

Modulhandbuch

im Studiengang
Master of Arts (M. A.)
General Management



Ernst-Abbe-Hochschule Jena

Fachbereich Betriebswirtschaft

Letzte Aktualisierung: 02.04.2026

Modulbeschreibung „Volkswirtschaftslehre“

*für den Masterstudiengang General Management
der Ernst-Abbe-Hochschule Jena*

Modul-Nr./Code	M-GM-PM1.1
Modulbezeichnung	Volkswirtschaftslehre
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	M-GM-PM1.1.1 European Integration M-GM-PM1.1.2 Empirische Wirtschaftsforschung
Inhalte des Moduls	<p>Europäische Integration</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Geschichte, Institutionen und Strukturen der Europäischen Union <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Geschichte der EU 1.2 Recht, Institutionen und Haushalt der EU 1.3 Entscheidungsstrukturen in der EU 2. Der Europäische Binnenmarkt <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Mikroökonomische Grundlagen 2.2 Grundlagen der Zollunion 2.3 Marktgröße und Skalenerträge 2.4 Wachstumseffekte der Faktormarktintegration 2.5 Wirtschaftsintegration, Arbeitsmärkte und Migration 3. Währungsintegration in Europa <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Die Wechselkursentscheidung Europas 3.2 Das Europäische Währungssystem 4. Geld- und Fiskalpolitik in der EU <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Optimale Währungsräume 4.2 Die Europäische Währungsunion 4.3 Fiskalpolitik und Stabilitäts- und Wachstumspakt 4.4 Die Finanzmärkte und der Euro <p>Empirische Wirtschaftsforschung</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Anwendungen und Fragestellungen 1.2 Die Regressionsanalyse: Beispiele 1.3 Datenherkunft 1.4 Formen von Variablen 1.5 Qualität und Interpretation der Daten 2. Grundlagen der Regressionsanalyse <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Überblick 2.2 Einfache und multiple Regression 2.3 Überprüfung der Aussagekraft 3. Erweiterungen des einfachen linearen Modells <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Überblick 3.2 Qualitative Variablen 3.3 Nicht-lineare Zusammenhänge 3.4 Interaktionseffekte 4. Kausalanalyse und Datenerhebung <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Überblick

	<ul style="list-style-type: none"> 4.2 Das Experiment als Erhebungsmethode 4.3 Andere Methoden der Datengewinnung 4.4 Strategien zur Identifizierung kausaler Zusammenhänge 5. Voraussetzungen und Probleme der einfachen Regression <ul style="list-style-type: none"> 5.1 Überblick 5.2 Heteroskedastie 5.3 Autokorrelation 5.4 Normalverteilung 5.5 Multikollinearität 5.6 Ausreißer und einflussreiche Beobachtungen 5.7 Fehlspezifikation 5.8 Fehler in den Variablen 5.9 Stichprobenumfang 6. Modellbildung und Variablenauswahl <ul style="list-style-type: none"> 6.1 Überblick 6.2 Hypothesenbildung 6.3 Modellspezifikation 6.4 Präsentation der Resultate 7. Möglichkeiten und Grenzen der Regression <ul style="list-style-type: none"> 7.1 Überblick 7.2 Die Validität empirischer Untersuchungen 7.3 Generalisierungsprobleme 7.4 Der Erkenntnisgewinn empirischer Analysen 7.5 Grundzüge der Regressionsanalyse im Überblick 8. Anwendung des Wissens im Rahmen eines eigenen empirischen Lehrforschungsprojektes
Lernergebnisse des Moduls	<p>European Integration</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen die grundlegenden historischen, institutionellen und rechtlichen Dimensionen der EU. • Sie sind in der Lage, die Grundzüge der Theorie der wirtschaftlichen Integration zu verstehen, anzuwenden und empirisch zu überprüfen. • Sie können die monetäre Integration, die Erweiterung und Vertiefung des Binnenmarktes sowie die Strukturpolitiken der EU analysieren und beurteilen • Sie besitzen die Fähigkeit diese Erkenntnisse im betriebswirtschaftlichen Kontext zu nutzen. <p>Empirische Wirtschaftsforschung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen nach Absolvierung des Moduls die Möglichkeiten und Grenzen empirischer Datenerhebungsverfahren und Analysemethoden. • Sie können die Grundzüge der statistischen Regressionsverfahren erläutern und sind befähigt diese anzuwenden. • Sie sind in der Lage, ihr Wissen zu den wichtigsten Methoden der Regressionsanalyse auf neue Fragestellungen und auf der Basis komplexer Datensätze anzuwenden sowie die Ergebnisse eigener multipler Regressionsanalysen aus der Finanzwissenschaft auch mit denen anderer Gebiete der Ökonomie und Sozialwissenschaften zu verknüpfen, zu vergleichen und kritisch zu hinterfragen.

	<ul style="list-style-type: none"> • Sie sind befähigt, neues Wissen aus den Methoden der empirischen Sozial- und Wirtschaftsforschung selbstständig zu analysieren und sich anzueignen. • Die Studierenden integrieren die empirischen Resultate, das heißt sie ziehen auf der Grundlage begrenzter Generalisierbarkeiten ihrer eigenen und anderer wissenschaftlicher und gesellschaftlicher Erkenntnisse fundierte sowie reflektierte wissenschaftliche Schlussfolgerungen. • Sie können eigene empirische wissenschaftliche Forschungsprojekte konzipieren, umsetzen und auswerten.
Studiensemester (ggf. Trimester)	1. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Sommersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzzeiten: 45,0 h Selbstlernphasen: 45,0 h Projektphasen: 90,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	keine weitere Verwendung
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Frank Pothen
Name der Hochschullehrer der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Frank Pothen Dr. Miriam de Blasi
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, 120 min
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,6 %
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Fallstudien, Diskussion, Präsentation, Projektarbeiten, Teamarbeit
Besonderes	
Literatur	<u>Pflichtlektüre European Integration:</u> Baldwin, Richard E. und Charles Wyplosz. 2015. The Economics of European Integration. 5th edition. London, Boston, Burr Ridge, IL, Dubuque, IA, Madison, WI: McGraw-Hill Education <u>Empfohlene Literatur European Integration</u>

Dullien, Sebastian, Neva R. Goodwin, Jonathan M. Harris, Julie A. Nelson, Brian Roach und Mariano Torras. 2018. Macroeconomics in Context: A European Perspective. New York and London: Routledge

Wagener, Hans-Jürgen und Thomas Eger. 2014. Europäische Integration: Wirtschaft und Recht, Geschichte und Politik. 3rd ed. München: Franz Vahlen

Pflichtlektüre Empirische Wirtschaftsforschung:

M. Stoetzer, Regressionsanalyse in der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung Band 1 Grundlagen und Band 2 Komplexe Verfahren, Springer Verlag, neueste Auflagen

Empfohlene Literatur Empirische Wirtschaftsforschung:

K. Backhaus, B. Erichson, W. Plinke, R. Weiber, Multivariate Analysemethoden, Springer Verlag, neueste Auflage; J. Wooldridge, Introductory Econometrics – A Modern Approach, South-Western Cengage Learning, neueste Auflagen

Modulbeschreibung „Bilanzierung und Bewertung“

*für den Masterstudiengang General Management
der Ernst-Abbe-Hochschule Jena*

Modul-Nr./Code	M-GM-PM1.2
Modulbezeichnung	Bilanzierung und Bewertung
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	M-GM-PM1.2.1 Bilanzpolitik und -analyse M-GM-PM1.2.2 Unternehmensbewertung/M&A
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Bilanzpolitische Gestaltungsvariablen, Instrumentarien, Strategien • Unternehmensbewertung • M&A
Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können eigenständig bilanzpolitische Entscheidungen unter Berücksichtigung der dadurch bedingten Außenwirkung entwickeln. Dies gilt insbesondere im Hinblick auf die finanzwirtschaftliche Darstellung und Beurteilung der Unternehmung durch Dritte. • Die Studierenden können den Unternehmenswert und den Marktwert des Eigenkapitals ermitteln und – auch auf im Hinblick auf bilanzpolitische Erwägungen getroffene Maßnahmen – beurteilen. • Sie können die wesentlichen Methoden der Unternehmensbewertung (Vergleichsbewertung und Cashflowverfahren) anwenden und analysieren, und reflektieren ob die Finanzierungsstruktur Einfluss auf den Unternehmenswert hat. • Die Studierenden verstehen Formen und Motive von M&A und überblicken die Verteilung der Realisierungsrisiken und der monetären Vorteile zwischen den beteiligten M&A-Partnern.
Studiensemester (ggf. Trimester)	1. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Sommersemester
Zahl der zugewiesenen ECTS-Credits	6 ECTS

Gesamtworkload	Präsenzzeiten: 45,0 h Selbstlernphasen: 135,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Studiengang General Management, Allgemeiner Teil
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Ricarda Hildebrand-Peitzmeier
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Ricarda Hildebrand-Peitzmeier Prof. Dr. Henning Cordes
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, 120 min.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,6 %
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Die Lehrveranstaltungen werden im seminaristischen Stil durchgeführt. Der Lehrstoff wird anhand von Fallstudien vermittelt.
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Carl-Christian Freidank: Entscheidungsmodelle der Rechnungslegungspolitik: Lösungsvorschläge für Kapitalgesellschaften aus betriebswirtschaftlicher, rechtlicher, mathematischer und wirtschaftsinformatischer Sicht akt. Auflage, Wiesbaden</p> <p>Huth, Frederik: Die Bedeutung der Rechnungslegung für die Vertragsgestaltung im Hinblick auf die Kaufpreisklausel beim M&A-Deal, akt. Auflage, Wiesbaden</p> <p>Krüger, Kathrin: Jahresabschlusspolitik: Analyse, Beurteilung und zielgerichteter Einsatz von Aktionsparametern im Einzelabschluss nach HGB</p> <p>Crasselt, Nils; Timmreck, Christian (Hrsg): Handbuch Kapitalmarktorientierte Unternehmensbewertung akt. Auflage, Stuttgart</p> <p>Wollny, Christoph: Der objektivierte Unternehmenswert: Unternehmensbewertung bei gesetzlichen und vertraglichen Bewertungsanlässen, akt. Auflage, Herne, Berlin</p> <p>Feix, Thorsten; Büchler, Jan-Philipp; Straub, Thomas (Hrsg.): Mergers & Acquisitions: Erfolgsfaktoren für mittelständische Unternehmen, akt. Auflage, Freiburg</p>

