalb von Projektteams oder mit anderen Projektbeteiligten auftreten.</i> <i>• die Projektmanagementprozesse, die im Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide) beschrieben sind, anzuwenden.</i> <i>• Projektressourcen zu planen und Projektmanagement-Tools zu verwenden.</i> <i>• Entscheidungen im Team zu treffen und auch in Stresssituationen des Projektmanagements richtig zu reagieren.</i>

Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Projektinitiierung und -organisation</i> • <i>Definition des Umfangs und Entwicklung des Konzepts eines Projekts</i> • <i>Planung von Aktivitäten und Ressourcen</i> • <i>Risikoanalyse, Überwachung und Kontrolle</i> • <i>Kostenvoranschläge, Budget und Kostenkontrolle</i> • <i>Qualitätsplanung und -kontrolle</i> • <i>Leistungskontrolle und Änderungsmanagement</i> • <i>Schulung und Teambildung, Kommunikation</i> • <i>Projektabschluss, Lehren aus dem Projekt</i>
Studien-/Prüfungsleistungen / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<i>Seminarleistung (Leistungsnachweis)</i>
Medienformen:	<i>Simulationssoftware, Online Videoaufzeichnungen, Online-Kontrollfragen</i>
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Project Management Institute: A Guide to the Project Management Body of Knowledge (Pmbok Guide)</i>

1.8 Theory-Practice-Reflection

Modulbezeichnung:	Theory-Practice-Reflection
ggf. Modulniveau	
ggf. Kürzel	
ggf. Untertitel	
ggf. Lehrveranstaltungen:	
Studiensemester/Dauer der Module:	<i>2. Semester / 1 Semester</i>
Angebot:	<i>[X] jedes Semester [] jedes Studienjahr [] unregelmäßig</i>
Modulverantwortliche(r):	<i>PD Dr. habil. Friederike Paetz</i>
Dozent(in):	<i>Anna Unterluggauer, M.Sc.</i>
Sprache:	<i>Englisch</i>
Zuordnung zum Curriculum	Theory-Practice-Reflection: <i>Pflicht: Intercultural Leadership and Technology</i>
Lehrform:	<i>Seminar</i>
Arbeitsaufwand:	<i>Präsenzstudium 8 Std. / Eigenstudium 172 Std.</i>
Kreditpunkte:	<i>6 LP</i>
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	
Empfohlene Voraussetzungen:	<i>Erfolgreicher Abschluss Modul Transfer Assessment I</i>
Angestrebte Lernergebnisse:	<p>Vollzeit: <i>Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls Theory-Practice-Reflection in der Lage,</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Zusammenhänge zwischen zukünftig angestrebten Berufsfeldern und den theoretischen und praktischen Studieninhalten zu erkennen, zu beschreiben und zu reflektieren;</i> • <i>Ausgewählte wissenschaftliche Ansätze von Sozialkompetenzen darzustellen und in Bezug auf die eigene vorangegangene und/oder zukünftig angestrebte berufliche Situation anzuwenden und zu reflektieren;</i> • <i>die Studieninhalte im Kontext eigener vorausgegangener beruflicher Erfahrungen zu verorten;</i> • <i>die Studieninhalte der im ersten und zweiten Semester absolvierten Module mit zukünftig angestrebten Berufsfeldern zu verknüpfen, zu dokumentieren und im Hinblick auf eine persönliche (Weiter-)Qualifikation für die</i>

	<p><i>zukünftige berufliche Praxis kritisch zu hinterfragen;</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>eine Selbsteinschätzung ihrer Kompetenzen im Hinblick auf die im ersten und zweiten Semester absolvierten Studieninhalte vorzunehmen und diese vor dem Hintergrund wissenschaftlicher Theoreme einzuordnen;</i> • <i>eine Selbsteinschätzung der Relevanz des Studiums für zukünftige Karriereoptionen vorzunehmen.</i> <p>Teilzeit (berufsbegleitend):</p> <p><i>Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls Theory-Practice-Reflection in der Lage,</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Zusammenhänge zwischen der täglichen beruflichen Praxis und den theoretischen und praktischen Studieninhalten zu erkennen, zu beschreiben und zu reflektieren;</i> • <i>ausgewählte wissenschaftliche Ansätze von Sozialkompetenzen darzustellen und in Bezug auf die eigene aktuelle Karrieresituation anzuwenden und im Kontext der täglichen beruflichen Praxis zu reflektieren;</i> • <i>die Studieninhalte der im ersten und zweiten Semester absolvierten Module mit Bereichen der eigenen beruflichen Praxis zu verknüpfen, zu dokumentieren und im Hinblick auf eine auf eine persönliche (Weiter-)Qualifikation für die berufliche Praxis kritisch zu hinterfragen;</i> • <i>eine Selbsteinschätzung ihrer Kompetenzen im Hinblick auf die im ersten und zweiten Semester absolvierten Studieninhalte vorzunehmen und diese vor dem Hintergrund wissenschaftlicher Theoreme einzuordnen;</i> • <i>die Studieninhalte im Kontext des eigenen beruflichen Umfeldes zu verorten;</i> • <i>eine Selbsteinschätzung der Relevanz des Studiums im eigenen beruflichen Umfeld und für zukünftige Karriereoptionen vorzunehmen.</i>
<p>Inhalt:</p>	<p>Vollzeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Erfassen und Aufzeigen von Synergien zwischen Theorie und Praxis im Hinblick auf die vorangegangene berufliche Situation, angestrebte persönliche Weiterentwicklung und zukünftige Karriereoptionen</i> • <i>Eigenständiges Literaturstudium zu fortgeschrittenen Methoden und Inhalten der Thematik „Sozial- und Selbstkompetenz“ und/oder der Persönlichkeitsentwicklung</i> • <i>Kritisches Hinterfragen der einzelnen Studieninhalte im Hinblick auf die zukünftige berufliche Relevanz</i> • <i>Erfassen der nach Abschluss des 2. Semesters vorhandenen fachlichen Kompetenzen der Studierenden im Hinblick auf die Lernziele der einzelnen Module des Studiengangs, sowie der studiengangbezogenen fachübergreifenden Kompetenzen</i> • <i>Reflexion der Motivation und Erwartungshaltung der Studierenden im Hinblick auf das Studium</i> <p>Teilzeit (berufsbegleitend):</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Erfassen und Aufzeigen von Synergien zwischen Theorie</i>

	<p><i>und Praxis im Hinblick auf die aktuelle Karrieresituation, die angestrebte persönliche Weiterentwicklung und zukünftige Karriereoptionen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Eigenständiges Literaturstudium zu fortgeschrittenen Methoden und Inhalten der Thematik „Sozial- und Selbstkompetenz“ oder/und der Persönlichkeitsentwicklung</i> • <i>Kritisches Hinterfragen der Studieninhalte im Hinblick auf die berufliche Relevanz</i> • <i>Erfassen der nach Abschluss des 2. Semesters vorhandenen fachlichen Kompetenzen der Studierenden im Hinblick auf die Lernziele der einzelnen Module des Studiengangs, sowie der studiengangbezogenen fachübergreifenden Kompetenzen</i> • <i>Reflektion der Motivation und Erwartungshaltung der Studierenden im Hinblick auf das Studium</i>
Studien-/Prüfungsleistungen / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<i>Seminarleistung</i>
Medienformen:	<i>Interaktive Lernplattform Moodle, Einzel- und Gruppen-Workshops, Foliensatz, Kompetenz-Inventar</i>
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Ahrendt, B. et al. (2021): Erfolgsfaktor Sozialkompetenz, Mitarbeiterpotenziale systematisch identifizieren und entwickeln, Haufe Group, Freiburg, München, Stuttgart.</i> • <i>Amstrong, M. and Taylor, S. (2020): Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice, Kogan Page, London.</i> • <i>Del Prette, Z. A. P. and Del Prette, A. (2021): Social Competence and Social Skills, A Theoretical and Practical Guide, Springer Nature Switzerland, Cham.</i> • <i>Erpenbeck, J. et al. (2017): Handbuch Kompetenzmessung, Erkennen, verstehen und bewerten von Kompetenzen in der betrieblichen, pädagogischen und psychologischen Praxis, 3. überarb. und erw. Auflage, Schäffer Poeschel, Stuttgart.</i>

