
**Modulhandbuch MBA
Fernstudiengang
Internationale
Betriebswirtschaftslehre**

Modulbeschreibungen

- Modul 1: Wissenschaftliches Arbeiten
- Modul 2: Marketing
- Modul 3: Logistik
- Modul 4: Soziale Kompetenz
- Modul 5: Unternehmensführung
- Modul 6: Internationale Unternehmensführung
- Modul 7: Personalmanagement
- Modul 8: Wahlpflichtmodul
- Modul 9: Masterarbeit/Kolloquium

Die Studierenden haben bei jedem Modul die Möglichkeit, sich mit dem Dozenten sowie untereinander in der E-Learning-Plattform Blackboard auszutauschen. Hier erhalten Sie auch Hinweise zu weitergehenden Literaturempfehlungen und die Bereitstellung von aktuellen Fachaufsätzen. Des Weiteren erhalten die Studierenden zu Studienbeginn als Vorbereitung auf das Studium die Lehrbriefe Internationale BWL Teil I und Teil II.

Modulbeschreibung



Hochschule
Ludwigshafen am Rhein

Modulbezeichnung:			Fachbereich: II		
Pflichtmodul			Studiengang: MBA Fernstudiengang Betriebswirtschaftslehre		
Wissenschaftliches Arbeiten					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1	60 h	2	1. Sem.	Jährlich, Beginn immer zum Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Seminar b) Übungen und Fallbeispiele c) Kleinprojekte in Gruppen	Kontaktzeit 15 h	Selbststudium 45 h	geplante Gruppengröße ca. 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <p>In der Wissenschaftstheorie sollen die Studierenden erkennen, wie Erkenntnis möglich ist, und wo die Grenzen jeder Erkenntnis zu suchen sind. All unser Wissen ist ein System mehr oder weniger guter Vermutungen. Es gibt keine Sicherheit; es geht darum, zu erkennen, dass alle Entscheidungen letztendlich auf persönliche Verantwortung zurückgeführt werden können. Die Studierenden erlangen die Erkenntnis, dass durch die Wissenschaftslehre kritisch-rationales Handeln als praktische Lebensphilosophie umgesetzt werden kann.</p>				
3	Inhalte Wissenschaftslehre <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben der Wissenschaft • Betriebswirtschaftslehre als Sozialwissenschaft <ul style="list-style-type: none"> ○ Hypothesengenerierung als Ausgangspunkt jeder Forschung ○ Erklärung und Prognose als Aufgabe einer Wissenschaft • Grundlagenforschung und angewandte Wissenschaft • Erkenntnis und Praxis <ul style="list-style-type: none"> ○ Wertfreiheit der Wissenschaft • Alternative erkenntnistheoretische Standpunkte <ul style="list-style-type: none"> ○ Radikaler Realismus ○ Fallibilismus ○ Kritischer Rationalismus ○ Positivismus ○ Die Kritische Schule ○ Hermeneutik ○ Konstruktivismus • Die Konsequenz: Kritischer Rationalismus <ul style="list-style-type: none"> ○ Der Kampf um die bessere Theorie ○ Kritisch-Rationales Management 				

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Kritischer Rationalismus als Lebensphilosophie <p>Forschungsmethodik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Methoden der Datenbeschaffung in der empirischen Datenforschung • Kritischer Umgang mit den Ergebnissen (keine Überwertung) • Transfermöglichkeit der Erkenntnis in praktisches Handeln • Ethik der Forschung
4	<p>Lehrformen</p> <p>Fernunterricht mit Präsenzphasen, die der Verständniserklärung und der Vertiefung dienen und eine praxisorientierte und interaktive Ausrichtung haben.</p> <p>Die Präsenzveranstaltungen haben in diesen Fächern einen sehr stark ausgeprägt seminaristischen Charakter. Diskussionen stehen im Mittelpunkt. Die Studierenden werden daher eindringlich darauf hingewiesen, sich vor der Veranstaltung die Lehrbriefe zu erarbeiten. Sie erhalten auch Hinweise zu weitergehenden Literaturempfehlungen.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen/-empfehlungen</p> <p>Keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Studienleistung in Form einer bewerteten Diskussionsrunde oder eines schriftlichen Exkurses über ein wissenschaftliches Thema</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Erfolgreiches Bestehen der Studienleistung</p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>-</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Fritz Unger Lehrende: Prof. Dr. Fritz Unger; Dr. Alexander Unger</p>
10	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Lehrbriefe: Prof. Dr. Fritz Unger, Dr. Alexander Unger: Wissenschaftslehre Prof. Dr. Fritz Unger, Dr. Alexander Unger: Methoden empirischer Forschung</p> <p>Weitere Literaturempfehlungen:</p> <p>Bailey, S.: Academic Writing. 4th Edition. New York. 2015 Giltrow, J.; Gooding, R.; Burgoyne, D.; Sawatsky, M.: Academic Writing. Plymouth. 2009 Skern, T. Writing Scientific English. Wien. 2011</p>

Modulbeschreibung



Hochschule
Ludwigshafen am Rhein

Modulbezeichnung:			Fachbereich: II		
Pflichtmodul Marketing			Studiengang: MBA Fernstudiengang Betriebswirtschaftslehre		
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
2	360 h	12	1. Sem.	Jährlich, Beginn immer zum Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Seminar b) Übungen und Fallbeispiele c) Kleinprojekte in Gruppen	Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 330 h	geplante Gruppengröße ca. 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <p>Die Studierenden erwerben methodische sowie Anwendungskompetenzen im Segment anspruchsvoller Marketing-Instrumente. Sie können die Eignung der jeweiligen Instrumente für verschiedene Bereiche der Management-Praxis beurteilen. Sie sind in der Lage, wissenschaftlich anspruchsvolle Marktforschung durchzuführen und können die jeweiligen Resultate analysieren und interpretieren. Die Basiskompetenzen werden durch spezifische Vertiefungen ausgebaut. Ein besonderer Schwerpunkt stellt das internationale Marketing dar. Fallstudien- und anwendungsorientiert wenden die Studierenden an, Marketingstrategien und –instrumente auf internationale Märkte zu übertragen.</p>				
3	Inhalte <p>Grundlagen des Marketing (Wiederholung in Form von Lehrbriefen)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketing als marktorientierte Unternehmensführung <ul style="list-style-type: none"> o Integrierte Kommunikation o Innovationsmanagement o Conjoint-Analyse zur Produkt- und Preispolitik o Neue Entwicklungen im Key-Account-Management o Methoden der Marktforschung o Vertiefung Strategie: Porter, Hinterhuber und Gälweiler o Dienstleistungsmarketing o Produktivgüter-Marketing (Besonderheiten) o Konsumgüter-Marketing (Besonderheiten) o Social Marketing o Non Profit Marketing o Entwicklung eines Marketing-Planes o Methoden der Marketing-Forschung 				