Modulbeschreibung **„Unternehmensführung“**

*für den Masterstudiengang General Management
der Ernst-Abbe-Hochschule Jena*

Modul-Nr./Code	M-GM-PM1.3
Modulbezeichnung	Unternehmensführung
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	M-GM-PM1.3.1 Advanced Marketing Techniques M-GM-PM1.3.2 Internationales Marketing
Inhalte des Moduls	<p>Anhand praxisrelevanter und aktueller Beispiele werden zentrale Problembereiche marktorientierter Unternehmensführung behandelt. Dies umfasst nationale und internationale Fälle wie Best Practice und Misserfolgsbeispiele.</p> <p>Das Modul führt an anspruchsvolle und state-of-the-art Themenkomplexe im Bereich marktorientierter Unternehmensführung/Marketing heran.</p> <p>Den Studierenden werden die Grundzüge marktorientierter Unternehmensführung vermittelt. Es geht dabei neben der Verdeutlichung von Leistungsfähigkeit und -spektrum des Marketings auch um das Vertiefen kundenorientierten Denkens.</p>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Zu <u>Advanced Marketing Techniques</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden lernen Trends im Marketing zunächst kennen und reflektieren sowie diskutieren über deren Bedeutung in funktionalen Bereichen des Marketings bzw. den Hauptsektoren der Wirtschaft (Industrie, Dienstleistung, Handel). • Sie sind vertraut mit modernen Marktforschungsmethoden (z. B. Online-Marktforschung, Panelforschung, Lead User Research). • Sie wissen wie eine Positionierung vorgenommen werden kann und können gängige Positionierungsmodelle anwenden, um relevante Marktentscheidungen hinsichtlich der Marketingstrategien zu treffen. • Die Studierenden kennen das Spektrum der Produktgestaltungsmöglichkeiten. • Für die Themen Innovationsmanagement und Sustainable Product Development entwickeln sie ein tiefes Verständnis. • Die Studierenden können die wachsende Bedeutung von Open Innovation, Sustainable Products und Mass Customization abschätzen. • Sie kennen zudem die Bedeutung von Lead Usern und wissen, wie diese generiert werden können. • Die Studierenden erlernen die Grundlagen der Preisbildung

sowie die Auswirkungen auf die Unternehmensziele.

- Sie sind mit verschiedenen Preisstrategien vertraut (u. a. Preisskimming/-penetration, Preisführerschaft/Preiskampf, Preisdifferenzierung).
- Sie können praxisrelevante Verfahren der Preisbildung anwenden und unter Berücksichtigung der strategischen Unternehmensziele diese als Entscheidungsgrundlage verwenden. Zusätzlich erhalten sie einen Überblick über die wichtigsten preispolitischen Berechnungsmethoden und -instrumente.
- Die Studierenden sind mit den Entwicklungen und Trends in der Kommunikation vertraut.
- Sie kennen sich mit Usability Engineering als Werbewirksamkeitsanalyse aus und können die Inhalte des Brand Progress Managements benennen sowie die Themen Nachhaltigkeit und CSR erfassen und umsetzen.
- Die Studierenden kennen zentrale Kundenanalysen und wissen um die Bedeutung der Themenfelder CRM, Multi Channeling und Geomarketing.
- Die Studierenden sind befähigt, aus einem Set von 12 Kundenanalysen die für unterschiedliche Problemstellungen jeweils relevante(n) auszuwählen und anzuwenden.

Zum Internationalen Marketing:

- Die Studierenden kennen zentrale Gründe der Internationalisierung und entwickeln ein Verständnis für wichtige Trends, die die Globalisierung vorantreiben.
- Sie kennen traditionelle und aktuelle Methoden der internationalen Marktforschung und sind zur Auswahl geeigneter Methoden – in Abhängigkeit von den Besonderheiten ausländischer Märkte – befähigt.
- Die Studierenden reflektieren kritisch wesentliche Einflussfaktoren für internationale Strategieentscheidungen.
- Sie sind in der Lage, unterschiedliche Methoden zur Auswahl ausländischer Märkte (Portfolio-Analyse, Scoring-Verfahren u.a.m.) anzuwenden.
- Die Studierenden verstehen sowohl die Besonderheiten der Gestaltung internationaler Produktpolitik als auch die Kernherausforderungen wie Schutz vor Plagiaten oder Problemen beim Aufbau internationaler Produktionsstätten.
- Sie können im Kommunikationsbereich zentrale Touchpoints unterschiedlicher Märkte identifizieren, analysieren und eine länderspezifische Customer Journey erstellen.
- Die Studierenden wissen um die Bedeutung einer strukturierter internationalen Preispolitik und können wesentliche Entscheidungen der internationalen Vertriebspolitik analysieren.
- Sie sind in der Lage, auf Basis wesentlicher Vor- und Nach-

	teile einzelner vertrieblicher Optionen eine begründete Entscheidung zur länderspezifischen Gestaltung der internationalen Vertriebspolitik zu geben.
Studiensemester (ggf. Trimester)	1. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Sommersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzzeiten: 45,0 h Selbstlernphasen: 135,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul vermittelt aktuelles Wissen zu nationalen und internationalen Aspekten im Marketing und Vertrieb.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Bachelor, Englischkenntnisse
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Magerhans
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Magerhans, Lehrbeauftragte; die Wahl der Leiterin/des Leiters erfolgt entsprechend den im Fachbereich Betriebswirtschaft verfügbaren Kapazitäten.
Lehrsprache	Deutsch/Englisch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, 120 min
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,6 %
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktive Seminarführung
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Arbeitsunterlagen in Moodle
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Altobelli, C.F. (2017): Marktforschung – Methoden – Anwendungen – Praxisbeispiele, akt. Auflage, Stuttgart: UTB GmbH Bruhn, M. (Hrsg.): Handbuch Markenführung Bd. 1-3, neueste Auflage, Wiesbaden: Gabler Bindebunck, L./Belz, C.: Internationaler Vertrieb, Wiesbaden, Springer-Gabler Gansser, O./Krol, B. (2017): Moderne Methoden der Marktforschung – Kunden besser verstehen, Wiesbaden. Springer-Gabler Homburg, C., Sales Excellence, neueste Auflage, Wiesbaden: Sprin-

	<p>ger-Gabler</p> <p>Magerhans, A. (2016): Marktforschung – Eine praxisorientierte Einführung, Wiesbaden: Springer-Gabler</p> <p>Yom, Web-Usability von Online-Shops</p> <p>Winkelmann, P.: Marketing und Vertrieb, neueste Auflage, München: Oldenbourg</p> <p>Gannon, M.: Understanding Global Cultures, Sage Publications</p>
--	--

Modulbeschreibung „Wirtschaftsrecht“

*für den Masterstudiengang General Management
der Ernst-Abbe-Hochschule Jena*

Modul-Nr./Code	M-GM-PM 1.4
Modulbezeichnung	Wirtschaftsrecht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	M-GM-PM1.4.1 Gewerblicher Rechtsschutz M-GM-PM1.4.2 Arbeitsrecht für Führungskräfte
Inhalte des Moduls	<p>Gewerblicher Rechtsschutz</p> <ul style="list-style-type: none">• Kennzeichenrechte, insbesondere das Namensrecht (auch der Domainnamen), das Markenrecht sowie das Recht der geschäftlichen Bezeichnungen und der geografischen Herkunftsbezeichnungen• Recht des lautereren Wettbewerbes (Wettbewerbsrecht)• Das Gesetz gegen unseriöse Geschäftspraktiken, namentlich die Änderungen des UWG (vom 1.10.2013, BGBl. I 3714) sowie das am 5.11.2015 vom Deutschen Bundestag beschlossene neue Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (BT-Drs. 18/6571, UWG 2015) <p>Arbeitsrecht für Führungskräfte</p> <ul style="list-style-type: none">• Das Individualarbeitsrecht (insbesondere die Begründung und der Inhalt von Arbeitsverhältnissen, z. B. Einstellungsverfahren, Fehlerquellen und Rechtsfolgen, besondere Arbeitsverhältnisse, Pflichten von Arbeitgeber und Arbeitnehmer)• Probleme der Leistungsstörungen im Arbeitsverhältnis (Rechtsfolgen von Pflichtverletzungen des Arbeitnehmers und des Arbeitgebers, des unverschuldeten Ausfalls der Arbeitsleistung, Besonderheiten bei Arbeitsunfällen, Haftungsfragen u. a.)• Beendigung von Arbeitsverhältnissen (Beendigungsgründe, Kündigung, Kündigungsschutz, Änderungskündigung, u. a.)
Lernergebnisse des Moduls	<p>Gewerblicher Rechtsschutz</p> <ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden verfügen über fundierte Kenntnisse der besonderen Rechte der Unternehmen als Schutzrechte, des Schutzzumfangs mit den notwendigen (auch gerichtlich) durchsetzbaren Ansprüchen, der Wettbewerbsregelungen mit dem Ziel des lautereren Wettbewerbs als eigenständige Ansprüche der Wettbewerber sowie der Wettbewerbsverbände und sonstiger qualifizierter Einrichtungen (Verbraucherschutzverbände).