1.9 International Marketing and Sales

Modulbezeichnung:	International Marketing and Sales
ggf. Modulniveau	
ggf. Kürzel	
ggf. Untertitel	
ggf. Lehrveranstaltungen:	<i>International Marketing Sales Management</i>
Studiensemester/Dauer der Module:	<i>3. Semester / 1 Semester</i>
Angebot:	<i>[X] jedes Semester [] jedes Studienjahr [] unregelmäßig</i>
Modulverantwortliche(r):	<i>Prof. Dr. Winfried Steiner</i>
Dozent(in):	<i>Prof. Dr. Thomas Niemand Prof. Dr. Winfried Steiner</i>
Sprache:	<i>Englisch</i>
Zuordnung zum Curriculum	International Marketing: <i>Pflicht: Intercultural Leadership and Technology</i> Sales Management: <i>Pflicht: Intercultural Leadership and Technology</i>
Lehrform:	International Marketing <i>Online-Vorlesung + Präsenzveranstaltung</i> Sales Management <i>Online-Vorlesung + Präsenzveranstaltung</i>
Arbeitsaufwand:	International Marketing <i>Präsenzstudium 8 Std. / Eigenstudium 82 Std.</i> Sales Management <i>Präsenzstudium 8 Std. / Eigenstudium 82 Std.</i>
Kreditpunkte:	<i>6 LP</i>
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	
Empfohlene Voraussetzungen:	
Angestrebte Lernergebnisse:	International Marketing: <i>Die Studierenden haben ein grundlegendes Verständnis des modernen Marketings, verstehen seine Ebenen und können das internationale Marketing von verschiedenen und verwandten Marketingphänomenen unterscheiden. Die Studierenden kennen die Problematik der Standardisierung gegenüber der</i>

	<p><i>Differenzierung. Die Studierenden haben die Fähigkeit entwickelt, strategische und taktische Instrumente zu differenzieren und können diese im Kontext des internationalen Marketings im Rahmen der Standardisierung und Differenzierung einsetzen. Die Studierenden können kulturelle Aspekte und Konzepte auf die Fragen der Standardisierung vs. Differenzierung beziehen und kennen ausgewählte Channel- und Funnel-Marketingstrategien im internationalen Marketing.</i></p> <p>Sales Management:</p> <p><i>Die Studierenden kennen die grundlegenden Ziele und Instrumente des Vertriebsmanagements. Sie verstehen es, mit konkreten Methoden und Analysemöglichkeiten (z.B. Sales-Response-Modellierung, Expertenbefragungen oder Präferenzanalysen) konkrete Implikationen für die Vertriebsplanung abzuleiten. Die Studierenden verfügen darüber hinaus über die analytischen Fähigkeiten, um mit bewährten Modellansätzen fundierte Absatzprognosen hinsichtlich der Instrumente der Produktpolitik, der Preisgestaltung, der Kommunikation und der Vertriebspolitik zu erstellen. Die Studierenden kennen auch die wichtigsten empirischen Erkenntnisse über die Auswirkungen von Marketingaktivitäten auf den Absatz von Produkten.</i></p>
Inhalt:	<p>International Marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Grundlagen des Marketings und Ebenen des Marketings</i> • <i>Standardisierung vs. Differenzierungsfragen im globalen und internationalen Marketing</i> • <i>Implementierung strategischer und taktischer Instrumente</i> • <i>Kulturelle Aspekte und Konzepte und ihre Relevanz für das Marketing</i> • <i>Kanal- und Trichter-Marketing im internationalen Marketing</i> <p>Sales Management:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Grundlagen des Vertriebsmanagements</i> • <i>Deskriptive Modellierungsansätze (Sales-Response-Funktionen, Conjoint-Analyse, Expertenbefragungen)</i> • <i>Vertriebsmanagement im Bereich der Neuproduktplanung</i> • <i>Verkaufsmanagement-Tools für Produktmanagement, Preisgestaltung, Kommunikation und Vertrieb</i> • <i>Empirische Erkenntnisse über die Wirkung von Marketing-Mix-Aktivitäten auf den Verkauf von Produkten</i>
Studien-/Prüfungsleistungen / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<p>International Marketing: <i>theoretische Arbeit (Modulteilprüfung)</i></p> <p>Sales Management: <i>theoretische Arbeit (Modulteilprüfung)</i></p>
Medienformen:	<i>Online Videoaufzeichnungen, Online-Kontrollfragen</i>
Literatur:	International Marketing:

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Cateora, P. R., Gilly, M. C., Graham, J. L., and Money, R. B. (2016). International marketing (17th ed.). New York, NY: McGraw-Hill Education.</i> • <i>Keegan, W.J., Green, M.C. (2015): Global Marketing (8th ed.). Harlow: Pearson.</i> • <i>Usunier, J.-C., and Lee, J. A. (2013). Marketing across cultures (6th ed.). Harlow: Pearson.</i> • <i>+ selected articles</i> <p>Sales Management:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Choudhury, R.G. (2019): Sales and Distribution Management for Organizational Growth, IGI Global</i> • <i>Johnston, M.W.; Marshall, G.W. (2013): Sales Force Management, 11th ed., Routledge</i> • <i>Lilien, G.L. (2018): Advisor 1: A Descriptive Model of Advertising Budgeting for Industrial Products, Forgotten Books</i> • <i>Lilien; Gary L.; Rangaswamy; Arvind; De Bruyn A. (2017): Principles of Marketing Engineering and Analytics, State College, PA 16803</i> • <i>Orme, B. (2013): Getting Started with Conjoint Analysis.</i> • <i>Simon, H., Fassnacht, M. (2018): Price Management: Strategy, Analysis, Decision, Implementation, Springer</i> • <i>van Heerde, H.J., Neslin, S.A. (2008): Sales Promotion Models, in: Handbook of Marketing Decision Models, International Series in Operational Research and Management Science, New York</i> • <i>+ selected articles</i>
--	--