	<ul style="list-style-type: none"> - Internationales Marketing <ul style="list-style-type: none"> o International Marketing Defined o The EPRG Scheme o The International Marketing Management Process o Self Reference Criterion o The Components and Impact of the Culture Shock o Stereotypes and Underlying Patterns o Global Awareness o The Key Characteristics of a Global Manager o Cross-Cultural Training International Market Behaviour o Basics of International Market Research o Product Decisions in International Marketing o International Communication o International Distribution Management o Pricing Decisions in International Management o Generic International Strategies o Globalization vs. Localization Matrix o International Product-Market Decisions o International Product-Market Portfolio o Product-Market/Business System Strategy o International Market Entry Decisions o The Nature of Exporting o The Key Components of an International Franchise System o The Characteristics of a Joint Venture o International Timing Strategies o Generic Market Coverage Strategies o Location Strategies o International Branding Strategies
4	<p>Lehrformen Fernunterricht mit Präsenzphasen, die der Verständniserklärung und der Vertiefung dienen und eine praxisorientierte und interaktive Ausrichtung haben.</p> <p>Die Präsenzveranstaltungen haben einen seminaristischen Charakter und werden durch Übungen und Fallbeispielen aus der Praxis, teilweise in Kleingruppen, ergänzt.</p> <p>Die Studierenden haben die Möglichkeit, sich mit dem Dozenten sowie untereinander in der E-Learning-Plattform OLAT auszutauschen. Hier erhalten Sie auch Hinweise zu weitergehenden Literaturempfehlungen und die Bereitstellung von aktuellen Fachaufsätzen.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen/-empfehlungen Grundlagen Marketing und Wirtschaftsendgisch</p>
6	<p>Prüfungsformen Marketing als marktorientierte Unternehmensführung: Klausur (Dauer 120 Minuten) Internationales Marketing: Projektarbeit</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Erfolgreiches Bestehen der Modulprüfung und der erfolgreichen Seminararbeit mit Präsentation</p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote 12/90 (13,3%)</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Fritz Unger Lehrende: Prof. Dr. Rainer Busch und Prof. Dr. Fritz Unger</p>

Sonstige Informationen**Lehrbriefe:**

Prof. Dr. Rainer Busch, Prof. Dr. Fritz Unger: Besonderheiten in Konsumgütermärkten

Prof. Dr. Rainer Busch, Prof. Dr. Fritz Unger: Besonderheiten auf speziellen Märkten

Prof. Dr. Rainer Busch, Prof. Dr. Fritz Unger: Marketing-Forschung als angewandte Sozialforschung

Prof. Dr. Rainer Busch, Prof. Dr. Fritz Unger: Internationales Marketing

Zusätzliche Lehrbriefe:

Prof. Dr. Rainer Busch, Prof. Dr. Fritz Unger: Kommunikationspolitik

Prof. Dr. Rainer Busch, Prof. Dr. Fritz Unger: Preispolitik

Prof. Dr. Rainer Busch, Prof. Dr. Fritz Unger: Angebotspolitik

Prof. Dr. Rainer Busch, Prof. Dr. Fritz Unger: Vertriebspolitik I

Prof. Dr. Rainer Busch, Prof. Dr. Fritz Unger: Vertriebspolitik II

Weitere Literaturempfehlungen:

Ferrell, P.: Marketing. Boston. 2016

Kotler, Ph., Keller, K.L., Brady, M., Goodman, M.: Marketing Management. 3rd. Edition. Upper Saddle River. 2015

Modulbeschreibung



Hochschule
Ludwigshafen am Rhein

Modulbezeichnung:		Fachbereich: II			
Pflichtmodul Logistik		Studiengang: MBA Fernstudiengang Betriebswirtschaftslehre			
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
3	120 h	4	1. Sem.	Jährlich, Beginn immer zum Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Seminar b) Übung mit Fallstudien	Kontaktzeit 20 h	Selbststudium 100 h	geplante Gruppengröße ca. 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <p>Die Studierenden können anhand von Fallstudien bzw. Übungen die Bedeutung von integrierten Wertschöpfungsketten beurteilen. Sie verstehen, wie moderne Logistiksysteme aufgebaut sind und können Werkzeuge zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit in diesem Umfeld anwenden. Darüber hinaus sind die Studierenden in der Lage, die logistikrelevanten Folgen der Entscheidungen in Marketing und Vertrieb zu beurteilen. Sie sollen das logistische System in seiner Komplexität verstehen und befähigt werden, selber Entscheidungen unter Berücksichtigung der Folgen für andere Unternehmensbereiche, insbes. Marketing und Produktion in der Logistik zu treffen.</p>				
3	Inhalte Produktionslogistik I Bezugsrahmen <ul style="list-style-type: none"> 1.1 Einordnung: Das SCOR-Modell 1.2 Teilprozesse der Produktionslogistik 1.3 Prozessmodellierung: Der EPK-Ansatz 2. Primärbedarfsplanung <ul style="list-style-type: none"> 2.1 Einflussgrößen der Primärbedarfsplanung 2.2 Bestimmung des optimalen Produktionsprogramms 3. Bedarfsplanung <ul style="list-style-type: none"> 3.1 Stücklistenverwaltung 3.2 Bedarfsauflösung 3.3 Bedarfsverfolgung 4. Zeit- und Kapazitätsplanung <ul style="list-style-type: none"> 4.1 Grunddatenverwaltung 4.2 Durchlaufterminierung 4.3 Kapazitätsabgleich 				