	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen die gewerblichen Schutzrechte als subjektive und objektive Rechte sowie die Immaterialgüterrechte. • Sie wissen, dass die Marke als Rechtsgegenstand eine (erhebliche) Wertschöpfung für das Unternehmen ermöglicht. • Die Studierenden können die Wettbewerbsregeln des UWG als Teil des lautereren Marktverhaltens zuordnen. <p>Arbeitsrecht für Führungskräfte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen die wichtigsten praxisrelevanten Probleme des Arbeits- und Arbeitsverfahrensrechts, wie es gerade in Führungspositionen der Wirtschaft benötigt wird. • Sie können aufgrund ihrer methodischen Sach- und Rechtskompetenz mit typischen Fallgestaltungen unterschiedlicher Ausprägungen umgehen und sind in der Lage praxisgerechte Lösungen zu finden.
Studiensemester (ggf. Trimester)	1. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Sommersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzzeiten: 45,0 h Selbstlernphasen: 135,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Als Pflichtmodul für alle Studierenden nicht anderweitig verwendbar.
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Michael Saller
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Michael Saller Lehrbeauftragte
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur mit einer Dauer von 120 Minuten, wobei für jede Lehrveranstaltung des Moduls ein Klausurteil von 60 Minuten vorgesehen ist.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,6 %
Lehr- und Lernmethoden des Mo-	<ul style="list-style-type: none"> • Gewerblicher Rechtsschutz: Seminar mit Fallbeispielen

duls	<ul style="list-style-type: none"> Arbeitsrecht für Führungskräfte: Vorlesung mit Fallstudien
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Arbeitsunterlagen, Zusatzinformationen, Gastvorträge u. a.
<p>Literatur</p> <p>(Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<p><u>Gewerblichen Rechtsschutz</u></p> <p>Berlit, Wolfgang; Markenrecht, aktuelle Aufl. München</p> <p>Nordemann, Axel u.a.; Wettbewerbsrecht/Markenrecht, aktuelle Aufl. Baden-Baden</p> <p>Chrocziel: Einführung in den Gewerblichen Rechtsschutz und das Urheberrecht, neueste Auflage, C.H.Beck Verlag</p> <p>Sosniza, Fälle zum Gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht, neueste Auflage, C.H.Beck Verlag</p> <p>Rehbinder/Peukert: Urheberrecht, neueste Auflage, C.H.Beck Verlag</p> <p>Eisenmann/Jautz: Grundriss Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, neueste Auflage, C.F.Müller Verlag</p> <p>Emmerich, Unlauterer Wettbewerb, neueste Auflage, C.H.Beck</p> <p>Köhler/Alexander: Fälle zum unlauteren Wettbewerb, neueste Auflage, C.H.Beck</p> <p>Schwartzmann: Falltraining Urheberrecht, neueste Auflage, C.F.Müller</p> <p>Götting, Gewerblicher Rechtsschutz, neueste Auflage, C.H.Beck</p> <p>Ohly, Fälle zum Recht des geistigen Eigentums, neueste Auflage, C.H.Beck</p> <p><u>Arbeitsrecht für Führungskräfte</u></p> <p>Junker, Abbo: Grundkurs Arbeitsrecht, aktuelle Auflage, Beck Verlag</p> <p>Pallasch, Arbeitsrecht, aktuelle Auflage, Vahlen Verlag</p> <p>Otto/Schwarze: Arbeitsrecht, aktuelle Aufl., De Gruyter Verlag</p>

Modulbeschreibung

„Personal“

*für den Masterstudiengang General Management
der Ernst-Abbe-Hochschule Jena*

Modul-Nr./Code	M-GM-PM2.1
Modulbezeichnung	Personal
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	M-GM-PM2.1.1 Mitarbeiterführung M-GM-PM2.1.2 Betriebliches Gesundheitsmanagement
Inhalte des Moduls	Mitarbeiterführung <ul style="list-style-type: none">• Ansätze der Führungsforschung• Machtbasen der Führung• Führungsverhaltensmuster und ihre Anwendungsbedingungen• Führungseffizienz: Inhalt, Entstehung und Determinanten• Modellelemente des Gesamtsystems „Führung“• Führungssubstitute• Zielvereinbarungen: Psychologische Wirkmechanismen und Gestaltungsprinzipien• Kontroll- und Feedbackprozesse• Partizipation: Formen und Wirkungen• Kommunikationsprozesse: Theoretische Grundlagen und Gestaltungsprinzipien• Stress: Psychologische Grundlagen und Stressmanagement• Leistungsbeurteilung: Instrumentelle Alternativen und Handhabungsprobleme• Konflikte: Theoretische Grundlagen (Entstehung, Wirkung, Verlauf) und Konfliktmanagement Betriebliches Gesundheitsmanagement <ul style="list-style-type: none">• Konzeptioneller, fachlich-theoretischer und rechtlicher Rahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung• Konzept der Salutogenese• Leitsätze der Ottawa-Charta zur Gesundheitsförderung• Luxemburger Deklaration zur Betrieblichen Gesundheitsförderung und Qualitätskriterien des Europäischen Netzwerkes für Betriebliche Gesundheitsförderung

	<ul style="list-style-type: none"> • Umsetzungsrahmen für Präventionsleistungen gemäß § 20a SGB V und steuerrechtliche Aspekte analog der Neuregelungen im Einkommenssteuergesetz § 3 Nr. 34 EStG • Aspekte des Arbeitsschutzes und der Arbeitssicherheit • Zielstellungen von BGM-Konzepten als Instrumente des Gesundheitsmanagements • Prozess- und strukturbezogene Vorgehensweisen für die Implementierung von BGM-Maßnahmen (z. B. 7-Schritte-Konzept) • Bestimmungsgrößen und Evaluationsparameter zur Maßnahmenjustierung und Erfolgsbewertung
Lernergebnisse des Moduls	<p>Mitarbeiterführung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können zentrale Strömungen der Führungsforschung und wichtige Führungsmodelle erläutern und kritisch bewerten. Sie können deren Erkenntnisnutzen und Aussagengrenzen für die Führungspraxis einschätzen. • Sie haben modellhaft einen Überblick über zentrale Einflussgrößen und Wirkmechanismen im Führungsprozess und können auf dieser Basis eigenes Führungshandeln leichter strukturieren und im Hinblick auf Führungserfolg und/oder -misserfolg kritisch reflektieren. • Sie haben eine höhere Erkenntnisschärfe und Verhaltenssicherheit in typischen Führungssituationen. • Die Studierenden können zentrale Führungsinstrumente im Hinblick auf ihre Gestaltungsalternativen, Funktionsmechanismen, Anwendungsvoraussetzungen und -grenzen erläutern. Sie sind in der Lage, Führungssysteme in der Unternehmenspraxis zu analysieren und Schwachstellen zu identifizieren. • Sie sind in der Lage, Zielvereinbarungssysteme unter Beachtung zentraler Erfolgsfaktoren für Organisationen zu konzipieren und beim eigenen Führungshandeln anzuwenden. • Sie können interpersonelle Konflikte im Hinblick auf ihre Entstehungsursachen und ihre Verlaufsdynamik einordnen und sind in der Lage, in der Rolle eines Konfliktreglers Konflikte systematisch einer Lösung zuzuführen. <p>Betriebliches Gesundheitsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen basale Begrifflichkeiten des BGM, insbesondere der betrieblichen Gesundheitsförderung und können diese erläutern.

	<ul style="list-style-type: none"> • Sie verstehen die Zielsetzung der betrieblichen Gesundheitsförderung und sind in der Lage, BGM-Konzepte zu erstellen und an wichtigen Einflussgrößen auszurichten. • Die Studierenden kennen den Rechtsrahmen für Gesundheitsförderung in Unternehmen. • Sie können das BGM in betriebs- und personalwirtschaftliche Zusammenhänge einordnen und Wechselwirkungen zwischen den Systemen kritisch reflektieren. • Sie verstehen den salutogenetischen Ansatz als Basaltheorie des BGM und können ihn detailliert beschreiben. • Die Studierenden können wichtige Instrumente der betrieblichen Gesundheitsförderung beschreiben und in ihren Wirkungen kritisch bewerten. Sie können BGM-Instrumente unternehmens- und zielgruppenadaptiert anwenden. • Sie verstehen die Wirkungsweise von BGM-Maßnahmen und kennen die zentralen Erfolgsparameter der betrieblichen Gesundheitsförderung. • Sie können für die Praxis Organisationsstrukturen zur BGM-Implementierung entwickeln. • Zudem können die Studierenden Evaluations- und Steuerungsinstrumente für das BGM kritisch beschreiben und praxisorientiert anwenden.
Studiensemester (ggf. Trimester)	2. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Wintersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzzeiten: 45,0 h Selbstlernphasen: 135,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	<p>1. Das Modul ist zugleich auch ein wichtiger Baustein für die spezielle Vertiefung „Personal und Arbeitsrecht“ im gleichen Studiengang. Diese Vertiefung fokussiert auf das Berufsbild eines/r Personalmanagers/in. In das Aufgabenspektrum dieser Berufstätigkeit fällt die Gestaltung von Konzepten zum BGM, die Entwicklung von Führungstrainings, aber auch die Intervention bei suboptimaler Führung in der Organisation.</p> <p>2. Das Modul kann hochschulweit ergänzend in allen Studiengängen nicht-technischer und technischer Ausrichtung eingesetzt werden, in denen ein zentrales Ziel in der Heranbildung von Führungsnachwuchskräften besteht (in Abgrenzung zu einer Spezialisten-/Expertenlaufbahn).</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme	Es sind keine speziellen Voraussetzungen nötig.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Heike Kraußlach
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Mitarbeiterführung Prof. Dr. Anne Galander Betriebliches Gesundheitsmanagement Prof. Dr. Heike Kraußlach
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mitarbeiterführung Klausur, 60 Minuten Betriebliches Gesundheitsmanagement Klausur, 60 Minuten
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,6 %
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung • Seminaristisches Lehrgespräch • Studentische Kurzvorträge (10 Minuten) • Bearbeitung kurzer Fallstudien • Kurze Gruppenarbeitssequenzen (15 Minuten)
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Gastvorträge (Einzelfallentscheidung, eher unsystematisch)
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Mitarbeiterführung</p> <p><u>Pflichtlektüre:</u></p> <p>Berthel, J./Becker, F.G.: Personal-Management, neueste Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel (Kapitel über Mitarbeiterführung)</p> <p>Schuler, H./Kanning, U.P.: Lehrbuch der Personalpsychologie, neueste Auflage, Göttingen: Hogrefe (Kapitel über Personalführung)</p> <p>Watzka, K.: Ziele formulieren – Erfolgsvoraussetzungen wirksamer Zielvereinbarungen, Wiesbaden: SpringerGabler 2016</p> <p><u>Zusatzliteratur:</u></p> <p>von Rosenstiel, L./Regnet, E./Domsch, M.E. (Hrsg.): Führung von Mitarbeitern, neueste Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel</p> <p>Weibler, J.: Personalführung, neueste Auflage, München: Vahlen</p> <p>Wunderer, R.: Führung und Zusammenarbeit, neueste Auflage, München: Luchterhand</p> <p><u>Vorbereitende Lektüre:</u></p>

Keine notwendig; die Vorablektüre des Kapitels über „Führung“ in einem Standardlehrbuch zum „Personalmanagement“ erleichtert die Einordnung des Lehrstoffs und steigert die Diskussionskompetenz.