1.10 Big Data Management and Analytics

Modulbezeichnung:	<i>Big Data Management and Analytics</i>
ggf. Modulniveau	
ggf. Kürzel	
ggf. Untertitel	
ggf. Lehrveranstaltungen:	<i>Big Data Management Big Data Analytics</i>
Studiensemester/Dauer der Module:	<i>3. Semester / 1 Semester</i>
Angebot:	<i>[X] jedes Semester [] jedes Studienjahr [] unregelmäßig</i>
Modulverantwortliche(r):	<i>Prof. Dr. Sven Hartmann</i>
Dozent(in):	<i>Prof. Dr. Sven Hartmann</i>
Sprache:	<i>Englisch</i>
Zuordnung zum Curriculum	Big Data Management: <i>Pflicht: Intercultural Leadership and Technology</i> Big Data Analytics: <i>Pflicht: Intercultural Leadership and Technology</i>
Lehrform:	Big Data Management <i>Online-Vorlesung + Präsenzveranstaltung</i> Big Data Analytics <i>Online-Vorlesung + Präsenzveranstaltung</i>
Arbeitsaufwand:	Big Data Management <i>Präsenzstudium 8 Std. / Eigenstudium 82 Std.</i> Big Data Analytics <i>Präsenzstudium 8 Std. / Eigenstudium 82 Std.</i>
Kreditpunkte:	<i>6 LP</i>
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	
Empfohlene Voraussetzungen:	
Angestrebte Lernergebnisse:	<i>Nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls verstehen die Studierenden die Herausforderungen des Managements und der Analyse von sehr großen Datenmengen und Datenströmen in modernen daten-intensiven Anwendungen und beherrschen IT-basierte Lösungsansätze.</i>
Inhalt:	<i>Behandelt wird eine Auswahl folgender Themen:</i>

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Eigenschaften, Herausforderungen und Anwendungen von Big Data</i> • <i>NoSQL- and NewSQL-Databases</i> • <i>Cloud- und Multi-tenant-Databases</i> • <i>Data Processing mit Hadoop, MapReduce und Spark</i> • <i>Management und Mining von Datenströmen</i> • <i>Frequent Item Sets</i> • <i>Vorverarbeitung von Daten</i> • <i>Hochdimensionale Daten</i> • <i>Graph-Datenbanken und Analyse von Graphdaten</i> • <i>Soziale Netzwerke, Recommender Systeme</i>
Studien-/Prüfungsleistungen / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<i>Theoretische Arbeit</i>
Medienformen:	<i>Online Videoaufzeichnungen, Online-Kontrollfragen</i>
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Abiteboul et al. (2011): Web Data Management, Cambridge University Pres</i> • <i>Leskovec, Rajaraman, Ullman (2020): Mining of Massive Datasets Frampton: Complete Guide to Open Source Big Data Stack, Apress</i> • <i>Emrouznejad, Charles (2018): Big Data for the Greater Good, Springer</i> • <i>Kipf u.a (2019).: Scalable Analytics on Fast Data, ACM ToDS</i>

1.11 German and European Leadership and Business Culture

Modulbezeichnung:	<i>German and European Leadership and Business Culture</i>
ggf. Modulniveau	
ggf. Kürzel	
ggf. Untertitel	
ggf. Lehrveranstaltungen:	<i>German and European Business Culture Leadership in German and European Companies</i>
Studiensemester/Dauer der Module:	<i>3. Semester / 1 Semester</i>
Angebot:	<i>[X] jedes Semester [] jedes Studienjahr [] unregelmäßig</i>
Modulverantwortliche(r):	<i>Dr. Dirk Tröndle</i>
Dozent(in):	<i>Dr. Dirk Tröndle</i>
Sprache:	<i>Englisch</i>
Zuordnung zum Curriculum	German and European Business Culture: <i>Pflicht: Intercultural Leadership and Technology</i> Leadership in German and European Companies: <i>Pflicht: Intercultural Leadership and Technology</i>
Lehrform:	German and European Business Culture <i>Online-Vorlesung + Präsenzveranstaltung</i> Leadership in German and European Companies <i>Online-Vorlesung + Präsenzveranstaltung</i>
Arbeitsaufwand:	German and European Business Culture <i>Präsenzstudium 8 Std. / Eigenstudium 82 Std.</i> Leadership in German and European Companies <i>Präsenzstudium 8 Std. / Eigenstudium 82 Std.</i>
Kreditpunkte:	<i>6 LP</i>
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	
Empfohlene Voraussetzungen:	
Angestrebte Lernergebnisse:	German and European Business Culture <i>Die Studierenden haben ein Verständnis für die deutsche Kultur und die Kulturen der anderen europäischen Länder. Sie sollen erkennen können, wie sich die Kulturen dieser Länder im Laufe der Zeit bis zum aktuellen Stand entwickelt haben. Sie sollen verstehen und damit umgehen können, wie sich die Landeskulturen auf die Unternehmen, Branchen und</i>

	<p><i>Professionalitätskulturen auswirken.</i></p> <p><i>Sie sollen in der Lage sein, in dem jeweiligen spezifischen kulturellen Umfeld erfolgreiche Unternehmensaktivitäten identifizieren und umsetzen zu können.</i></p> <p>Leadership in German and European Companies</p> <p><i>Die Studierenden sollen die kulturellen Einflüsse und deren Konsequenzen auf die Unternehmensführung bei deutschen und anderen europäischen Unternehmen erkennen können.</i></p> <p><i>Sie sollen Verständnis für den Einfluss kultureller Unterschiede auf allen Führungsebenen erlangen und in der Lage sein, entsprechende Führungsaktivitäten darauf auszurichten.</i></p>
Inhalt:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Globale Trends der Geopolitik und deren Auswirkungen auf kulturelle Unterschiede in Deutschland und Europa 2. Aktuelle Märkte und Zukunftsmärkte (Potential) für deutsche und europäische Unternehmen 3. Konzepte und Theorien des interkulturellen Managements in Deutschland und Europa 4. Führung und Kultur: Das Globe-Projekt 5. Kulturunabhängige universelle Handlungsstrategien 6. Integrierende Globale und europäische Tendenzen der Vereinheitlichung 7. Differenzierende kulturabhängige Handlungsstrategien 8. Human Resource Management in deutschen und europäischen Unternehmen
Studien-/Prüfungsleistungen / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<i>Theoretische Arbeit (Leistungsnachweis)</i>
Medienformen:	<i>Online Videoaufzeichnungen, Online-Kontrollfragen</i>
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> • <i>H. Dunning (1993): Multinational Enterprises and the Global Economy. 2. Auflage. Wokingham u. a.</i> • <i>House, RJ.; Hanges PJ.; Javidan, M.; Dorfman, PW. and Gupta, V. (2004). Culture, Leadership, and Organizations. The GLOBE Study of 62 Societies. Sage Publications, California</i> • <i>Bartlett, G., and Ghoshal, S. (1989). Managing Across Borders. London: Century.</i> • <i>Clegg, S., Ibarra-Colado, E., and Bueno-Rodriguez, L. (Eds.). (1999). Global management– universal theories and local realities. London: Sage.</i> • <i>Hofstede, G. (1980). Culture’s consequences. London: Sage.</i> • <i>Ohmae, K. (1990). The borderless world: power and strategy in the interlinked economy. New York: Free Press.</i> • <i>Pedro Macedo Leao (2011). Germany - Keys To Understanding German Business Culture.</i>