	<p>Produktionslogistik II</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Auftragsfreigabe <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Funktionen der Auftragsfreigabe 1.2 Arten der Verfügbarkeitsprüfung 1.3 Organisationsformen der Fertigung 2. Fertigungssteuerung <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Feinterminierung 2.2 Steuerung der Produktionsabläufe 2.3 BDE 2.4 Kontrolle und Datenanalyse 3. Konzepte der Produktionslogistik <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Kritik am klassischen PPS-Konzept 3.2 MRP-Konzepte 3.3 Kanban-System 3.4 BOA 3.5 Fortschrittszahlenkonzept <p>Distributions- / Vertriebslogistik</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bezugsrahmen <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Einordnung und Abgrenzung 1.2 Einflussfaktoren auf die Distributionslogistik 1.3 Lieferservice 2. Auftragsabwicklung <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Auftragsdaten 2.2 Prozess der Auftragsabwicklung 2.3 Unternehmensübergreifende Informationsgestaltung 3. Gestaltung der Distributionsstruktur <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Distributionskanäle 3.2 Standortbestimmung 4. Lagerlogistik <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Lagerhaltung 4.2 Warenausgang 4.3 Kommissionierung 4.4 Verpackung 5. Transport <ol style="list-style-type: none"> 5.1 Transportmittel 5.2 Tourenplanung 6. Ersatzteillogistik 7. Supply Chain Management
4	<p>Lehrformen Fernunterricht mit Präsenzphasen, die der Verständniserklärung und der Vertiefung dienen und eine praxisorientierte und interaktive Ausrichtung haben. Die Präsenzveranstaltungen haben einen seminaristischen Charakter und werden durch Übungen und Fallbeispielen aus der Praxis, ergänzt.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen/-empfehlungen Grundkenntnisse in der Wirtschaftswissenschaft und Marketing</p>
6	<p>Prüfungsformen Klausur (Dauer 120 Minuten)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Erfolgreiches Bestehen der Modulprüfung</p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote 4/90 (4,4%)</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Andreas Gissel</p>

10

Sonstige Informationen

Lehrbriefe:

Produktionslogistik I und II
Distributionslogistik

Weitere Literaturempfehlungen:

Ballou, R.H.; Srivastava, S.K.: Business Logistics: Supply Chain Management. Upper Saddle River.2007

Bowersox, D.; Closs, D.; Bixby Cooper, M.: Supply Chain Logistics Management. New York.2012

Christopher, M: Logistics & Supply Chain Management: Creating Value-Adding Networks, Upper Saddle River. 2010

Modulbeschreibung



Hochschule
Ludwigshafen am Rhein

Modulbezeichnung:		Fachbereich: II			
Pflichtmodul Soziale Kompetenz		Studiengang: MBA Fernstudiengang Betriebswirtschaftslehre			
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
4	300 h	10	1.-3. Sem.	Jährlich, Beginn immer zum Wintersemester	3 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Seminar b) Übungen c) Präsentationen	Kontaktzeit 70 h	Selbststudium 230 h	geplante Gruppengröße ca. 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <p>Mit den Studierenden wird die Fähigkeit erarbeitet, aus Ethikdiskussionen Richtlinien für eigenes Führungsverhalten abzuleiten. Sie entwickeln ein positives Verhältnis zur Kritik. Sie sind in der Lage durch die Vermittlung philosophischer Lehrinhalte nicht nur Aussagen differenzierter zu beurteilen, sondern auch die eigene Persönlichkeit kritischer zu reflektieren. Dies führt zur einer Stärkung der Persönlichkeit und zu einer Aufwertung ihrer Personalführungskompetenzen. Die Lehre der Erkenntnis befähigt die Studierenden dazu, sachliche Aussagen von nicht prüfbaren Meinungen, Normen und Ideologien zu unterscheiden. Es wird die Fähigkeit vermittelt, die Psychologie der Kreativität zu analysieren, die eigene und fremde (Bsp. Von Mitarbeitern) Kreativität deutlich zu steigern, den Ablauf kreativer Gruppendiskussionen zu erkennen und diese selber entsprechend moderieren und leiten zu können. Den Studierenden wird modernes Führungsverständnis vermittelt und anhand von Fallbeispielen mögliche Anwendungen realisiert, die dazu dienen, Mitarbeiter zu eigenständigem Arbeiten zu verhelfen und Leistungspotentiale zu erweitern und abzurufen. Es wird mit den Studierenden z.B. erarbeitet, Motivation nicht als unfaire Manipulation sondern im Sinne einer Mitarbeiterförderung bzw. – entwicklung umsetzen zu können.</p>				
3	Inhalte Ethik <ul style="list-style-type: none"> ○ Kritisch-rationale Wirtschaftsethik ○ Ethische Grundlagen menschlicher Entscheidungen und Verantwortung ○ Das Prinzip der Wertfreiheit in der Wissenschaft und die normative Durchdringung menschlicher Praxis ○ Konstruktion und Kritik, Praxis als ein System mehr oder weniger gut bewährter Problemlösungen – Praxis als fortwährender, nie endender Prozess der Suche nach immer besseren Lösungen - Kritik als zentraler Motor des Fortschritts ○ Möglichkeiten, ein Problem wahrzunehmen und deren Kategorisierung Rhetorik <ul style="list-style-type: none"> ○ Grundbegriffe und Wesen der Rhetorik ○ Griechische Rhetorik ○ Römische Rhetorik ○ Rhetorik des Abendlandes 				

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Sozialpsychologie des Sprechens ○ Sprech- und Schreibgrammatik ○ Vorbereitung und Planung von Sprechsituationen ○ Verständlichkeit ○ Argumentation ○ Verhalten beim Sprechen vor Gruppen <p>Kreativität</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Kreativität und Rationalität: zwei Seiten einer Medaille ○ Der kreative Prozess ○ Eigenschaften kreativer Personen und Förderung der persönlichen Kreativität ○ Divergierendes Denken und Laterales Denken ○ Individualtechniken ○ Gruppentechniken (Brainstorming, Basic Synektik, Synektische Exkursion)
4	<p>Lehrformen</p> <p>Fernunterricht mit Präsenzphasen, die der Verständniserklärung und der Vertiefung dienen und eine praxisorientierte und interaktive Ausrichtung haben.</p> <p>Die Präsenzveranstaltungen haben einen seminaristischen Charakter und werden durch Übungen, Fallbeispielen, teilweise in Kleingruppen sowie Präsentationen ergänzt.</p> <p>Die Studierenden haben die Möglichkeit, sich mit dem Dozenten sowie untereinander in der E-Learning-Plattform OLAT auszutauschen. Hier erhalten Sie auch Hinweise zu weitergehenden Literaturempfehlungen und die Bereitstellung von aktuellen Fachaufsätzen.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Philosophie/Ethik: Klausur (Dauer 60 Minuten) oder Referat Rhetorik: Klausur (Dauer 60 Minuten) oder freie Rede Kreativität: Klausur (Dauer 60 Minuten) oder Reale Kreativitätssitzung anhand konkreter Fragestellung</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Erfolgreiches Bestehen der jeweiligen Modulprüfung</p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>10/90 (11,1%)</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Fritz Unger</p>
10	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Lehrbriefe: Prof. Dr. Fritz Unger: Ökonomie und Ethik Prof. Dr. Fritz Unger: Rhetorica ad Palatinum – oder Rhetorik: Die Kunst rednerischer Überzeugung Prof. Dr. Fritz Unger: Kreativität – komplexes Denken</p> <p>Zusätzliche Lehrbriefe: Prof. Dr. Fritz Unger: Dialektik I und II</p> <p>Weitere Literaturempfehlungen:</p> <p>Fisher, C.; Lovell, A. Business Ethics.3rd Edition.Harlow.2009 Flynn, G.(Ed.): Leadership and Business Ethics.Heidelberg.2008 Malachowski, A.(Ed.): Critical Perspective on Business and Management.London.2001</p>