Betriebliches Gesundheitsmanagement

Pfichtliteratur:

Badura, B./Walter, U./Hehlmann, T.: Das gesunde Unternehmen., neueste Aufl., München: Oldenbourg

Kraußlach, H. (Hrsg.)/Schmidt, R./Müller M./Bühren, S., Neuber N./Malinka, J./Sakris, J.: Praxisleitfaden zur Einführung eines Betrieblichen Gesundheitsmanagements. Jena: Verlag Ernst-Abbe-Hochschule Jena 2015

Rudow, B.: Die gesunde Arbeit – Arbeitsgestaltung, Arbeitsorganisation und Personalführung, neueste Auflage, München: Oldenbourg

Uhle, T./Treier, M.: Betriebliches Gesundheitsmanagement. Gesundheitsförderung in der Arbeitswelt - Mitarbeiter einbinden, Prozesse gestalten, Erfolge messen, neueste Aufl., Berlin: Springer

Zusatzliteratur:

In Abhängigkeit des jeweiligen Themas des Jahres:

B. Badura et al. (Hrsg.): Fehlzeiten-Report, Berlin: Springer

Vorbereitende Lektüre:

Keine notwendig; die Vorablektüre des Kapitels über „BGM“ in einem Standardlehrbuch zum „Personalmanagement“ erleichtert die Einordnung des Lehrstoffs und steigert die Diskussionskompetenz.

Modulbeschreibung „Arbeitnehmerbesteuerung“

*für den Masterstudiengang General Management
der Ernst-Abbe-Hochschule Jena*

Modul-Nr./Code	M-GM-PM2.2
Modulbezeichnung	Arbeitnehmerbesteuerung
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	M-GM-PM2.2.1 Sonderfragen der Arbeitnehmerbesteuerung M-GM-PM2.2.2 Nettolohnoptimierung
Inhalte des Moduls	Regelungen des Einkommensteuergesetzes zur Besteuerung der Einkünfte aus nichtselbständiger Arbeit inklusive lohnsteuerlicher Pauschalierungsmöglichkeiten
Lernergebnisse des Moduls	Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden dazu in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • die steuerliche Behandlung von diversen Einnahmen und Aufwendungen im Zusammenhang mit nichtselbständiger Arbeit darzustellen • den Zusammenhang zwischen den einschlägigen Rechtsnormen zu erklären • die Systematik der Nettolohnoptimierung zu erläutern und anhand von Beispielen zu veranschaulichen • die Steuerbelastung in einem einschlägigen Sachverhalt zu ermitteln • die steuerlichen Lenkungsnormen im Bereich der Arbeitnehmerbesteuerung zu analysieren und im Hinblick auf ihre Wirkung kritisch zu beurteilen • die Vergütungsbestandteile unter steuerlichen Gesichtspunkten optimal auszuwählen
Studiensemester (ggf. Trimester)	1. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Wintersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ETCS
Gesamtworkload	Präsenzzeiten: 45,0 h Selbstlernphasen: 135,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls	Pflichtmodul

(Pflicht, Wahl, etc.)	
Verwendbarkeit des Moduls	keine weitere Verwendung
Voraussetzungen für die Teilnahme	Es werden Grundlagenkenntnisse zu den Einkünften aus nicht-selbständiger Arbeit vorausgesetzt.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Weronika Cichorek
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Weronika Cichorek
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, 120 Minuten
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,6 %
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Die Lehrinhalte werden theoretisch vorgestellt und fallbezogen angewandt.
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	ausgewählte aktuelle Beiträge aus Fachzeitschriften

Modulbeschreibung „Finanzwirtschaft“

*für den Masterstudiengang General Management
der Ernst-Abbe-Hochschule Jena*

Modul-Nr./Code	M-GM-PM2.3
Modulbezeichnung	Finanzwirtschaft
Lehrveranstaltungen des Moduls	M-GM-PM2.3.1 Finanzierungstheorie M-GM-PM2.3.2 Finanzwirtschaft
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Idealtypisches Umfeld von finanzwirtschaftlichen Entscheidungen (Homo oeconomicus, Wertmaximierung, etc.) • Principal-Agent-Problematik (am Beispiel Eigenkapitalgeber und Management) und mögliche Lösungsansätze (Corporate Governance; deutsches und US-amerikanisches System) • Behavioural Finance
Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden verstehen das Stakeholder Modell. • Sie kennen die verhaltens- und kapitalmarkttheoretischen Annahmen, die der klassischen Finanzwirtschaft zugrunde liegen. • Sie können das Principal-Agent-Problem erläutern und Lösungsansätze erklären. • Die Studierenden kennen unterschiedliche Corporate Governance Modelle und können ihre Gemeinsamkeiten/Unterschiede erläutern. • Sie wissen, wie das deutsche CG-Modell bei Unternehmen verschiedener Rechtsformen im Detail aussieht und was der Deutsche Corporate Governance Kodex im Detail festlegt. • Sie verstehen, was das monistische Modell ausmacht und welche Unterschiede zum dualistischen Modell bestehen. Zudem können sie das US-amerikanische Modell im Detail erklären. • Die Studierenden sind befähigt zu erläutern, was unter Behavioural Finance zu verstehen ist und welche Erkenntnisse damit verbunden sind. Sie kennen zudem die „Prospect Theorie“. • Ihnen ist bewusst, in welchen Situationen Entscheidungsanomalien/Erkenntnis-anomalien und Informationsverarbeitungsanomalien auftreten können und welche Konsequenzen die

	Erkenntnisse von Behavioural Finance für die Finanzwirtschaft haben.
Studiensemester	2. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots	jeweils im Wintersemester
ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzzeiten: 45,0 h Selbstlernphasen: 135,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	keine
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung des Seminars ist, dass die Studierenden über allgemeine Kenntnisse der Finanzwirtschaft verfügen, wie sie üblicherweise im Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft vermittelt werden.
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Henning Cordes
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Henning Cordes Prof. Dr. Mario Brandtner
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung	Klausur, 120 Minuten
Gewichtung der Note	6,6 %
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Ein wesentlicher Teil ist eine klassische Vorlesung, bei der allerdings die Mitwirkung der Studierenden und eine aktive Nachbereitung des Stoffs durch Literaturstudium eingefordert werden. Ergänzend finden zu ausgewählten Inhalten Diskussionen in kleineren Gruppen und Präsentationen durch die Studierenden statt.
Besonderes	Es sind Gastvorträge zu ausgewählten Themen durch Experten vorgesehen.
Literatur (Auswahl)	Martin Bösch, Finanzwirtschaft, 3. Auflage, Kapitel 6 Perridon/Steiner, Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Auflage, Abschnitt A Daniel Kahnemann, Schnelles Denken, langsames Denken, 2016 Handout aller Folien

Modulbeschreibung „Wirtschaftsinformatik“

*für den Masterstudiengang General Management
der Ernst-Abbe-Hochschule Jena*

Modul-Nr./Code	M-GM-PM2.4
Modulbezeichnung	Wirtschaftsinformatik
Lehrveranstaltungen des Moduls	M-GM-PM2.4 Ökonomie digitaler Märkte
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Digitale Güter und elektronische Märkte • Marktstrukturen im Internet • Statische Preisdifferenzierung • Dynamische Preisdifferenzierung • Vertikale und horizontale Produktdifferenzierung • Long Tail und Mass Customization • Netzwerkgüter • Auktionen
Lernergebnisse des Moduls	<p>Nach Abschluss des Moduls können Studierende anhand mikroökonomischer Modelle ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Auswirkungen der Digitalisierung auf Marktstrukturen beurteilen, • anhand gegebener Marktsituationen geeignete Preisstrategien berechnen, • Auswirkungen der Digitalisierung im Hinblick auf die Wettbewerbssituation kritisch beurteilen, <p>Ferner können Studierende ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • Online Auktionen klassifizieren, • Risiken im Umgang mit Online Auktionen bestimmen, • Eigenschaften und Besonderheiten von Netzwerkgütern und Netzwerkeffekten zusammenfassen, • Auf Basis der Analyse von Netzwerkeffekten Markteinführungsstrategien und Wettbewerbsstrategien evaluieren
Studiensemester	2. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots	jeweils im Wintersemester
ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzzeiten: 45,0 h

	Selbstlernphasen: 135,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	keine
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Thomas Wöhner
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Thomas Wöhner
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung	Klausur, 120 Minuten bzw. Alternative Prüfungsleistung
Gewichtung der Note	6,6 %
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung und Übung
Besonderes	
Literatur (Auswahl)	Mülder, Wilhelm, Wirthz, Klaus-Werner: E-Business, Stuttgart, (aktuelle Auflage). Kollmann, Tobias: E-Business, Wiesbaden, aktuelle Auflage Peters, R., Internet-Ökonomie. Springer-Verlag 2010. Choi, S. Y., Stahl, D. O., & Whinston, A. B., The economics of electronic commerce. Indianapolis, IN: Macmillan Technical Publishing 1997. Tirole, J., Industrial organization. (aktuelle Auflage).