1.12 Transfer Assessment 2

Modulbezeichnung:	Transfer Assessment 2
ggf. Modulniveau	
ggf. Kürzel	
ggf. Untertitel	
ggf. Lehrveranstaltungen:	
Studiensemester/Dauer der Module:	<i>3. Semester / 1 Semester</i>
Angebot:	<i>[X] jedes Semester [] jedes Studienjahr [] unregelmäßig</i>
Modulverantwortliche(r):	<i>PD Dr. habil. Friederike Paetz</i>
Dozent(in):	<i>Anna Unterluggauer, M.Sc.</i>
Sprache:	<i>Englisch</i>
Zuordnung zum Curriculum	Transfer Assessment 2: <i>Pflicht: Intercultural Leadership and Technology</i>
Lehrform:	<i>Seminar</i>
Arbeitsaufwand:	<i>Präsenzstudium 8 Std. / Eigenstudium 172 Std.</i>
Kreditpunkte:	<i>6 LP</i>
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	
Empfohlene Voraussetzungen:	<i>Erfolgreicher Abschluss Modul Transfer Assessment 1 und Modul Theory-Practice-Reflection</i>
Angestrebte Lernergebnisse:	<p>Vollzeit: <i>Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage,</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>eine Selbsteinschätzung der Erreichung der durch das Studium vorgegebenen Lernziele vorzunehmen;</i> • <i>eine Selbsteinschätzung ihrer Eingangskompetenzen zu Beginn des Studiums im Verhältnis zu den im Studium erlangten Kenntnissen vorzunehmen;</i> • <i>die Studieninhalte des dritten Semesters im Kontext eigener, vorausgegangener beruflicher Erfahrungen zu verorten;</i> • <i>eine Selbsteinschätzung der Relevanz des Studiums für zukünftige Karriereoptionen vorzunehmen;</i> • <i>Fortgeschrittene Methoden der Strategieentwicklung zu erläutern und auf die eigene vorausgegangene oder angestrebte berufliche Situation zu transferieren und im eigenen Kontext zu reflektieren;</i> • <i>den Ausbau persönlicher fachlicher und fachübergreifender</i>

	<p><i>Stärken und Abbau von Schwächen, im Hinblick auf zukünftige Karriereoptionen, zu analysieren.</i></p> <p>Teilzeit (berufsbegleitend):</p> <p><i>Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage,</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>eine Selbsteinschätzung ihrer Eingangskompetenzen zu Beginn des Studiums im Verhältnis zu den im Studium erlangten Kenntnissen vorzunehmen;</i> • <i>eine Selbsteinschätzung der Erreichung der durch das Studium vorgegebenen Lernziele vorzunehmen;</i> • <i>die Studieninhalte des dritten Semesters im Kontext des individuellen aktuellen Arbeitsumfeldes zu verorten;</i> • <i>eine Selbsteinschätzung der Relevanz des Studiums im Arbeitsalltag und für das aktuelle Berufsumfeld und zukünftige Karriereoptionen vorzunehmen;</i> • <i>fortgeschrittene Methoden der Strategieentwicklung zu erläutern und auf die eigene aktuelle und angestrebte Karrieresituation zu transferieren und im eigenen Karrierekontext zu reflektieren;</i> • <i>den Ausbau persönlicher fachlicher und fachübergreifende Stärken und Abbau von Schwächen, im Hinblick auf die aktuelle berufliche Tätigkeit und zukünftige Karriereoptionen zu analysieren.</i>
<p>Inhalt:</p>	<p>Vollzeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Literaturbasiertes Selbststudium zu fortgeschrittenen Methoden der Strategieentwicklung</i> • <i>Erfassen der zum Ende des Studiums vorhandenen fachlichen und überfachlichen Kompetenzen</i> • <i>Vergleich der Start-Kompetenzen (Beginn des Studiums) mit aktuellen Kompetenzen (Ende des Studiums) in Bezug auf die vorausgegangene Berufserfahrung oder zukünftig angestrebte berufliche Situation</i> • <i>Evaluation des Lernerfolgs der Studieninhalte anhand der Kompetenzinventare des 1., 2. und 3. Semesters</i> <p>Teilzeitstudium (berufsbegleitend):</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Literaturbasiertes Selbststudium zu fortgeschrittenen Methoden der Strategieentwicklung</i> • <i>Erfassen der zum Ende des Studiums vorhandenen fachlichen und überfachlichen Kompetenzen</i> • <i>Vergleich der Start-Kompetenzen (Beginn des Studiums) mit aktuellen Kompetenzen (Ende des Studiums) in Bezug auf die aktuelle und angestrebte Karrieresituation</i> • <i>Evaluation des Lernerfolgs der Studieninhalte anhand der Kompetenzinventare des 1., 2. und 3. Semesters</i>
<p>Studien-/Prüfungsleistungen / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</p>	<p><i>Seminarleistung</i></p>

Medienformen:	<i>Interaktive Lernplattform Moodle, Einzel- und Gruppen-Workshops, Foliensatz, Kompetenz-Inventar</i>
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Armstrong, M. and Taylor, S. (2020): Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice, Kogan Page, London.</i> • <i>Erpenbeck, J. et al. (2017): Handbuch Kompetenzmessung, Erkennen, verstehen und bewerten von Kompetenzen in der betrieblichen, pädagogischen und psychologischen Praxis, 3. überarb. Und erw. Auflage, Schäffer Poeschel, Stuttgart.</i> • <i>Kaufmann, T. (2021): Strategiewerkzeuge aus der Praxis, Analyse und Beurteilung der strategischen Ausgangslage, Springer Gabler, Berlin, Heidelberg.</i> • <i>Kreutzer, R. T. (2019): Toolbox for Marketing and Management: Creative Concepts, Forecasting Methods, and Analytical Instruments, Springer, Wiesbaden.</i> • <i>North, K. and Kumta, G. (2018): Knowledge Management, Value Creation Through Organizational Learning, Springer, Wiesbaden.</i>

1.13 Leadership and Intercultural Competence in Russia

Modulbezeichnung:	<i>Leadership and Intercultural Competence in Russia</i>
ggf. Modulniveau	
ggf. Kürzel	
ggf. Untertitel	
ggf. Lehrveranstaltungen:	<i>Leadership in Russian Companies</i> <i>Russian Business Culture</i>
Studiensemester/Dauer der Module:	<i>2. Semester / 1 Semester</i>
Angebot:	<i>[X] jedes Semester</i> <i>[] jedes Studienjahr</i> <i>[] unregelmäßig</i>
Modulverantwortliche(r):	<i>Dr. Radik Valliulin</i>
Dozent(in):	<i>Dr. Radik Valliulin</i>
Sprache:	<i>Englisch</i>
Zuordnung zum Curriculum	Leadership in Russian Companies: <i>Wahlpflicht: Intercultural Leadership and Technology</i> Russian Business Culture: <i>Wahlpflicht: Intercultural Leadership and Technology</i>
Lehrform:	Leadership in Russian Companies <i>Online-Vorlesung + Präsenzveranstaltung</i> Russian Business Culture <i>Online-Vorlesung + Präsenzveranstaltung</i>
Arbeitsaufwand:	Leadership in Russian Companies <i>Präsenzstudium 8 Std. / Eigenstudium 82 Std.</i> Russian Business Culture <i>Präsenzstudium 8 Std. / Eigenstudium 82 Std.</i>
Kreditpunkte:	<i>6 LP</i>
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	
Empfohlene Voraussetzungen:	
Angestrebte Lernergebnisse:	<i>Die Studierenden sind in der Lage, die vermittelten Grundlagen des Internationalen Managements am Beispiel Russlands in der Berufspraxis anzuwenden. Sie erlangen ein Verständnis über wirtschaftliche, politische, interkulturelle und rechtliche Rahmenbedingungen der Geschäftstätigkeit in Russland. Die Studierenden verstehen die wichtigsten Aspekte für die erfolgreiche Zusammenarbeit mit russischen Unternehmen. Die Studierenden können erfolgreich Verhandlungen mit russischen</i>