Modulbeschreibung



Hochschule
Ludwigshafen am Rhein

Modulbezeichnung:			Fachbereich: II		
Pflichtmodul Unternehmensführung			Studiengang: MBA Fernstudiengang Betriebswirtschaftslehre		
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
5	360 h	12	2. Sem.	Jährlich, Beginn immer zum Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Seminar b) Planspiel c) Übungen und Fallbeispiele d) Präsentationen		Kontaktzeit 52 h	Selbststudium 308 h	geplante Gruppengröße ca. 20 Studierende
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Veranstaltungen des Moduls Unternehmensführung verfolgen einen integrierten, ganzheitlichen Ansatz. Aus unterschiedlichen Blickwinkeln kommend wird jeweils auf das Zusammenspiel der betrieblichen Funktionen aus der Führungs- bzw. Leitungsperspektive abgestellt.</p> <p>Im Rahmen der Veranstaltung Strategisches Management erwerben die Studierenden Kompetenzen im Bereich Strategische Unternehmensführung. Ausgehend von Überlegungen zum normativen Management (Vision, Leitbild, Unternehmenskultur) lernen die Studierenden Analysefelder und Instrumente der Strategieentwicklung, -analyse, -formulierung und -umsetzung kennen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt in der Kompetenzentwicklung bzgl. der Positionierung strategischer Geschäftseinheiten im Rahmen von Portfolio-Modellen. Ergänzend werden Grundlagen des Projektmanagements vermittelt.</p> <p>Die Veranstaltung Controlling sind die Studierenden in der Lage, die Verbindung zwischen einer rationalen Unternehmensführung und dem Beitrag des Controllings herzustellen. Sie verfügen nach der Veranstaltung über Kenntnisse der wichtigsten Controllinginstrumente, können diese exemplarisch anwenden und die Ergebnisse im Sinne des „decision and responsibility accounting“ anwenden und umsetzen. Dazu gehört auch das kritische Hinterfragen, welche Controllinginstrumente bei welcher Fragestellung im Unternehmen geeignet sind.</p> <p>Das Unternehmensplanspiel lässt die Teilnehmer die vernetzten Zusammenhänge im Unternehmen konkret erleben, insbesondere die Zielkonflikte, die sich in der Führung eines Unternehmens systembedingt ergeben. Es vermittelt und vertieft nicht nur betriebswirtschaftliches Wissen, sondern fördert auch die Teamarbeit in einer Teilnehmergruppe, da diese als Geschäftsleitung „ihres Unternehmens“ ihre Entscheidungen und die sich hieraus ergebenden Ergebnisse verantworten müssen. Es trainiert unter Zeitdruck den Umgang mit Informationen und die Entscheidungsfindung. TOPSIM - General Management II ist insbesondere geeignet, um wirtschaftliches vernetztes Denken und Handeln und strategische Unternehmensführung zu vermitteln.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Strategisches Management</p> <ul style="list-style-type: none"> - Managementbegriffe und -konzepte - Begriff und Ablauf der strategische Planung - Analyse Strategischer Geschäftseinheiten 				

	<ul style="list-style-type: none"> - Konsequenzen aus der Portfolio-Analyse - Grundzüge des Projektmanagements <p>Controlling</p> <ul style="list-style-type: none"> - Controllingkonzeption (Funktion, Institution, bei Bedarf Vermittlung/Wiederholung von Grundbegriffen des Rechnungswesens) - Instrumente des strategischen Controlling - Analyse des Jahresabschlusses und der Liquiditäts- und Finanzplanung als operative Controllinginstrumente - Deckungsbeitragsrechnung, Plankostenrechnung, Prozesskostenrechnung, Target Costing, Life cycle costing) <p>Unternehmensplanspiel</p> <ul style="list-style-type: none"> - Das Planspiel TOPSIM - General Management II ist ein integriertes Industrie-Planspiel. Es behandelt alle Bereiche eines Unternehmens von der Fertigung über Einkauf, Personalplanung, Forschung und Entwicklung bis hin zu Marketing und Vertrieb, sowie auch Themen wie Produktlebenszyklen, Personalqualifikation, Produktivität, Rationalisierung, Umweltaspekte, Aktienkurs, Unternehmenswert. - Unternehmensziele und -strategien - Absatz: Konkurrenzanalyse, Marketing-Mix, Produktlebenszyklen, Produkt-Relaunch, Produkt-Neueinführung, Markteintritt in einen neuen Markt, Kalkulation von Sondergeschäften, Deckungsbeitragsrechnung und Marktforschungsberichte als Informationsgrundlage für Marketingentscheidungen - F & E: Technologie, Ökologie, Wertanalyse - Beschaffung/Lagerhaltung: Optimale Bestellmenge - Fertigung: Investition, Desinvestition, Eigenfertigung oder Fremdbezug, Auslastungsplanung, ökologische Produktion, Rationalisierung, Lernkurve - Personal: Personalplanung, Qualifikation, Produktivität, Fehlzeiten, Fluktuation - Finanz- und Rechnungswesen: Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträgerrechnung, stufenweise Deckungsbeitragsrechnung, Finanzplanung, Bilanz- und Erfolgsrechnung, Cash Flow - Aktienkurs und Unternehmenswert - Portfolioanalyse
4	<p>Lehrformen</p> <p>Fernunterricht mit Präsenzphasen, die der Verständniserklärung und der Vertiefung dienen und eine praxisorientierte und interaktive Ausrichtung haben.</p> <p>Die Präsenzveranstaltungen haben einen seminaristischen Charakter und werden durch Übungen und Fallbeispielen aus der Praxis, teilweise in Kleingruppen sowie Präsentationen ergänzt.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen/-empfehlungen</p> <p>Grundlagen Rechnungswesen und Unternehmensführung</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Strategisches Management: Klausur (Dauer 120 Minuten)</p> <p>Controlling: Klausur (Dauer 90 Minuten); Bearbeitung der Fallstudie mit Präsentation als Gruppenarbeit (oder reine Klausur 120 Minuten)</p> <p>Unternehmensplanspiel: Bearbeitung und Präsentation der Planspieltage in Gruppenarbeit</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Erfolgreiches Bestehen der Modulprüfung / erfolgreiche Bearbeitung der Fallstudie mit Präsentation / Erfolgreiche Präsentation der Planspielaufgaben</p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>12/90 (13,3%)</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Wasmayr</p> <p>Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Beißner, Prof. Dr. Busch, Prof. Dr. Wasmayr</p>
10	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Lehrbriefe:</p> <p>Prof. Dr. Fritz Unger: Strategische Unternehmensführung</p> <p>Prof. Dr. Beißner: Einführung strategisches und operatives Controlling</p> <p>Zusätzliche Lehrbriefe:</p> <p>Prof. Dr. Fritz Unger: Grundlagen der Unternehmensführung I und II</p>