Modulbeschreibung
„Organisation und Internationalisierung“

*für den Masterstudiengang General Management
der Ernst-Abbe-Hochschule Jena*

Modul-Nr./Code	M-GM-UF1.1
Modulbezeichnung	Organisation und Internationalisierung
ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	M-GM-UF1.1.1 Organisation M-GM-UF1.1.2 Internationales Management
Inhalte des Moduls	<p>Organisation</p> <ul style="list-style-type: none"> • funktionales und institutionelles Verständnis von Organisation • Theorien und Gestaltungselemente der Organisation • Organisationsstruktur und organisationaler Wandel • Organisationsentwicklung, Change-Management, organisationales Lernen <p>Internationales Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Entwicklung des internationalen Managements • Eintrittsformen in ausländische Märkte • Internationalisierung von kleinen und mittleren Unternehmen • Managementbezogener Kulturbegriff • kulturvergleichende Studien
Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachkompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden verstehen die grundlegenden Begriffe und Bedeutung betrieblicher Organisation und können diese beschreiben. • Sie verstehen klassische und moderne Organisationstheorien und können zentrale Organisationsstrukturalternativen und ihre Strukturelemente im Praxiskontext anwenden. • Sie können die Gründe, Bedeutung und Formen internationaler Geschäftstätigkeiten erläutern. • Sie sind befähigt, die Vor- und Nachteile von Formen der internationalen Marktbearbeitung beurteilen zu können. • Zudem können die Studierenden die Risiken aus sozio-kulturellen Divergenzen für internationale Geschäftsaktivitäten reflektieren und daraus

	<p>Handlungswissen ableiten.</p> <p>Methodenkompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können unterschiedliche Theorieansätze der Organisation und Organisationsstrukturalternativen vergleichend bewerten. • Sie sind befähigt, zentrale Probleme des organisationalen Wandels und des Change-Managements selbstständig zu analysieren und zu lösen. • Sie sind in der Lage, verschiedene Maßnahmen der Internationalisierung zu beurteilen und sicher zur Anwendung zu bringen. • Sie können kulturspezifische Aspekte des Denkens, Handelns und Kommunizierens analysieren.
Studiensemester (ggf. Trimester)	1. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Sommersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzzeiten: 45,0 h Selbstlernphasen: 135,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul im Schwerpunkt Unternehmensführung
Verwendbarkeit des Moduls	grundständige und weiterbildende wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge mit Fokussierung auf Unternehmensführung
Voraussetzungen für die Teilnahme	betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Heiko Haase
Name der Hochschullehrer der Lehrveranstaltungen	Monika Seifert, M.A./Prof. Dr. Heiko Haase
Lehrsprache	deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (60 Minuten je Lehrveranstaltung)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,6 %
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	interaktives Seminar mit Lehrgesprächen und Selbststudium
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	

<p>Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<p>Schreyögg, G.; Geiger, D.: Organisation: Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, 6. Aufl., Wiesbaden: Gabler 2015.</p> <p>Vahs, D.: Organisation: Ein Lehr- und Managementbuch, 9. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel 2015.</p> <p>Perlitz, M.; Schrank, R.: Internationales Management, 6. Aufl., Konstanz: UVK 2013.</p> <p>Holtbrügge, D.; Welge, M.: Internationales Management: Theorien, Funktionen, Fallstudien. 6. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel 2015.</p> <p>Kutschker, M.; Schmid, S.: Internationales Management, 7. Aufl., München: Oldenbourg 2011.</p>
---	---

Modulbeschreibung „Projekt- und Gründungsmanagement“

*für den Masterstudiengang General Management
der Ernst-Abbe-Hochschule Jena*

Modul-Nr./Code	M-GM-UF1.2
Modulbezeichnung	Projekt- und Gründungsmanagement
ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	M-GM-UF1.2.1 Projektmanagement M-GM-UF1.2.2 Gründungsmanagement
Inhalte des Moduls	<p>Projektmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben und Organisation des Projektmanagements • Projektarten • Strukturierung und Erfolgsmerkmale von Projekten • Projektteam und Projektverantwortung • Projektplanung, -steuerung und -kontrolle • Risikomanagement <p>Gründungsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gründungsformen • Businessplanstruktur • Markt- und Wettbewerbsanalyse • Marketing • Geschäftsorganisation • Gründungs- und Wachstumsfinanzierung
Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachkompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können grundlegende Charakteristika von Projekten beschreiben. • Sie kennen Projektarten und Organisationsformen und können Projektmanagementprozesse erläutern. • Sie sind befähigt, Projektabläufe und Optimierungspotenziale zu analysieren. • Die Studierenden verstehen gründungsrelevante betriebswirtschaftliche Bereiche, insbesondere Marketing und Finanzierung. • Sie können die Determinanten einer tragfähigen Businessplanung beurteilen. <p>Methodenkompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind befähigt, Projekte zu planen und

	<p>deren Durchführung zu organisieren.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können Projekte steuern und die Planung dem Projektfortschritt anpassen. • Sie können Marktpotenziale, Kundennutzen und Wettbewerbsvorteile analysieren. • Sie sind befähigt, verschiedener Finanzierungsquellen und -formen für Unternehmensgründungen zu bewerten und zu beurteilen. • Sie sind in der Lage, ihre Kenntnisse in einem tragfähigen Businessplan zur Anwendung zu bringen. <p>Sozial- und Kommunikationskompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind befähigt, den Projektstatus zu reflektieren und zielgruppenadäquat zu präsentieren. • Sie können eigen- bzw. gruppenerstellte Geschäftskonzepte mittels Präsentation in einer angemessenen Qualität erläutern. • Sie sind sicher im Lösen komplexer Probleme durch interpersonalem Austausch und Teamarbeit.
Studiensemester (ggf. Trimester)	1. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Sommersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzzeiten: 45,0 h Selbstlernphasen: 135,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul im Schwerpunkt Unternehmensführung
Verwendbarkeit des Moduls	grundständige und weiterbildende wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge
Voraussetzungen für die Teilnahme	betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Heiko Haase
Name der Hochschullehrer der Lehrveranstaltungen	Dr. Arndt Lautenschläger/Prof. Dr. Heiko Haase
Lehrsprache	deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (60 Minuten je Lehrveranstaltung) bzw. alternative Prüfungsleistung (Businessplanerstellung und Präsentationen)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,6 %

Lehr- und Lernmethoden des Moduls	interaktives Seminar mit Lehrgesprächen, Teamübungen und Selbststudium sowie eigenständige bzw. gruppenweise Erstellung/Präsentation eines Gründungsprojekts
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Schwarze, J.: Projektmanagement mit Netzplantechnik, 11. Aufl., NWB: Herne 2014</p> <p>Bea, F. X.; Scheurer, S.; Hesselmann, S.: Projektmanagement, 2. Aufl., UTB: Stuttgart 2011</p> <p>Burghardt, M.: Projektmanagement: 9. Aufl., Publicis: München 2012</p> <p>Klandt, H.: Gründungsmanagement, 2. Aufl., Oldenbourg: München 2005</p> <p>Oehrich, M.: Betriebswirtschaftslehre - Eine Einführung am Businessplan-Prozess, 3. Aufl., Vahlen: München 2013</p> <p>Kußmaul, H.: Betriebswirtschaftslehre für Existenzgründer, 8. Aufl., De Gruyter Oldenbourg: München 2016</p>

Modulbeschreibung „Strategisches Management“

*für den Masterstudiengang General Management
der Ernst-Abbe-Hochschule Jena*

Modul-Nr./Code	M-GM-UF2.1
Modulbezeichnung	Strategisches Management
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	M-GM-UF2.1.1 Managerial Economics M-GM-UF2.1.2 Spieltheorie
Inhalte des Moduls	<p>UF 2.1.1. Managerial Economics</p> <ul style="list-style-type: none"> • Funktionen des Wettbewerbs in einer Marktwirtschaft • Auswirkungen der Digitalisierung auf Unternehmen, Volkswirtschaft und Gesellschaft • Analyse von Märkten auf der Grundlage des SCP-Ansatzes, der Five Forces von Porter und des Business Model Canvas • Theoretische Grundlagen und empirische Analyse von Marktstrukturen • Der Einfluss der Digitalisierung auf Marktstrukturen und Marktprozesse <p>UF 2.1.2 Spieltheorie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Spieltheorie <ul style="list-style-type: none"> ○ Anwendungen ○ Grundbegriffe • Simultane Spiele in strategischer Form <ul style="list-style-type: none"> ○ Dominante Strategien ○ Dominanz-Lösbarkeit ○ Nash-Gleichgewicht ○ Anwendung: Das Gemeingüterproblem ○ Misch-Strategien • Sequenzielle Spiele in extensiver Form <ul style="list-style-type: none"> ○ Rückwärtsinduktion ○ Vollkommenes Teilspiel-Gleichgewicht ○ Wiederholte Spiele
Lernergebnisse des Moduls	UF 2.1.1. Managerial Economics

	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden besitzen auf der Grundlage der Veranstaltung ein Verständnis für die Abläufe von Marktprozessen und die Auswirkungen der Digitalisierung. • Sie kennen die Funktionen des Wettbewerbs in einer Marktwirtschaft und berücksichtigen dabei gesellschaftliche, wissenschaftliche und ethische Erkenntnisse. • Sie beherrschen die Analyse von Märkten auf der Grundlage des SCP-Ansatzes, der Five Forces von Porter und des Business Model Canvas. • Sie überblicken die theoretischen Grundlagen von Marktstrukturen und können diese autonom anwenden. • Sie sind in der Lage, die Auswirkungen der Digitalisierung auf Ebene der Unternehmen, der Volkswirtschaft und der Gesellschaft zu beurteilen. <p>UF 2.1.2 Spieltheorie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können die Begriffe und Konzepte der Spieltheorie auf einer anwendungsbezogenen Grundlage benennen und kritisch reflektieren. • Sie sind befähigt, die denkbaren bzw. zu erwartenden Aktionen/Reaktionen der Kunden und Konkurrenten einzubeziehen. • Sie können Lösungsverfahren spieltheoretischer Probleme gezielt beurteilen und einsetzen. • Die Studierenden sind sicher in der Umsetzung der theoretischen Fundierung des Managementverhaltens in eigene Entscheidungen studentischer Teams im Rahmen von Planspielen sowie in der Reflexion der theoretischen Erkenntnisse anhand eigenständiger empirischer Projektarbeiten bzw. Fallbeispiele und Experimente.
Studiensemester (ggf. Trimester)	2. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Wintersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzzeiten: 45,0 h Selbstlernphasen: 135,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul im Schwerpunkt Unternehmensführung
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul vermittelt insbesondere die für eine eigenständige Masterarbeit erforderlichen Kompetenzen.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Bachelor oder Diplom in Betriebswirtschaft, Volkswirtschaft oder als Wirtschaftsingenieur
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Frank Pothen
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Frank Pothen Dr. Miriam de Blasi
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, 120 min
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,6 %
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Fallstudien, Seminararbeit, Diskussion, Präsentation, empirische Projektarbeit, Teamarbeit
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p><u>Managerial Economics</u></p> <p>Mansfield, E. et al.: Managerial Economics, latest Edition., New York London</p> <p>Stoetzer, M. Skript „Managerial Economics“, aktuelle Auflage, EAH Jena</p> <p>Kreutzer, Ralf: Toolbox Digital Business, aktuelle Auflage, Berlin</p> <p>Thiel, T.: Digitale Gesellschaft, 2021, Hamburg</p> <p><u>Spieltheorie Pflichtlektüre:</u></p> <p>Dixit, Avinash K., Susan Skeath und David Reiley. 2015. Games of strategy. 4. ed. New York: W. W. Norton & Co.</p> <p><u>Spieltheorie Literaturempfehlungen:</u></p> <p>Bergstrom, Theodore C. und John H. Miller. 2000. Experiments with economic principles: Microeconomics. 2. ed. Bos-ton, Mass. Irwin/McGraw-Hill</p> <p>Dixit, Avinash K. und Barry J. Nalebuff. 1993. Thinking strategically: The competitive edge in business, politics, and every-day life. New York NY: Norton</p> <p>Dixit, Avinash K. und Barry J. Nalebuff. 1997. Spieltheorie für Einsteiger: Strategisches Know-how für Gewinner. Stuttgart: Schäffer-Poeschel</p> <p>Gintis, Herbert. 2009. Game theory evolving: A problem-centered introduction to modeling strategic interaction. 2. ed. Princeton, NJ</p>