	<i>Geschäftspartnern führen.</i>
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Russland: Interessante Fakten</i> • <i>Russland im internationalen Vergleich</i> • <i>Russland als Absatzmarkt</i> • <i>Russland als Beschaffungsmarkt</i> • <i>Moskau vs. Russland</i> • <i>Arbeiten in Russland</i> • <i>Start-up Szene Russlands</i> • <i>Personal in Russland</i> • <i>Ausländische Arbeitgeber und –nehmer in Russland</i> • <i>Kommunikation</i> • <i>Digitalisierung in Russland</i> • <i>Interkulturelle Aspekte: Ländervergleich/ Einordnung Russlands nach Hofstede's Kulturdimensionen</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Kulturdimension Machtdistanz</i> ○ <i>Kulturdimension Individualismus/ Kollektivismus</i> ○ <i>Kulturdimension Maskulinität/ Femininität</i> ○ <i>Kulturdimension Unsicherheitsvermeidung</i> ○ <i>Kulturdimension Langzeitorientierung/ Kurzeitorientierung</i> • <i>Vergleich der internationalen Kompetenzen zwischen Deutschland und Russland</i> • <i>Bürokratie und Korruption in Russland</i> • <i>Verhandlungen mit russischen Partnern</i> • <i>Führung eines russischen Teams bzw. Unternehmen in Russland</i> • <i>Kritische Erfolgsfaktoren in Russland</i>
Studien-/Prüfungsleistungen / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<i>Theoretische Arbeit (Leistungsnachweis)</i>
Medienformen:	<i>Online Videoaufzeichnungen, Online-Kontrollfragen, Foliensammlung</i>
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Block, F.: Erfolgreich als Deutscher mit Russen verhandeln: Interkulturelle Handlungskompetenzen in Theorie und Praxis. 2016, Monsenstein und Vannerdat</i> • <i>Eckstein, K.A.: Geschäftserfolg in Russland: Business-Tipps vom Russland-Kenner Nummer 1. 2007, Orell Fuessli/ Schweiz</i> • <i>Frank, S.; Wedde, R.: Investmentguide Russland: Personal, Recht, Steuern und Kommunikation in der Praxis. 2009 Schäffer Poeschel</i> • <i>Hofstede, G.: Cultures and Organizations: Software of the Mind, 3. Auflage. 2010</i> • <i>Krause, J.: Regulierung von Investitionsprojekten in Russland: Normativ-rechtliche Anforderungen im</i>

	<p><i>Anlagenbau. Springer Gabler; 2016</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Kuskova, E.; Budey, O.: Business-Guide Russland: Erfolg und Rechtssicherheit bei Markteinstieg und Geschäftsaufbau, 2013, 3. Auflage, Reguvis Fachmedien</i> • <i>Lütthans, A.; Zlotina, I.: Russenverstehen: Wie aus interkulturellen Konfliktfeldern Wettbewerbsvorteile werden. 2012, NWB Verlag</i> • <i>o.V.: German Mittelstand in Russland: Ein Leitfaden zum Geschäftserfolg. 2014, OWC-Verlag für Außenwirtschaft</i> • <i>Rothlauf, J.: Interkulturelles Management: Mit Beispielen aus Vietnam, China, Japan, Russland und den Golfstaaten De Gruyter Oldenbourg, 2012, 4. Auflage</i> • <i>Schmitt, M.: Strategische Projekte zum Markteintritt nach Russland: Markteintrittsformen, -Strategien Und Standortauswahl (Internationale und Interkulturelle Projekte erfolgreich umsetzen). 2014, Diplomica Verlag</i> • <i>Tischendorf, F.: Investorenleitfaden: Lokalisierung und Produktionsaufbau in Russland. 2019, Deutscher Fachverlag GmbH,</i> • <i>Valiullin, R.; Valiullina E.: Managerwissen kompakt: Russland. 2005, Hanser</i> • <i>Recherchen aus den russischen Zeitschriften und Zeitungen wie Vedomosti, Expert, RBK</i>
--	---

1.14 Leadership and Intercultural Competence in China

Modulbezeichnung:	<i>Leadership and Intercultural Competence in China</i>
ggf. Modulniveau	
ggf. Kürzel	
ggf. Untertitel	
ggf. Lehrveranstaltungen:	<i>Leadership in Chinese Companies</i> <i>Chinese Business Culture</i>
Studiensemester/Dauer der Module:	<i>2. Semester / 1 Semester</i>
Angebot:	<i>[X] jedes Semester</i> <i>[] jedes Studienjahr</i> <i>[] unregelmäßig</i>
Modulverantwortliche(r):	<i>Sujing Xu</i>
Dozent(in):	<i>Eva Mägerlein, Sujing Xu</i>
Sprache:	<i>Englisch</i>
Zuordnung zum Curriculum	Leadership in Chinese Companies: <i>Wahlpflicht: Intercultural Leadership and Technology</i> Chinese Business Culture: <i>Wahlpflicht: Intercultural Leadership and Technology</i>
Lehrform:	Leadership in Chinese Companies <i>Online-Vorlesung + Präsenzveranstaltung</i> Chinese Business Culture <i>Online-Vorlesung + Präsenzveranstaltung</i>
Arbeitsaufwand:	Leadership in Chinese Companies <i>Präsenzstudium 8 Std. / Eigenstudium 82 Std.</i> Chinese Business Culture <i>Präsenzstudium 8 Std. / Eigenstudium 82 Std.</i>
Kreditpunkte:	<i>6 LP</i>
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	
Empfohlene Voraussetzungen:	
Angestrebte Lernergebnisse:	Chinese Business Culture <i>Die Studierenden haben ein Verständnis für die chinesische Kultur.</i> <i>Sie sollen erkennen können, wie sich die Kultur dieses Landes im Laufe der Zeit bis zum aktuellen Stand entwickelt hat.</i> <i>Sie sollen verstehen und damit umgehen können, wie sich die Landeskultur auf die Unternehmen, Branchen und</i>

	<p><i>Professionalitätskulturen auswirkt.</i></p> <p><i>Sie sollen in der Lage sein, in dem spezifischen kulturellen Umfeld erfolgreiche Unternehmensaktivitäten zu identifizieren und umsetzen zu können.</i></p> <p>Leadership in Chinese Companies</p> <p><i>Die Studierenden sollen die kulturellen Einflüsse und deren Konsequenzen auf die Unternehmensführung bei chinesischen Unternehmen erkennen können.</i></p> <p><i>Sie sollen Verständnis für den Einfluss kultureller Unterschiede auf allen Führungsebenen erlangen und in der Lage sein, entsprechende Führungsaktivitäten darauf auszurichten.</i></p>
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Interkulturelle Aspekte: Ländervergleich/ Einordnung Chinas nach Hofstede's Kulturdimensionen</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Kulturdimension Machtdistanz</i> ○ <i>Kulturdimension Individualismus/ Kollektivismus</i> ○ <i>Kulturdimension Maskulinität/ Femininität</i> ○ <i>Kulturdimension Unsicherheitsvermeidung</i> ○ <i>Kulturdimension Langzeitorientierung/ Kurzzeitorientierung</i> • <i>Vergleich der internationalen Kompetenzen zwischen Deutschland und China</i> • <i>Bürokratie und Korruption in China</i> • <i>Verhandlungen mit chinesischen Partnern</i> • <i>Führung eines chinesischen Teams bzw. Unternehmen in China</i> • <i>Kritische Erfolgsfaktoren in China</i>
Studien-/Prüfungsleistungen / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<i>Theoretische Arbeit (Leistungsnachweis)</i>
Medienformen:	<i>Online Videoaufzeichnungen, Online-Kontrollfragen</i>
Literatur:	