Weitere Literaturempfehlungen:

Freeman, E.R.: Strategic Management. Cambridge.2010

Harrison, J.S.; St. John, C.H. Foundations in Strategic Management.Mason.2014

Sadler, Ph.: Strategic Management. 2nd Edition. London2003

Modulbeschreibung



Hochschule
Ludwigshafen am Rhein

Modulbezeichnung:			Fachbereich: II		
Pflichtmodul Internationale Kompetenz			Studiengang: MBA Fernstudiengang Betriebswirtschaftslehre		
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
6	180 h	6	2. Sem.	Jährlich, Beginn immer zum Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Seminar b) Übungen und Fallbeispiele c) Kleinprojekte in Gruppen		Kontaktzeit 48 h	Selbststudium 192 h	geplante Gruppengröße ca. 20 Studierende
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die internationalen Aspekte der Unternehmensführung und insbes. des Marketing (Marktforschung und Vergleichbarkeit von Studien) kennen und selber eigenständig berücksichtigen können. Formen internationaler Marktbearbeitung, Anforderungen an internationale Managementorientierung kennen und im eigenen Verhalten umsetzen können. Kultur als Erfolgsfaktor kennen und beherrschen. Internationale Unternehmensführung betrifft auch internationales Marketing. Die entsprechenden Aspekte werden vermittelt und sollen umgesetzt werden (auch hier gilt: Kulturkompetenz als Erfolgsfaktor). Ebenso soll internationales Personalmanagement vor dem Hintergrund der Kulturenvielfalt gesehen und umgesetzt werden können. Differenzierung und Standardisierung der Instrumente der Personalführung als Problem internationaler Personalführung soll gesehen und berücksichtigt werden.</p> <p>In der Kommunikation soll Teamfähigkeit (international) und die Kompetenz zur Konfliktbewältigung erlernt werden.</p> <p>Im Kern steht das Erlangen von Kulturkompetenz als ein strategischer Erfolgsfaktor in einer globalen Wirtschaft. Kulturkompetenz ist eine zentrale Voraussetzung internationaler unternehmerischer Betätigung in vielen Aspekten, in erster Linie Personalführung und Marketing. Diese Kulturkompetenz soll aber nicht nur erlangt werden, sie soll auch in konkrete Entscheidungen einfließen, sie ist aber auch Merkmal eigenen Verhaltens, also ein Aspekt sozialer Kompetenz, die es zu erarbeiten gilt.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Internationale Marktforschung Internationale Sekundärforschung und internationale Primärforschung werden in dieser Veranstaltung mit vielen Fallbeispielen dargestellt.</p> <p>Internationale Unternehmensführung Die Internationalisierung der Unternehmen und die Besonderheit der Auslandbetätigung sind wichtige Aspekte in der internationalen Ausrichtung. Themen wie Lizenz, Franchising, Export und Joint Venture werden behandelt und die Anforderungen an einer internationalen Managementorientierung aufgezeigt.</p>				

	<p>Interkulturelle Kommunikation Wesen, Sprachbarrieren und praktische Probleme der interkulturellen Kommunikation werden ebenso behandelt wie die Kultur als wesentlicher Bestandteil der Kommunikation. Den Abschluss bilden die Schlussfolgerungen für erfolgreiches Handeln in interkulturellen Situationen.</p>
4	<p>Lehrformen Fernunterricht mit Präsenzphasen, die der Verständniserklärung und der Vertiefung dienen und eine praxisorientierte und interaktive Ausrichtung haben. Die Präsenzveranstaltungen haben einen seminaristischen Charakter und werden mit Projekten und Fallbeispielen aus der internationalen Praxis unterlegt.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen/-empfehlungen Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen, Unternehmensführung, Marketing und Personalmanagement</p>
6	<p>Prüfungsformen Seminararbeit</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Erfolgreiches Bestehen der Seminararbeit</p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote 6/90 (6,65%)</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Rainer Busch</p>
10	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Lehrbriefe: Prof. Dr. R. Busch, Prof. Dr. F. Unger: Interkulturelle Kommunikation Prof. Dr. R. Busch, Prof. Dr. F. Unger: Internationale Unternehmensführung</p> <p>Zusätzliche Lehrbriefe: Prof. Dr. R. Busch, Prof. Dr. F. Unger: Communications policy I – III</p> <p>Weitere Literaturempfehlungen:</p> <p>Ahlstrom, D.; Bruton, G.D.: International Management. Mason. 2010 Lane, H.W.; Maznevski, M.L.; Di Stefano, J.J.: International Management Behaviour. 6th Edition. Chichester. 2009 McFarlin, D.; Sweeney, P.: International Management. 4th Edition. New York. 2011</p>