Modulbeschreibung „Business Case und Finanzplanung“

*für den Masterstudiengang General Management
der Ernst-Abbe-Hochschule Jena*

Modul-Nr./Code	M-GM-UF2.2
Modulbezeichnung	Business Case und Finanzplanung
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	M-GM-UF2.2.1 Business Case M-GM-UF2.2.2 Finanzplanung
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Planung der Finanzierung eines zu gründenden Unternehmens einschließlich Klärung der Finanzierungsquellen • Lang- und kurzfristige Finanzplanung
Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind sicher in der integrativen Anwendung betriebswirtschaftlicher und rechtlicher Kenntnisse aus dem Studium unter dem Aspekt strategischer und operativer Entscheidungsfindung. Der Schwerpunkt liegt auf der Finanzierung und Liquiditätssicherung eines zu gründenden Unternehmens. • Sie verstehen, wie sich Wachstum auf Eigenkapital, Aktiva und Liquidität auswirkt und welche Parameter hierfür entscheidend sind. • Sie wissen, was man unter sustainable growth im finanzwirtschaftlichen Sinne versteht. • Die Studierenden verstehen das Working Capital Management. • Sie überblicken die Liquiditätsplanung und -sicherung nationaler und internationaler Unternehmen. • Die Studierenden können benennen, über welche Kennziffern sich das Finanzmanagement und -controlling durchführen lässt.
Studiensemester	2. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots	jeweils im Wintersemester
ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzzeiten: 45,0 h Selbstlernphasen: 135,0 h Gesamtworkload: 180,0 h

Art des Moduls	Pflichtmodul im Schwerpunkt Unternehmensführung
Verwendbarkeit des Moduls	keine weitere Verwendung
Voraussetzungen für die Teilnahme	Bachelorstudium
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Henning Cordes Prof. Dr. Mario Brandtner
Name Hochschullehrer	Prof. Dr. Henning Cordes Prof. Dr. Mario Brandtner
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung	Klausur, 120 Minuten
Gewichtung der Note	6,6 %
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktive Seminarführung, selbstständige Erarbeitung des Planes in Gruppen von 3-4 Personen. Zwischenberichte und Konsultationen (2.2.1) sowie klassische Vorlesung, bei der allerdings aktiv die Mitwirkung der Studierenden und eine aktive Nachbereitung des Stoffs durch Literaturstudium eingefordert werden. Ergänzend finden zu ausgewählten Inhalten Diskussionen in kleineren Gruppen und Präsentationen durch die Studierenden statt (2.2.2).
Besonderes	Praxisorientierte Veranstaltung, für die die Studierenden die Basiswerte selbst eruieren müssen. Gespräche mit möglichen Finanzierern/Förderinstituten sind eingeschlossen.
Literatur (Auswahl)	Geyer, Helmut: Schnelleinstieg Finanzmanagement und Liquiditätssteuerung, Haufe-Verlag, neueste Auflage McKinsey (Hrsg.): Planen, gründen, wachsen: Mit dem professionellen Businessplan zum Erfolg Herzberg: Mein Businessplan Bösch, Martin, Finanzwirtschaft, Vahlen, neueste Auflage

Modulbeschreibung „Rechnungslegung“

*für den Masterstudiengang General Management
der Ernst-Abbe-Hochschule Jena*

Modul-Nr./Code	M-GM-FRS1.1
Modulbezeichnung	Rechnungslegung
Lehrveranstaltungen des Moduls	M-GM-FRS1.1.1 Internationale Rechnungslegung M-GM-FRS1.1.2 Sonderbilanzen
Inhalte des Moduls	<p>Internationale Rechnungslegung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausgewählte Themen der internationalen Rechnungslegung nach IAS/IFRS (u. a. immaterielle Vermögenswerte, Finanzinstrumente, Leasing, Verbindlichkeiten und Rückstellungen) <p>Sonderbilanzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sonderbilanzen bei Mitunternehmerschaften
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rechnungslegungsprobleme auf dem Gebiet des internationalen Rechts zur Rechnungslegung (IAS/IFRS) von gehobenem Schwierigkeitsgrad selbstständig unter Anwendung der einschlägigen rechtlichen Regelungen zu lösen und die Lösung sach- und fachgerecht zu begründen. • Eine steuerliche Sonderbilanz aufzustellen und fortzuentwickeln sowie Sonderfragestellungen in diesem Zusammenhang eigenständig zu bearbeiten.
Studiensemester (ggf. Trimester)	1. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Sommersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzzeiten: 20,0 h Selbstlernphasen: 160,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul im Schwerpunkt FRS

Verwendbarkeit des Moduls	Studiengang General Management, Schwerpunkt, Finanzwirtschaft, Rechnungswesen, Steuern
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Weronika Cichorek / Prof. Dr. Ricarda Hildebrand-Peitzmeier
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Internationale Rechnungslegung: Prof. Dr. Ricarda Hildebrand-Peitzmeier Sonderbilanzen: Prof. Dr. Weronika Cichorek
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Pro Lehrveranstaltung eine Seminararbeit inklusive Präsentation und Fragerunde
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,6 %
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Jeweils pro Lehrveranstaltung: <ul style="list-style-type: none"> • Eine Auftaktveranstaltung mit Vermittlung der theoretischen Grundlagen • Erstellung einer Seminararbeit zu einer ausgewählten Fragestellung mit laufender Betreuung • Präsentation und Verteidigung der Seminararbeit in einem Abschlusstermin
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Wird im Rahmen der Lehrveranstaltungen bekanntgegeben

Modulbeschreibung „Besteuerung im Unternehmensverbund“

*für den Masterstudiengang General Management
der Ernst-Abbe-Hochschule Jena*

Modul-Nr./Code	M-GM-FRS1.2
Modulbezeichnung	Besteuerung im Unternehmensverbund
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	M-GM-FRS1.2.1 Außensteuerrecht M-GM-FRS1.2.2 Konzernsteuerrecht
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • steuerliche Behandlung von konzerntypischen Geschäftsvorfällen (Gewinnausschüttungen, Zinsen, Lizenzen...) sowohl im nationalen als auch im internationalen Kontext • Grundlagen der ertragsteuerlichen Organschaft • Grundlagen der Verrechnungspreise • Grundlagen der Hinzurechnungsbesteuerung
Lernergebnisse des Moduls	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden dazu in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die körperschaftsteuerlichen und gewerbsteuerlichen Folgen von konzerntypischen Sachverhalten anhand der entsprechenden gesetzlichen Grundlagen darzustellen • Doppelbesteuerungsabkommen auf konzerntypische Sachverhalte im grenzüberschreitenden Kontext anzuwenden • die Regelungen der Zins- und Lizenzschränke anzuwenden und kritisch zu beurteilen • die grundsätzliche Funktionsweise der ertragsteuerlichen Organschaft zu erläutern und die Problembereiche der Regelung aufzuzeigen • die gängigen Verrechnungspreismethoden zu beschreiben • die grundsätzliche Funktionsweise der Hinzurechnungsbesteuerung zu erläutern und die Problembereiche der Regelung aufzuzeigen • die aktuellen Diskussionen zur Besteuerung internationaler Konzerne zusammenzufassen und die diskutierten Ansätze zu bewerten
Studiensemester (ggf. Trimester)	1. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Sommersemester

Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ETCS
Gesamtworkload	Präsenzzeiten: 45,0 h Selbstlernphasen: 135,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul im Schwerpunkt FRS
Verwendbarkeit des Moduls	keine weitere Verwendung
Voraussetzungen für die Teilnahme	Es werden solide Kenntnisse des KStG und des GewStG sowie Grundlagenkenntnisse des internationalen Steuerrechts vorausgesetzt.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Weronika Cichorek
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Weronika Cichorek
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, 120 Minuten
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,6 %
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Die Lehrinhalte werden theoretisch vorgestellt und fallbezogen angewandt.
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	ausgewählte aktuelle Beiträge aus Fachzeitschriften

Modulbeschreibung „Controlling“

*für den Masterstudiengang General Management
der Ernst-Abbe-Hochschule Jena*

Modul-Nr./Code	M-GM-FRS2.1
Modulbezeichnung	Controlling
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	M-GM-FRS2.1.1 Kostencontrolling M-GM-FRS2.1.2. Finanzcontrolling
Inhalte des Moduls	Kostencontrolling I Einführung in die Plankostenrechnung II Systeme der Plankostenrechnung III Aufbau und Ablauf der Plankostenrechnung IV Planung der Kosten V Kontrolle der Kosten Finanzcontrolling I Finanzwirtschaftliche Zielsetzungen und Finanzpolitik II Planung des langfristigen Kapitalbedarfs und der Finanzierungsquellen III Cashflowplanung und Steuerung der Liquidität IV Operative Maßnahmen zur finanziellen Steuerung V Cash-Management-Systeme
Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden können Notwendigkeit und Kennzeichen der Plankostenrechnung benennen.• Sie sind befähigt, die Einsatzbereiche und die Teilsysteme der Plankostenrechnung zu beschreiben und zu beurteilen, namentlich die starre und flexible Plankostenrechnung.• Sie können den grundsätzlichen Aufbau und Ablauf der Plankostenrechnung skizzieren.• Die Ziele und Grundbegriffe der Kostenplanung sind ihnen bekannt.• Die Studierenden können die Vorgehensweise der Kostenplanung detailliert beschreiben und erläutern.• Grundlegende Methoden und Abläufe der Einzelkosten- und Gemeinkostenplanung sind den Studierenden geläufig.