1.15 Wireless Systems and Networks

Modulbezeichnung:	<i>Wireless Systems and Networks</i>
ggf. Modulniveau	
ggf. Kürzel	
ggf. Untertitel	
ggf. Lehrveranstaltungen:	
Studiensemester/Dauer der Module:	<i>1. Semester / 1 Semester</i>
Angebot:	<i>[..] jedes Semester [X] jedes Studienjahr [] unregelmäßig</i>
Modulverantwortliche(r):	<i>Prof. Dr.Niels Neumann</i>
Dozent(in):	<i>Prof. Dr.Niels Neumann</i>
Sprache:	<i>Englisch</i>
Zuordnung zum Curriculum	<i>Wahlpflicht: Intercultural Leadership and Technology</i>
Lehrform:	<i>Online-Vorlesung + Präsenzveranstaltung</i>
Arbeitsaufwand:	<i>Präsenzstudium 16 Std. / Eigenstudium 164 Std.</i>
Kreditpunkte:	<i>6 ECTS</i>
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	
Empfohlene Voraussetzungen:	<i>Mathematische, naturwissenschaftliche und ingenieurwissenschaftliche Grundlagen</i>
Angestrebte Lernergebnisse:	<p><i>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls kennen und verstehen die Studierenden den Aufbau und verschiedene Architekturen von Funknetzwerken sowie deren Komponenten .Die Studierenden kennen und verstehen die Grundlagen der Funkübertragung und daraus resultierende, applikationsspezifische Probleme im Bereich des Internets der Dinge und können diese beurteilen.</i></p> <p><i>Sie kennen und verstehen die gängigen Standards für Funknetzwerke und sind in der Lage geeignete Lösungen anwendungsspezifisch auszuwählen.</i></p> <p><i>Die Studierenden können selbständig und in Kleingruppen die Inhalte der Vorlesung mit Hilfe der Vorlesungsunterlagen und Literatur nacharbeiten und Übungsaufgaben, auch mit praktischen Anteilen, lösen. Dabei lernen Sie, sich gegenseitig zu helfen, Arbeiten sinnvoll zu verteilen und ggf. mit auftretenden Konflikten umzugehen. Die Studierenden können andere Funksysteme in bekannte Konzepte einordnen und sich in die Funktionsweise und Konfigurationen selbstständig einarbeiten</i></p>

Inhalt:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung 2. Architektur (Netzwerke, Komponenten, Design-Prinzipien) 3. Physical Layer (Grundlagen der Kommunikationstechnik, Signale, Wellenausbreitung, Modulationsverfahren) 4. Antennensysteme (Antennentypen, Speisung, Beamforming, MIMO) 5. Funkkanal (Szenarien, Modelle) 6. Medienzugriff/ MAC (Grundlagen, Anforderungen, Zugriffsverfahren) 7. Übersicht und Vergleich aktueller Funkssysteme (Nahbereich, Mobilfunk inkl. 5G, IoT- und Low-Power-Funksysteme) 8. Anwendungsbeispiele und zukünftige Konzepte
Studien-/Prüfungsleistungen / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<i>Theoretische Arbeit (Modulprüfung)</i>
Medienformen:	<i>Online Videoaufzeichnungen, Online-Kontrollfragen, Foliensammlung</i>
Literatur:	<p>„Protocols and Architectures for Wireless Sensor Networks“, H. Karl, A. Willig, Wiley&Sons</p> <p>„5G System Design“, P. Marsch, Ö. Bulakci, O. Queseth, M. Boldi, Wiley&Sons, 2018</p> <p>„Wireless Communications“, Theodore S. Rappaport, Prentice Hall, 2008</p> <p>„Digital Communications“, John G. Proakis, Masoud Salehi, McGraw-Hill, 2008</p>

1.16 Principles of Digital Communications

Modulbezeichnung:	<i>Principles of Digital Communications</i>
ggf. Modulniveau	
ggf. Kürzel	
ggf. Untertitel	
ggf. Lehrveranstaltungen:	
Studiensemester/Dauer der Module:	<i>3. Semester / 1 Semester</i>
Angebot:	<i>[..] jedes Semester [X] jedes Studienjahr [] unregelmäßig</i>
Modulverantwortliche(r):	<i>Prof. Dr. Niels Neumann</i>
Dozent(in):	<i>Prof. Dr. Niels Neumann</i>
Sprache:	<i>Englisch</i>
Zuordnung zum Curriculum	<i>Wahlpflicht: Intercultural Leadership and Technology</i>
Lehrform	<i>Online-Vorlesung + Präsenzveranstaltung</i>
Arbeitsaufwand:	<i>Präsenzstudium 16 Std. / Eigenstudium 184 Std.</i>
Kreditpunkte:	<i>6 ECTS</i>
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	
Empfohlene Voraussetzungen:	<i>Grundlagen der Mathematik und Physik</i>
Angestrebte Lernergebnisse:	<p><i>Nach Besuch der Veranstaltung kennen und verstehen die Studierenden den grundlegenden Aufbau von digitalen Nachrichtenübertragungssystemen mit Schwerpunkt drahtgebundener Realisierungen, die Herausforderungen sowie wesentliche Methoden und Verfahren zur Lösung und können diese anwenden.</i></p> <p><i>Sie kennen und verstehen grundlegende Verfahren zur digitalen Datenübertragung im Basisband sowie typische Methoden zur digitalen Modulation sowie Demodulation. Die Studierenden kennen und verstehen die Aufgaben und grundlegende Verfahren der Quell- und Kanalcodierung und können diese anwenden. Sie kennen und verstehen die Auswirkungen und Beschreibungen des Übertragungskanaals sowie typische Konzepte zur Mehrfachausnutzung der Ressourcen.</i></p> <p><i>Die Studierenden können selbständig und in Kleingruppen die Inhalte der Vorlesung mit Hilfe der Vorlesungsunterlagen und Literatur nacharbeiten und Übungsaufgaben, auch mit simulativen Anteilen, lösen. Dabei lernen Sie, sich gegenseitig zu helfen, Arbeiten sinnvoll zu verteilen und ggf. mit auftretenden Konflikten</i></p>

	<p><i>umzugehen.</i></p> <p><i>Die Vorlesung ermöglicht es den Studierenden ihre Kenntnisse über moderne Kommunikationssysteme selbstständig über weiterführende Literatur zu vertiefen.</i></p>
Inhalt:	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Einführung und Motivation</i> 2. <i>Signaltheorie (zeit- und wertediskrete sowie -kontinuierliche Signale, ihre Darstellung im Zeit- und Frequenzbereich, Abtasttheorem, Quantisierung)</i> 3. <i>Informationstheorie und Codierungstechnik (Sender-Empfänger- Modell, Informationsmaße wie Entropie, Transinformation, Kapazität und Redundanz, Quellen- und Leitungscodierung)</i> 4. <i>Digitale Basisbandübertragung und Modulationsformate (Pulsmodulation, Trägermodulation, Darstellung von Modulationsformaten z.B. in Konstellationsdiagrammen)</i> 5. <i>Netzwerkarchitekturen (OSI-Schichtenmodell, Stern-, Bus-, vermaschte Netze, Routing und Multiplexing-Ansätze)</i> 6. <i>Übertragungseigenschaften leitungsgebundener Medien (lineare zeitinvariante-Systeme, Kanalmodelle, Dispersion, Nichtlinearitäten)</i> 7. <i>Realisierung elektrischer und optischer Netze (Ethernet, optische Wellenlängenmultiplexsysteme)</i>
Studien-/Prüfungsleistungen / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<i>Theoretische Arbeit (Modulprüfung)</i>
Medienformen:	<i>Online Videoaufzeichnungen, Online-Kontrollfragen</i>
Literatur:	<p><i>Messerschmitt, David G., and Lee, Edward A. Digital Communication. USA, Springer US, 2012.</i></p> <p><i>Salehi, Masoud, and Proakis, John. Digital communications. Boston, McGraw-Hill Education, 2008.</i></p> <p><i>Agrawal, Govind P. Fiber-Optic Communication Systems. Vereinigtes Königreich, Wiley, 2021.</i></p> <p><i>Optical Fiber Telecommunications Volume VIB: Systems and Networks. Niederlande, Elsevier Science, 2013.</i></p>