Modulbeschreibung



Hochschule
Ludwigshafen am Rhein

Modulbezeichnung:		Fachbereich: II			
Pflichtmodul Personalmanagement		Studiengang: MBA Fernstudiengang Betriebswirtschaftslehre			
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
7	300 h	10	3. Sem.	Jährlich, Beginn immer zum Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Seminar b) Übung mit Fallstudien	Kontaktzeit 45 h	Selbststudium 255 h	geplante Gruppengröße ca. 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <p>Die Studierenden erwerben anhand von Fallstudien bzw. der Diskussion der entsprechenden Regelungen ihrer eigenen Unternehmen Kompetenzen bzgl. der aktuellen Anforderungen und Entwicklungen der Arbeitswelt (bspw. flexible Arbeitszeitmodelle, innovative Arbeits- und Entgeltpolitik, Zielvereinbarungssysteme und moderne Personalcontrolling-Ansätze). Sie lernen diese zu gestalten und zu steuern. Sie erarbeiten, wie sinnvoll es ist, Bildungsmanagement als ein Instrument der Personalführung einzusetzen. Die Studierenden erhalten durch die Vermittlung und intensive Reflexion psychologischer Grundlagen hinsichtlich der Trias Mensch, Arbeit und Organisation (Motivation, Arbeitszufriedenheit, Entscheidungsprozesse usw.) Orientierungspunkte für die bewusste Gestaltung des eigenen (späteren) Führungsverhaltens. Sie können im Unternehmen selber eine Betriebsklimastudie durchführen und lernen diese zu beurteilen. Sie evaluieren auf der Basis der erworbenen methodischen Kompetenz, inwiefern es sinnvoll wäre, alternative Instrumente der Personalanalyse einzusetzen.</p>				
3	Inhalte <p>Das Modul Personalmanagement besteht aus dem Bereich „Personalwesen“ mit seinen Schwerpunkten Personalorganisation und Internationales Personalmanagement, Bildungsmanagement, Arbeitspolitik, Balanced Scorecard und Zielvereinbarung und den Bereichen „Arbeits- und Organisationspsychologie“ und „Organisation“.</p> <p>Internationales Personalmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Internationales Personalmanagement ○ Grundlagen und Rahmenbedingungen des Bildungsmanagements ○ Strategische Ebene des Bildungsmanagements (Ziele, Grundsätze, Organisationsformen) ○ Operative Ebene des Bildungsmanagements-Prozess (Bestandteile, Planung, Durchführung und Evaluierung von Bildungsmaßnahmen) ○ Institutionelle Verstetigung des Lernens: lebensbegleitendes Lernen und lernende Organisation ○ Grundlagen der Arbeitswissenschaft - ihre Wechselwirkungen zum Personalmanagement ○ Aktuelle Themen der Arbeitspolitik im Unternehmen, z.B. <ul style="list-style-type: none"> - Altersgerechte Arbeitsgestaltung - Künstliche Intelligenz – Wirkungen auf Arbeits- und Produktionsprozesse - Innovative Formen der Arbeitsorganisation 				

	<ul style="list-style-type: none"> - Arbeits- und Betriebszeitflexibilisierung - Neue Formen der Arbeits- und Leistungsbewertung – Säulen der Entlohnung im Unternehmen - Verbesserungsprozesse im Unternehmen o Kennzahlen o Zielvereinbarung o Balanced Scorecard <ul style="list-style-type: none"> - Entwicklung der Balanced Scorecard (BSC) - BSC-Prozess - Perspektiven der BSC - Umsetzung der BSC - Praxisübungen <p>Arbeits- und Organisationspsychologie</p> <ul style="list-style-type: none"> o Grundlagen der Motivationspsychologie o Fragen der Messung von Arbeitszufriedenheit o Problematiken beim Führungsverhalten; Folgen und Möglichkeiten der Vermeidung o Anreizpsychologie o Gruppenverhalten (Konvergenz und Divergenz in Gruppen; Minoritäteneinfluss; Leistungsverhalten von Gruppen) o Analyse des Arbeitsverhaltens o Betriebsklimastudien <p>Organisation</p> <ul style="list-style-type: none"> o Struktur und Prozess o Organisation als Soziales System (Was ist eine Organisation?) o Der situative Ansatz (Kieser & Kubizeck) o Beschreibung und Analyse formaler Strukturen o Determinanten formaler Organisationsstrukturen <ul style="list-style-type: none"> - Angebotsprogramm: Diversifikation und Divisionalisierung - Internationalisierung - Größe - Fertigungstechnik - Umwelt o Organisationsstruktur und Handeln o Erfahrungen in Organisationen o Kommunikation in Organisationen o Macht und Entscheidung in Organisationen o Formale Macht versus Soziale Macht o Organisation als offenes System: Außenorientierung (Markt) o Organisationsentwicklung als Schaffung von Organisationskultur
4	<p>Lehrformen</p> <p>Fernunterricht mit Präsenzphasen, die der Verständniserklärung und der Vertiefung dienen und eine praxisorientierte und interaktive Ausrichtung haben.</p> <p>Die Präsenzveranstaltungen haben einen seminaristischen Charakter und werden durch Übungen und Fallbeispielen aus der Praxis, teilweise in Kleingruppen, ergänzt.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen/-empfehlungen</p> <p>Grundkenntnisse in Personalwirtschaft und Psychologie</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Internationales Personalmanagement: Projektarbeit oder Klausur (Dauer 120 Minuten) Arbeits- und Organisationspsychologie: Klausur (Dauer 60 Minuten) Organisation: Klausur (Dauer 60 Minuten)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Erfolgreiches Bestehen der Modulprüfung und der erfolgreichen Projektarbeit</p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>10/90 (11,1%)</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. F. Unger Lehrende: Prof. Dr. Wengert, Prof. Dr. Unger, LB Dr. A. Unger</p>
10	<p>Sonstige Informationen</p>

Lehrbriefe:

Dr. Alexander Unger unter Mitwirkung von Prof. Dr. Rainer Busch und Prof. Dr. Fritz Unger:
Organisation I und II

Dr. Alexander Unger: Arbeits- und Organisationspsychologie

Prof. Dr. Peter Mudra: Grundkonzepte der Personalarbeit

Prof. Dr. Peter Mudra: Personalwirtschaftliche Ansätze

Prof. Dr. Peter Mudra: Aufgaben der Personalwirtschaft I Personelle Verfügbarkeit

Prof. Dr. Peter Mudra: Aufgaben der Personalwirtschaft II Personelle Wirksamkeit

Prof. Dr. Rainer Busch und Prof. Dr. Fritz Unger: Internationale Personalführung

Zusätzliche Lehrbriefe:

Dr. Alexander Unger: Psychologie I und II

Weitere Literaturempfehlungen:

Armstrong, M.: Human Resource Management Practice. 10th Edition. London. 2007

Durai, P.: Human Resource Management. Chennai. 2010

Torrington, D.; Hall, L.; Taylor, S.: Human Resource Management. 7th Edition. Harlow. 2008