- Sie können den Aufbau des Betriebsabrechnungsbogens auf Planbasis beschreiben und die dazu notwendigen Techniken anwenden.
- Sie sind in der Lage, Plankalkulationssätze sowohl auf Vollkostenbasis als auch auf Teilkostenbasis an praktischen Beispielen zu ermitteln.
- Die Studierenden können den Aufbau eines Gemeinkostenplans und eines Gemeinkosten-Kontrollbogens ausarbeiten und beurteilen.
- Sie sind befähigt, die traditionelle Budgetierung von dem Zero-Base-Budgeting abzugrenzen.
- Sie können eine Produktkalkulation auf Planbasis nach den bekannten Verfahren sowohl nach Vollkostenrechnung als auch nach Teilkostenrechnung durchführen.
- Die Studierenden können die Leistungs- und Ergebnisplanung sowie die unterschiedlichen Varianten der Betriebsergebnisrechnung beurteilen.
- Sie haben ein Verständnis für die Notwendigkeit der Kostenkontrolle.
- Sie überblicken die gängigsten Kostenabweichungen wie Gesamtabweichungen, Preisabweichung, Mengenabweichungen, Beschäftigungsabweichungen, globale Verbrauchsabweichung und können ausgewählte Spezialabweichungen anhand konkreter Datenkonstellationen errechnen, interpretieren und beurteilen.
- Die Studierenden sind in der Lage, die Fixkostenanalyse zu charakterisieren und Nutz- und Leerkosten zu berechnen.
- Sie können Abweichungen höherer Ordnung beschreiben und die Techniken ausgewählter Zurechnungsverfahren anwenden und beurteilen.
- Sie kennen die Vorgehensweise und Problembereiche der Budgetkontrolle und können die Kostenträgerkontrolle erläutern.
- Die Studierenden sind befähigt, sich selbstständig mithilfe weiterführender Literatur in weitere Methoden und Instrumente sowie Spezialgebiete der Plankostenrechnung einzuarbeiten.
- Sie erkennen die Zusammenhänge zwischen den Realprozessen im Unternehmen und der Finanzierung und können diese erläutern.
- Die Studierenden wissen um die Wechselbeziehungen zwischen wesentlichen Finanzkennzahlen und ihre Berücksichtigung in der Planung.
- Sie können praktische Methoden zur Finanzplanung sicher anwenden.
- Sie sind zur Analyse von Abweichungen und möglicher Reaktionen darauf befähigt.

Studiensemester (ggf. Trimester)	2. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Wintersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzzeiten: 45,0 h Selbstlernphasen: 135,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul im Schwerpunkt FRS
Verwendbarkeit des Moduls	keine weitere Verwendung
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung des Seminars ist, dass die Studierenden über allgemeine Kenntnisse der Jahresabschlusserstellung und -analyse sowie der Kosten- und Leistungsrechnung und der Finanzierung verfügen. Ferner werden Kenntnisse im Controlling und in der Unternehmensführung erwartet, wie sie üblicherweise im Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft vermittelt werden.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Ricarde Hildebrand-Peitzmeier
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Kostencontrolling: Prof. Dr. Ricarde Hildebrand-Peitzmeier Finanzcontrolling: Prof. Dr. Mario Brandtner
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Das Modul schließt mit einer bewerteten Prüfungsleistung (Klausur) ab. Der Klausurtermin liegt im Prüfungszeitraum. Die Prüfungsdauer beträgt 120 Minuten. Die Klausur besteht aus Rechenaufgaben und Textfragen.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,6 %
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Vortragsstil mit Besprechung von Fällen und Übungen sowie Bearbeitung kleinerer Fallstudien im Team.
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Für beide Teilmodule sind speziell auf die Veranstaltung zugeschnittene Lehrbücher vorhanden. Zudem besteht für das Teilmodul Kostencontrolling die Möglichkeit eine Arbeitsunterlage auf Basis von MS PowerPoint von den Fachbereichsseiten BW herunterzuladen. Basis- und weiterführende Literatur werden in den jeweiligen Veranstaltungen bekannt gegeben.

Modulbeschreibung „Internationales Finanzmanagement“

*für den Masterstudiengang General Management
der Ernst-Abbe-Hochschule Jena*

Modul-Nr./Code	M-GM-FRS2.2
Modulbezeichnung	Internationales Finanzmanagement
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	FRS 2.2.1 Globalisierung und Finanzmanagement FRS 2.2.2 Grenzüberschreitende Investition und Finanzierung
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Treiber für die Internationalisierung von Unternehmungen • Messung und Management von Währungsrisiken sowie von politischen Risiken bei international operierenden Unternehmungen • Steuermanagement • Währungssysteme und Devisenmarkt • Direktinvestitionen • Kapitalwertermittlung • Fallstudien
Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden verstehen, an welchen wirtschaftlichen Größen sich die zunehmende Internationalisierung zeigt, welche Treiber diese Entwicklung befördern und wie sich die Rahmenbedingungen für Unternehmen ändern. Sie können diese Kenntnisse auf konkrete Länder anwenden. • Sie wissen, welche strategischen Grundentscheidungen eine Internationalisierung erfordert und welche Durchführungswege es gibt. • Sie kennen die Währungssysteme sowie die Zahlungsbilanz und wissen, in welchem Zusammenhang sie mit Wechselkursschwankungen und Zentralbankinterventionen steht. Sie können dabei die Zahlungsbilanz konkreter Länder analysieren und interpretieren. • Die Studierenden können erläutern, was der Devisenmarkt ist und welche Produkte dort gehandelt werden. Zudem wissen sie, wer die Teilnehmer sind und welche „Spielregeln“ gibt es dort. • Sie wissen um die Transaktionsrisiken, ökonomische Risiken und Translationsrisiken im Zusammenhang mit Währungsrisiken und wie die unterschiedlichen Typen von Währungsrisiken zu erkennen und zu quantifizieren sind. Zudem können sie benennen, welche Instrumente eine Unternehmung hat, um diese Währungsrisiken abzusichern. Die Studierenden können diese Kenntnisse auf idealisierte Unternehmen anwenden und konkrete Hedgingmaßnahmen entwickeln.

	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen die politischen Risiken und wie sie abgesichert werden können. Sie können Konzepte entwickeln, wie welche Art von politischen Risiken vermieden bzw. abgemildert werden können. • Sie können erklären, wie Konzerne durch Gewinnverlagerung Steuern „sparen“ können und welche Grundmodelle (Finanzierungsstrukturen, Transferpreise, Holdingstrukturen, Treaty Shopping etc.) es hierfür gibt.
Studiensemester	2. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots	jeweils im Wintersemester
ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzzeiten: 45,0 h Selbstlernphasen: 135,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls	Pflichtmodul im Schwerpunkt Finanzen, Rechnungswesen, Steuern
Verwendbarkeit des Moduls	keine weitere Verwendung
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung des Seminars ist, dass die Studierenden über allgemeine Kenntnisse der Finanzwirtschaft verfügen, wie sie üblicherweise im Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft vermittelt werden.
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Henning Cordes
Hochschullehrer	Prof. Dr. Henning Cordes; Prof. Dr. Mario Brandtner
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, 120 Minuten
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,6 %
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Ein wesentlicher Teil ist eine klassische Vorlesung, bei der allerdings aktiv die Mitwirkung der Studierenden und eine aktive Nachbereitung des Stoffs durch Literaturstudium eingefordert werden. Ergänzend finden zu ausgewählten Inhalten Diskussionen in kleineren Gruppen und Präsentationen durch die Studierenden statt.
Besonderes	Vereinzelt sollen Gastvorträge stattfinden.

	Darüber hinaus werden die Studierenden mit den Quellen vertraut gemacht, aus denen Daten zu internationalen Fragestellungen gezogen werden können (Thomson/Reuters; OECD und UNCTAD).
Literatur (Auswahl)	Bösch, Martin, Finanzwirtschaft, 3. Auflage 2016, Kapitel K 52 – 56 Bösch, Internationales Finanzmanagement, Schäffer-Poeschel, 2014, Kapitel Es ist ein direkt verwendbares Lehrbuch vorhanden. Zudem werden Präsentationsfolien und die zu bearbeitenden Fälle bereitgestellt. Handout aller Folien.

Modulbeschreibung „Innovationsmanagement“

*für den Masterstudiengang General Management
der Ernst-Abbe-Hochschule Jena*

Modul-Nr./Code	M-GM-MIE1.1
Modulbezeichnung	Innovationsmanagement
ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	M-GM-MIE1.1.1 Kreativitätsmanagement M-GM-MIE1.1.2 Innovationsprozesse und -methoden
Inhalte des Moduls	<p>Kreativitätsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kreativität und Wissen • Ideenfindung • kreatives Denken • Methoden des Problemlösens • kreativer Prozess • Kreativitätstechniken • Ideenbewertung <p>Innovationsprozesse und -methoden</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Innovationsmanagements • Strategisches Innovationsmanagement • Forschung und Entwicklung • Akteure im Innovationsprozess • Innovationskultur • Widerstände gegen Innovationen • Erfolg- und Misserfolgskfaktoren
Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachkompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden verstehen die Bedeutung von Innovationen im betriebswirtschaftlichen Kontext. • Sie können ausgewählte Kreativitätstechniken und Methoden der Ideenbewertung anwenden. • Sie können strategische und operative Aspekte des betrieblichen Innovationsmanagements erläutern. • Die Studierenden können die Determinanten innerbetrieblicher Innovationsprozesse sowie innovationsfördernde und -hemmende Kräfte analysieren und beurteilen.