1.17 Circular Economy and Recycling Technologies

Modulbezeichnung:	<i>Circular Economy and Recycling Technologies</i>
ggf. Modulniveau	
ggf. Kürzel	
ggf. Untertitel	
ggf. Lehrveranstaltungen:	<i>Introduction, General Challenges and Framing Conditions for a Circular Economy and Recyclingsystems</i> <i>Recycling Technologies for Waste Streams of High Resource Relevance or of Large Generated Amounts</i>
Studiensemester/Dauer der Module:	<i>3. Semester / 1 Semester</i>
Angebot:	<i>[X] jedes Semester</i> <i>[] jedes Studienjahr</i> <i>[] unregelmäßig</i>
Modulverantwortliche(r):	<i>Prof. Dr. Daniel Goldmann</i>
Dozent(in):	<i>Prof. Dr. Daniel Goldmann</i>
Sprache:	<i>Englisch</i>
Zuordnung zum Curriculum	<i>Introduction, General Challenges and Framing Conditions for a Circular Economy and Recyclingsystems:</i> <i>Wahlpflicht: Intercultural Leadership and Technology</i> <i>Recycling Technologies for Waste Streams of High Resource Relevance or of Large Generated Amounts:</i> <i>Wahlpflicht: Intercultural Leadership and Technology</i>
Lehrform:	<i>Introduction, General Challenges and Framing Conditions for a Circular Economy and Recyclingsystems</i> <i>Online-Vorlesung + Präsenzveranstaltung</i> <i>Recycling Technologies for Waste Streams of High Resource Relevance or of Large Generated Amounts</i> <i>Online-Vorlesung + Präsenzveranstaltung</i>
Arbeitsaufwand:	<i>Introduction, General Challenges and Framing Conditions for a Circular Economy and Recyclingsystems</i> <i>Präsenzstudium 8 Std. / Eigenstudium 82 Std.</i> <i>Recycling Technologies for Waste Streams of High Resource Relevance or of Large Generated Amounts</i> <i>Präsenzstudium 8 Std. / Eigenstudium 82 Std.</i>
Kreditpunkte:	<i>6 LP</i>
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	
Empfohlene Voraussetzungen:	

<p>Angestrebte Lernergebnisse:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Die Studierenden verstehen die gesellschaftlichen und volkswirtschaftlichen Herausforderungen im Kontext von Ressourcenverknappung, steigender Abfallmengen und Chancen und Rahmenbedingungen der Kreislaufwirtschaft.</i> • <i>Sie verfügen über Basiswissen zu allgemeinen rechtlichen Anforderungen im Abfallbereich und zu ökonomischen und ökologischen Steuerungs- und Bewertungsinstrumenten.</i> • <i>Die Studierenden verfügen über Wissen bezüglich der vielstufigen Behandlungs- und Verwertungsketten in der Abfallbehandlung, Sekundärrohstoffgewinnung und –nutzung.</i> • <i>Die Studierenden besitzen einen aktuellen Überblick über Marktstrukturen und Potentiale zur Rückgewinnung wertvoller Sekundärrohstoffe aus den wichtigsten komplexen Abfallströmen sowie von Massentoffströmen.</i> • <i>Die Studierenden sind in der Lage, Verwertungsstrukturen und -technologien zur Gewinnung von Sekundärrohstoffen aus Abfallströmen unter Berücksichtigung technischer, ökonomischer, ökologischer und rechtlicher Aspekte zu entwerfen. Durch das Modul entwickeln die Studierenden überwiegend Fach- und Methodenkompetenz, aber auch Systemkompetenz.</i> • <i>Die Studierenden sind in der Lage, Netzwerke aller erforderlichen Akteure zur Lösung komplexer Fragestellungen zu entwerfen und aufzubauen und mit modernen Kommunikationsmethoden interdisziplinäre Teams zusammenzubringen.</i> • <i>Die Studierenden haben ein Verständnis für Herausforderungen, Rahmenbedingungen und Methoden entwickelt, das es ihnen erlaubt, konkrete komplexe Herausforderungen in ihrem Umfeld anzugehen und unter Einbindung anderer Akteure in die Praxis umzusetzen.</i>
<p>Inhalt:</p>	<p>Introduction, General Challenges and Framing Conditions for a Circular Economy and Recyclingsystems</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Abfall als Rohstoffquelle, als Ursprung der Umweltverschmutzung und die Entwicklung der Kreislaufwirtschaft</i> • <i>Politische Entwicklung, Rechtsstrukturen in der Abfallwirtschaft</i> <p><i>Einführung in die Recyclingtechnologie</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Sammelsysteme und Vorbehandlung</i> • <i>Allgemeine Verarbeitung, Zerkleinerung und Klassifizierung von Abfällen</i> • <i>Abfall-Sortierung</i> • <i>Valorisierungsgeneräle, Valorisierung von Metallen</i> • <i>Valorisierung von Papier, Kunststoff und Glas</i> <p><i>Recycling von Produktionsabfällen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Wichtige Abfallströme (Generäle)</i> • <i>Minenabgänge</i> • <i>Metallurgische Schlacken und Prozessrückstände</i>

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Rückstände aus der Komponenten- und Produktherstellung</i> <p><i>Recycling von Verbraucherabfällen</i></p> <p>Recycling Technologies for Waste Streams of High Resource Relevance or of Large Generated Amounts</p> <p><i>Wichtige Abfallströme im Hinblick auf die Ressourcenrelevanz, ihre Umweltauswirkungen und ihre Behandlung</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Die Verwertungskette für Altfahrzeuge (ELV)</i> • <i>Recycling von E-Abfall</i> • <i>Recycling von verbrauchten Batterien</i> <p><i>Recycling von Verbraucherabfällen</i></p> <p><i>Wichtige Abfallströme im Hinblick auf ihre Menge und ihre Behandlung</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Behandlung und Valorisierung von Bioabfällen</i> • <i>Energiegehalt von Abfällen und ihre Verwertung</i> • <i>Recycling von Abbruchabfällen und mineralischen Rückständen</i> • <i>Deponie und Deponieabbau</i>
Studien-/Prüfungsleistungen / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<i>Theoretische Arbeit (Modulprüfung)</i>
Medienformen:	<i>Online Videoaufzeichnungen, Online-Kontrollfragen</i>
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Worell, E. and Reuter, M.A.: Handbook of Recycling, Elsevier 2014</i>