Modulbeschreibung



Hochschule
Ludwigshafen am Rhein

Modulbezeichnung:			Fachbereich: II		
Wahlpflichtmodul (2 aus 4 zu wählen)			Studiengang: MBA Fernstudiengang Betriebswirtschaftslehre		
Recht					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
8.1	60 h	2	3. Sem.	Jährlich, Beginn immer zum Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesung b) Übung mit Fallstudien	Kontaktzeit 10 h	Selbststudium 50 h	geplante Gruppengröße max. 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Den Studierenden werden im Rahmen des Wahlpflichtgebietes Recht die kulturellen Grundlagen und deren Einfluss auf die Gestaltung von Rechtssystemen vermittelt. Sie verstehen hierdurch Rechtskreise unterschiedlicher kultureller Prägung. Anhand von Fallbeispielen wird die Gestaltung von Rechtsverhältnissen durch Vertragsabschlüsse im internationalen Kontext kennen und verstehen gelernt. Die Studierenden erwerben Problemlösungskompetenzen bei Vertragsverhandlungen und der Vertragsgestaltung, insbesondere im Umgang mit internationalen Geschäftspartnern.				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> - Rechtskreise <ul style="list-style-type: none"> o Unterscheidungskriterien: <ul style="list-style-type: none"> • Religiöse, philosophische und weltanschauliche Grundlagen • Geschichtliche Entwicklung • Die vorherrschende juristische Denkweise o Die Rechtskreise der Welt im Überblick <ul style="list-style-type: none"> • Die kontinentaleuropäischen Rechtsordnungen (Eigenarten des romanischen Rechtskreises) • Der anglo-amerikanische Rechtskreis (Bindung an Präjudizien) • Die sonstigen Rechtskreise - Die Gestaltung von internationalen Rechtsverhältnissen durch Vertragsschluss <ul style="list-style-type: none"> o Vorbereitung einer eigenen Position <ul style="list-style-type: none"> • Grundmodelle des Verhandeln • Verhandlungsphasen • Gemeinsame Festlegung von Spielregeln • Strategien zur Argumentation • Kommunikationsstörungen / Kompromiss-Modelle o Entscheidung und Abschluss o Technik der Vertragsformulierung: <ul style="list-style-type: none"> • Konsistenz • Präzision • Vollständigkeit o Besonderheiten im Umgang mit ausländischen Partnern <ul style="list-style-type: none"> • Ablauf und Umstände des Verhandeln 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Unterschiedliche Mentalitäten, • Unterschiedliche Strategien
4	Lehrformen Vorlesung, Rechtsfälle, Übungen
5	Teilnahmevoraussetzungen/-empfehlungen Grundlagen in BGB und HGB Recht
6	Prüfungsformen Klausur (Dauer 120 Minuten)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Erfolgreiches Bestehen der Modulprüfung
8	Stellenwert der Note für die Endnote 2/90 (2,2%)
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Unger Lehrende: LB Dr. Bitter
10	Sonstige Informationen <ul style="list-style-type: none"> - Kohler-Gehring, E.: Einführung in das Recht - Güllemann, D.: Internationales Vertragsrecht - Koch, H./ Magnus, U./ Winkler von Mohrenfels, P.: IPR und Rechtsvergleichung Empfohlen wird jeweils die aktuellste Auflage. Lehrbriefe: N. Bitter: Recht

Modulbeschreibung



Hochschule
Ludwigshafen am Rhein

Modulbezeichnung:			Fachbereich: II		
Wahlpflichtmodul (2 aus 4 zu wählen)			Studiengang: MBA Fernstudiengang Betriebswirtschaftslehre		
Soziologie					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
8.2	60 h	2	3. Sem.	Jährlich, Beginn immer zum Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Seminar	Kontaktzeit 10 h	Selbststudium 50 h	geplante Gruppengröße ca. 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <p>Die Studierenden erlangen ein vertieftes Verständnis bzgl. der relevanten Teilbereiche der Soziologie. Dies betrifft u.a. Arbeits- und Konsumsoziologie, Unternehmenssoziologie einschließlich der gängigen Macht-Theorien. Märkte werden als besondere „Organisationen ohne zentrale Steuerung“ behandelt. Kompetenzen: Konsequenzen gesellschaftlicher Prozesse und Strukturen insbesondere für marketing, Personalwirtschaft und für strategische Unternehmensführung in praktisches Handeln einfließen lassen.</p>				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Soziologie als Wissenschaft vom zwischenmenschlichen Geschehen • Soziologie als empirische Wissenschaft • Statistische Grundlagen der empirischen Sozialforschung • Soziologische Methodenlehre • Methoden der Soziologie • Statistische Analysen • Testen von Hypothesen • Ausgewählte Soziologische Theorien der Gegenwart • Luhmann und Parsons (Systemtheorie) • Handeln, soziales Handeln, voluntaristisches Handeln • Die Theorie sozialen Handelns bei Esser • Ungleichheit und Sozialer Wandel • Arbeits- und Berufssoziologie • Industrie und Betriebssoziologie • Wirtschafts- und Konsumsoziologie • Familie Gesellschaft und Konsum 				
4	Lehrformen <p>Fernunterricht mit Präsenzphasen, die der Verständniserklärung und der Vertiefung dienen und eine praxisorientierte und interaktive Ausrichtung haben.</p> <p>Die Präsenzveranstaltungen haben in diesen Fächern einen sehr stark ausgeprägt seminaristischen Charakter. Diskussionen stehen im Mittelpunkt. Die Studierenden wrden daher eindringlich darauf hingewiesen, sich vor der Veranstaltung die Lehrbriefe zu erarbeiten. Daher ist insbes. der Lehrbrief zur Soziologie mit überdurchschnittlich vielen Kontrollfragen versehen. Sie</p>				

	erhalten auch Hinweise zu weitergehenden Literaturempfehlungen.
5	Teilnahmevoraussetzungen/-empfehlungen Keine außer einigen fundamentalen Grundlagen der Statistik
6	Prüfungsformen Klausur
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Erfolgreiches Bestehen der Modulprüfung
8	Stellenwert der Note für die Endnote 2/90 (2,2%)
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Dr. Fritz Unger Lehrende: Dr. Alexander Unger
10	Sonstige Informationen Lehrbriefe: Dr. Alexander Unger: Soziologie I und II Weitere Literaturempfehlungen: Macionis, J.: Sociology.Upper Saddle River.2013 Turner, J.H.: Sociology.Upper Saddle River.2005