1.18 Primary and Sustainable Extraction of Resources

Modulbezeichnung:	<i>Primary and Sustainable Extraction of Resources</i>
ggf. Modulniveau	
ggf. Kürzel	<i>PRME</i>
ggf. Untertitel	
ggf. Lehrveranstaltungen:	<i>Primary Extraction of Resources Sustainable Mining</i>
Studiensemester/Dauer der Module:	<i>1. Semester / 1 Semester</i>
Angebot:	<i>[X] jedes Semester [] jedes Studienjahr [] unregelmäßig</i>
Modulverantwortliche(r):	<i>Prof. Dr. Oliver Langefeld</i>
Dozent(in):	<i>Prof. Dr. Oliver Langefeld</i>
Sprache:	<i>Englisch</i>
Zuordnung zum Curriculum	Primary Extraction of Resources: <i>Wahlpflicht: Intercultural Leadership and Technology</i> Sustainable Mining: <i>Wahlpflicht: Intercultural Leadership and Technology</i>
Lehrform:	Primary Extraction of Resources <i>Online-Vorlesung + Präsenzveranstaltung</i> Sustainable Mining <i>Online-Vorlesung + Präsenzveranstaltung</i>
Arbeitsaufwand:	Primary Extraction of Resources <i>Präsenzstudium 8 Std. / Eigenstudium 82 Std.</i> Sustainable Mining <i>Präsenzstudium 8 Std. / Eigenstudium 82 Std.</i>
Kreditpunkte:	<i>6 LP</i>
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	
Empfohlene Voraussetzungen:	
Angestrebte Lernergebnisse:	<i>Nach dem erfolgreichen Modulabschluss können die Studierenden</i> <ul style="list-style-type: none"> <i>• bergbauliche Situationen auf Basis der Herausforderungen und den Pfeiler der nachhaltigen Bergbaupraxis charakterisieren,</i> <i>• Lösungen für vereinfachte Aufgabenstellungen im untätigen Bergbau anhand der wichtigsten Abbau- und Auffahrungsmethoden sowie der Aufschluss- und</i>

	<p><i>Vorrichtungselemente bewerten und entwickeln,</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Ziele und Maßnahmen der Bergbautätigkeit auf Basis der verschiedenen Betriebsphasen und der Nutzungen der untertägigen Räume differenzieren und die passenden auswählen,</i> • <i>anstehende Herausforderungen des Bergbaus der Zukunft anhand der vorgestellten Ansätze diskutieren,</i> • <i>Fachvorträge verstehen und ihre Ansätze und Erkenntnisse mittels der spezifischen Fachsprache ausdrücken.</i> <p><i>Diese Kompetenzen sind für die Studierenden wichtig, um mit Fachleuten der Primärrohstoffgewinnung zu interagieren und Managemententscheidungen so zu treffen, dass eine nachhaltige Bergbaupraxis gefördert wird.</i></p>
Inhalt:	<p><i>Einführung in den Bergbau</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Untertägiger Bergbau (01)</i> • <i>Bereiche des Bergbaus (02)</i> <p><i>Einführung in die Streckenauffahrung (03)</i></p> <p><i>Einführung in Abbaumethoden</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Klassifikation (04)</i> • <i>Örter-Festen-Bau (05)</i> • <i>Kammerbau (06)</i> • <i>Cut and Fill (07)</i> • <i>Sublevel (Teilsohlen) Mining (08)</i> • <i>Blockbau (09)</i> • <i>Strebbau (10)</i> <p><i>Nachhaltige Bergbauplanung</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Lebenszyklus im Bergbau (11)</i> • <i>Endlagerbergbau (12)</i> • <i>Untertägige Bergbauplanung (13)</i> • <i>Auswahl von Abbauverfahren (14)</i> • <i>Grenzgehalt (15)</i>
Studien-/Prüfungsleistungen / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<i>Theoretische Arbeit (Modulprüfung)</i>
Medienformen:	<p><i>Interaktiver Moodlekurs mit Screencasts, interaktiven Inhalten und Tests mit direkter Rückmeldung</i></p> <p><i>Workshop mit gruppenbasierten Vertiefungsaufgaben und geleiteter Diskussion</i></p>
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> • <i>BUJA, H.-O. Ingenieurhandbuch Bergbautechnik. Lagerstätten und Gewinnungstechnik. Berlin: Beuth, 2013. Bauwesen. ISBN 3410226184. – Standardwerk</i> • <i>DARLING, P., Hg. SME mining engineering handbook. 3. ed. Englewood, Col.: SME - Society for Mining Metallurgy and Exploration, 2011. – Standardwerk</i>

	<ul style="list-style-type: none">• <i>GERTSCH, R.E. und R.L. BULLOCK, Hg. Techniques in underground mining. Selections from Underground mining methods handbook. Littleton, CO: Society for Mining Metallurgy and Exploration, 1998. ISBN 0873351630. – Standardwerk</i>• <i>HUSTRULID, W.A., W.A. HUSTRULID und R.C. BULLOCK, Hg. Underground mining methods. Engineering fundamentals and international case studies. Littleton, Colo: Society for Mining Metallurgy and Exploration, 2001. ISBN 0873351932. – Standardwerk</i>• <i>REUTHER, E.-U., F. HEISE, F. HERBST und C.H. FRITZSCHE. Lehrbuch der Bergbaukunde. 12. Aufl. unveränderter Nachdruck der 11. Aufl. Essen: VGE-Verlag, 2010. ISBN 9783867970761. – Standardwerk</i>
--	---

1.19 Master Thesis and Colloquium

Modulbezeichnung:	<i>Master Thesis and Colloquium</i>
ggf. Modulniveau	
ggf. Kürzel	
ggf. Untertitel	
ggf. Lehrveranstaltungen:	
Studiensemester/Dauer der Module:	<i>4. Semester / 1 Semester</i>
Angebot:	<i>[X] jedes Semester [] jedes Studienjahr [] unregelmäßig</i>
Modulverantwortliche(r):	<i>PD Dr. habil. Friederike Paetz</i>
Dozent(in):	<i>Jeweils betreuende/r Dozent/in</i>
Sprache:	<i>Englisch</i>
Zuordnung zum Curriculum	Master Thesis and Colloquium: <i>Pflicht: Intercultural Leadership and Technology</i>
Lehrform:	<i>Masterarbeit und Kolloquium</i>
Arbeitsaufwand:	Masterarbeit: <i>870 Std.</i> Kolloquium: <i>60 Std.</i>
Kreditpunkte:	<i>30 LP</i>
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	
Empfohlene Voraussetzungen:	
Angestrebte Lernergebnisse:	<p><i>Nach dem erfolgreichen Abschluss dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <i>• eine spezifische Aufgabenstellung in den Bezugsrahmen der jeweiligen Fachgebiete einzuordnen,</i> <i>• den Stand der Forschung auf dem Gebiet der Aufgabenstellung weitgehend autonom zu recherchieren und in einer eigenen, konsistenten Darstellung zusammenzuführen,</i> <i>• die Aufgabenstellung auf der Grundlage des erhobenen Stands der Forschung durch die Anwendung wissenschaftlicher Methoden in einer systematischen Weise und eigenständig zu bearbeiten sowie</i> <i>• die Ergebnisse der Arbeit in einer wissenschaftlichen Ausarbeitung strukturiert aufzubereiten, im Rahmen eines Vortrags zu präsentieren und in einer Diskussion zu verteidigen.</i>

Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Eigenständige Bearbeitung einer vorgegebenen Aufgabenstellung</i> • <i>Anfertigen einer wissenschaftlichen Ausarbeitung</i> • <i>Präsentation und Verteidigung der Arbeit</i>
Studien-/Prüfungsleistungen / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<i>Masterarbeit und Kolloquium</i>
Medienformen:	<i>Abhängig vom gewählten Thema</i>
Literatur:	<i>Themenspezifische Literatur und weitere Quellen, insbesondere auch gemäß eigenen Recherchen</i>