Modulbeschreibung



Hochschule
Ludwigshafen am Rhein

Modulbezeichnung:				Fachbereich: II	
Wahlpflichtmodul (2 aus 4 zu wählen)				Studiengang: MBA Fernstudiengang Betriebswirtschaftslehre	
Finanzwirtschaft					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
8.3	60 h	2	3. Sem.	Jährlich, Beginn immer zum Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Seminar		Kontaktzeit 10 h	Selbststudium 50 h	geplante Gruppengröße ca. 20 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Der/die Studierende <ul style="list-style-type: none"> • beherrscht die Methoden statischer und dynamischer Investitionsrechenverfahren • kennt gängige Finanzierungsinstrumente im Bereich der Außen- und Innenfinanzierung • kann Eigen- und Fremdfinanzierung von Unternehmen beurteilen • lernt über die Verschuldungspolitik und die Optimierung von Kapitalstrukturen • erhält einen Überblick über Finanzmärkte und Informationen zur Aktie als Langfristanlage 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Investition • Finanzierung • Finanzmärkte 				
4	Lehrformen Fernunterricht mit Präsenzphasen, die der Verständniserklärung und der Vertiefung dienen und eine praxisorientierte und interaktive Ausrichtung haben.				
5	Teilnahmevoraussetzungen/-empfehlungen Keine				
6	Prüfungsformen Klausur				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Erfolgreiches Bestehen der Modulprüfung				
8	Stellenwert der Note für die Endnote 2/90 (2,2%)				
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Fritz Unger Lehrende: Prof. Dr. Timo Defren				
10	Sonstige Informationen Lehrbriefe: Prof. Dr. Timo Defren: Investition, Finanzierung und Finanzmarkt				

Weitere Literaturempfehlungen:

Bhat, S.: Financial Management.2nd Edition. New Delhi.2008
 Brigham, E.F.; Ehrhardt, M.C.: Financial Management.12th Edition.Mason.2008
 Madura, J.: International Financial Management.13th Edition.Boston.2018

Modulbeschreibung



Hochschule
Ludwigshafen am Rhein

Modulbezeichnung:

Wahlpflichtmodul
(2 aus 4 zu wählen)

Makroökonomie**Fachbereich:** II**Studiengang:** MBA Fernstudiengang
Betriebswirtschaftslehre

Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
7.4	60 h	2	3. Sem.	Jährlich, Beginn immer zum Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Vorlesung	Kontaktzeit 10 h	Selbststudium 50 h	geplante Gruppengröße ca. 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierende lernen gesamtwirtsch. Prozesse verstehen und die Möglichkeiten staatlicher Einflussnahme (Wirtschaftspolitik). Sie lernen ferner soziale Probleme in der VWL kritisch zu beurteilen. Kompetenzen: Konsequenzen gesellschaftlicher Prozesse und Strukturen insbesondere für Marketing, Personalwirtschaft und für strategische Unternehmensführung in praktischer handeln einfließen lassen.				
3	Inhalte VWL I <ul style="list-style-type: none"> • Volkswirtschaftslehre als Spezielle Soziologie • Einleitung zum Gesamtkonzept von Keynes • Der Gütermarkt • Der Geldmarkt • Der Arbeitsmarkt • Konjunkturpolitik • Export und Import • Fragen der Einkommensverteilung VWL II <ul style="list-style-type: none"> • Wettbewerbspolitik • Arbeitsmarktpolitik • Sozialpolitik • Ordnungspolitik • Prozesspolitik (Konjunkturpolitik) • Strukturpolitik • Außenhandelspolitik 				

4	Lehrformen Fernunterricht mit Präsenzphasen, die der Verständniserklärung und der Vertiefung dienen und eine praxisorientierte und interaktive Ausrichtung haben.
5	Teilnahmevoraussetzungen/-empfehlungen Keine; sich systematisch mit den Wirtschaftsnachrichten auseinandersetzen
6	Prüfungsformen Klausur
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Erfolgreiches Bestehen der Modulprüfung
8	Stellenwert der Note für die Endnote 2/90 (2,2%)
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Fritz Unger Lehrende: Prof. Dr. Fritz Unger
10	Sonstige Informationen Lehrbriefe: Prof. Dr. Fritz Unger: VWL I und II Weitere Literaturempfehlungen: Arnold, R.A.: Economics.9 th Edition.Mason.2008 Glanville, A.; Glanville, J.: Economics from a Global Perspective.4 th Edition.Dolton.2011 Samuelson, P.A.; Nordhaus, W.D.: Economics.19 th Edition.New Delhi.2010

Modulbeschreibung



Hochschule
Ludwigshafen am Rhein

Modulbezeichnung:			Fachbereich: II		
Masterarbeit (incl. Kolloquium)			Studiengang: MBA Fernstudiengang Betriebswirtschaftslehre		
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
8	900 h	30	4. Sem.	Jährlich, Beginn immer zum Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Präsentation der Master- Thesis	Kontaktzeit 10 - 30 h Je nach Bedarf des/der Studierenden auch mehr	Selbststudium 870 - 890 h	geplante Gruppengröße 1 Studierende (bei gemeinschaftlicher Arbeit auch Zwei)	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Der Studierenden soll nachweisen, mit den Methoden ihres Fachgebietes ein Problem im festgelegten Zeitraum zu bearbeiten, ein selbstständig, wissenschaftlich begründetes Urteil zu entwickeln und zu wissenschaftlich fundierten Aussagen zu gelangen. Im Rahmen des Kolloquiums wird die eigenständige wissenschaftliche Arbeit des Studierenden überprüft. Der Studierende zeigt die in seiner schriftlichen Master-Thesis erarbeiteten akademischen Ergebnisse.				
3	Inhalte Die eigene Master-Thesis				
4	Lehrformen Präsentation				
5	Teilnahmevoraussetzungen Fristgerecht abgegebene Master-Thesis				
6	Prüfungsformen Projektpräsentation				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Angenommene Master-Thesis und bestandenenes Kolloquium				
8	Stellenwert der Note für die Endnote 30/90 (33,3%)				
9	Modulbeauftragte/r/hauptamtlich Lehrende: a) Prof. Dr. Fritz Unger und Prof. Dr. Rainer Busch in ihren Funktionen als fachliche Studiengangbetreuer, b) betreuende Lehrende				
10	Sonstige Informationen Weitere Literaturempfehlungen: Bailey, S.: Academic Writing. 4th Edition. New York. 2015 Giltrow, J.; Gooding, R.; Burgoyne, D.; Sawatsky, M.: Academic Writing. Plymouth. 2009 Skern, T. Writing Scientific English. Wien. 2011				