	<p>Methodenkompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können verschiedene Methoden für ein effektives Innovationsmanagement selbstständig und problembezogen anwenden. • Sie sind befähigt, Informationen zu Abläufen betrieblicher Innovationsprozesse zu reflektieren sowie daraus Handlungswissen und Lösungsmöglichkeiten abzuleiten. <p>Sozial- und Kommunikationskompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können eigen- bzw. gruppenerstellte Geschäftskonzepte mittels Präsentation in einer angemessenen Qualität erläutern. • Die Studierenden sind sicher im Lösen komplexer Probleme durch interpersonalem Austausch und Teamarbeit.
Studiensemester (ggf. Trimester)	1. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Sommersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzzeiten: 45,0 h Selbstlernphasen: 135,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul im Schwerpunkt MIE
Verwendbarkeit des Moduls	grundständige und weiterbildende wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge mit Fokussierung auf das Innovationsmanagement
Voraussetzungen für die Teilnahme	betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Heiko Haase
Name der Hochschullehrer der Lehrveranstaltungen	Dr. Arndt Lautenschläger/Prof. Dr. Heiko Haase
Lehrsprache	deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (60 Minuten je Lehrveranstaltung) bzw. alternative Prüfungsleistung (Projektarbeiten und Präsentationen)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,6 %
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	interaktives Seminar mit Lehrgesprächen, Gruppenarbeit und Selbststudium sowie eigenständige Bearbeitung eines spezifischen Themas unter wissenschaftlichen Gesichtspunkten

<p>Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	<p>forschungsgeleitetes Lernen durch Projektarbeit unter Anwendung ausgewählter Methoden der empirischen Sozialforschung</p>
<p>Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<p>Brunner, A.: Kreativer denken, Oldenbourg: München, 2008 Disselkamp, M.: Innovationsmanagement, 2. Aufl., Springer Gabler: Wiesbaden 2012 Hauschildt, J.; Salomo, S.: Innovationsmanagement, 6. Aufl., Vahlen: München 2016 Vahs, D.; Brem, A.: Innovationsmanagement: Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung, 5. Aufl., Schäffer-Poeschel: Stuttgart 2015</p>

Modulbeschreibung
„Informationsmanagement in digitalen Märkten“

*für den Masterstudiengang General Management
der Ernst-Abbe-Hochschule Jena*

Modul-Nr./Code	M-GM-MIE1.2
Modulbezeichnung	Informationsmanagement in digitalen Märkten
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	M-GM-MIE1.2.1 Informationssysteme und Datenmanagement M-GM-MIE1.2.2 E-Business
Inhalte des Moduls	<p>Informationssysteme und Datenmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digitalisierung und Vernetzung • Informationstechnologien • Informationsgewinnung und Wissensmanagement • Datenbanken • Data-Mining <p>E-Business</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elektronische Wertschöpfung und Grundlagen des E-Commerce • Gestaltung von Online-Shops • Plattformen der Net-Economy • Digitale Produkte • E-Entrepreneurship • Geschäftsmodelle in der Net-Economy
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • verstehen die Relevanz des Informationsmanagements für die Unternehmenspraxis, • erkennen die Möglichkeiten der Informationsrecherche sowie ausgewählte Methoden des Data-Mining. • formulieren Besonderheiten von internetbasierten Unternehmensgründungen, • können die Methoden der Informationsverarbeitung anwenden und statistischen Analyseverfahren zielgerichtet und problemlösungsorientiert anwenden, • sind in der Lage, die Anwendbarkeit des Data Mining auf betriebswirtschaftliche Fragestellungen kritisch zu prüfen, • sind befähigt, Onlineshops zu planen und zu optimieren, • können Informationen zur Entwicklung neuer Geschäftsmodelle sammeln, interpretieren und bewerten

	<p>sowie daraus wissenschaftlich fundierte Erkenntnisse und Lösungsmöglichkeiten aufzeigen,</p> <ul style="list-style-type: none"> • sind in der Lage, eigen- bzw. gruppenerstellte Konzepte/Problemlösungen mittels Präsentation und Demonstration in einer angemessenen Qualität zu erläutern. • erkennen die Bedeutung von interpersonalem Austausch und Teamarbeit für das Lösen komplexer Probleme.
Studiensemester (ggf. Trimester)	1. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester (15 Semesterwochen mit 4 SWS)
Häufigkeit des Angebots des Moduls	einmal pro Studienjahr, jeweils im Sommersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzzeiten: 45,0 h Selbstlernphasen: 135,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtveranstaltung im Schwerpunktmodul
Verwendbarkeit des Moduls	grundständige und weiterbildende wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge, in denen Informationsmanagement vermittelt wird
Voraussetzungen für die Teilnahme	betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Wöhner
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Thomas Wöhner Prof. Dr. Marek Opuszko
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur je 60 Minuten bzw. alternative Prüfungsleistung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,6 %
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	interaktives Seminar mit Lehrgesprächen, Übungen, Gruppenarbeit und Selbststudium unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	erfahrungsbasiertes Lernen
Literatur	Aichele, Christian, Schönberger, Marius: E-Business, Springer Gabler: Wiesbaden, 2016

(Pflichtlektüre/zusätzlich
empfohlene Literatur)

Kähler, Wolf-Michael: Statistische Datenanalyse, 7. Auflage,
Vieweg+Teubner: Wiesbaden, 2011

Kollmann, Tobias: E-Business: Grundlagen elektronischer
Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft, Springer
Gabler: Wiesbaden, aktuelle Auflage

Krcmar, Helmut: Einführung in das Informationsmanagement,
Springer Gabler: Wiesbaden, 2015

Modulbeschreibung „Marketing und Vertrieb“

*für den Masterstudiengang General Management
der Ernst-Abbe-Hochschule Jena*

Modul-Nr./Code	M-GM-MIE2.1
Modulbezeichnung	Marketing und Vertrieb
ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	M-GM-MIE2.1.1 Integriertes Kundenmanagement M-GM-MIE2.1.2 Fact Based Marketing
Inhalte des Moduls	<p>Integriertes Kundenmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erfolgsfaktoren im operativen und strategischen Kundenmanagement • Akquisition • Kundenzufriedenheit und -bindung • Development • Retention <p>Fact Based Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategisches Marketing im Allgemeinen • Ganzheitliches Marketing- und Vertriebsmanagement im Besonderen • Fallstudien und Übungen
Lernergebnisse des Moduls	<p><u>Fachkompetenzen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind in der Lage, ein unternehmensspezifisches Akquise-Konzept zu entwickeln. • Die Studierenden kennen ausgewählte Erfolgsfaktoren im operativen und strategischen Kundenmanagement und können diese kritisch beurteilen. • Sie kennen die Bedeutung der Kundenzufriedenheit für die Kundenbindung. Zudem kennen sie wichtige Ansätze zur Messung der Kundenzufriedenheit und -bindung und können diese im B2B- und B2C-Kontext anwenden. • Sie können die Kunden aus den unterschiedlichsten Blickwinkeln heraus analysieren (Kundenzufriedenheitsanalysen, Kundenportfolio etc.). Die gewonnenen Kundenkenntnisse können sie in ein Gesamtbild verdichten. • Sie beschreiben und reflektieren den Ablauf von Prozessen (Akquisition, Development und Retention). • Die Studierenden sind in der Lage, die Auswirkungen der technischen Entwicklungen auf das CRM zu analysieren und

	<p>Maßnahmenempfehlungen für Unternehmen zu entwickeln.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie erfassen die Komplexität einer CRM-Technologie-einführung und beschreiben die entsprechenden Realisierungsvoraussetzungen. Darüber hinaus sind sie mit den Problemen einer CRM-Implementierung vertraut und können Maßnahmen zu deren Beseitigung kritisch diskutieren. • Sie erkennen die Bedeutung des Mitarbeiters für das Kundenmanagement des Unternehmens. Insbesondere sind sie mit den Schnittstellen zwischen der Marketing- und der Personalabteilung vertraut. • Sie kennen und wenden geeignete Ansätze zur Messung der Effektivität von Maßnahmen und Beschäftigten mit Aufgaben in Marketing, Vertrieb und Service an. • Die Studierenden erklären die Treiber zur Förderung der Veränderungsakzeptanz hin zu einem kundenzentrierten Unternehmen mit CRM-Kultur. • Sie verstehen die Möglichkeiten des strategischen Marketings bis hin zum Verständnis und der kritischen Reflektion neuer Geschäftsmodelle. <p><u>Methodenkompetenzen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden verfügen über Kompetenzen in der Problemlösung und im kritischen Denken. • Sie können wissenschaftliche Methoden anwenden und Informationen nutzen. • Sie verfügen über Kreativität und Innovationsdenken. <p><u>Methodenkompetenz</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden verfügen über Kompetenzen in der schriftlichen und mündlichen Kommunikation sowie in der Teamarbeit. • Sie sind mit dem in der Praxis geforderten Perspektivenwechsel sowie dem Selbstmanagement und der Selbstreflexion vertraut.
Studiensemester (ggf. Trimester)	2. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester (15 Semesterwochen mit 4 SWS)
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal im Studienjahr, jeweils im Wintersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzzeiten: 45,0 h Selbstlernphasen: 135,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtveranstaltung im Schwerpunktmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul rundet das Verständnis- und Wissenstraining des Marketings im Schwerpunkt MIE ab, weil gerade auch

	aktuelle Themen intensiv in Einzel- und Gruppenarbeit behandelt werden.
Voraussetzungen für die Teilnahme	betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Alexander Magerhans
Name der Hochschullehrer der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Alexander Magerhans
Lehrsprache	Deutsch/Englisch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, 120 Minuten
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,6 %
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktive Seminare mit Lehrgesprächen, Übungen, Gruppen- und Projektarbeit, Selbststudium unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Erfolgsbasiertes Lernen, Unternehmensbesuche oder Gastvorträge
Literatur	<p>Binckebanck, Lars/Elste, Rainer (Hrsg.): Digitalisierung im Vertrieb: Strategien zum Einsatz neuer Technologien in Vertriebsorganisationen, Springer Gabler: Wiesbaden 2016</p> <p>Bruhn, Manfred: Relationship Marketing, 5. Auflage, Vahlen: München 2016</p> <p>Hofbauer, Günter/Hellwig, Claudia: Professionelles Vertriebsmanagement, Publicis: Erlangen 2016</p> <p>Hofmaier, Richard: Integriertes Marketing-, Vertriebs- und Kundenmanagement, DeGruyter Oldenbourg: München 2014</p> <p>Homburg, Christian/Schäfer, Heiko/Schneider, Janna: Sales Excellence, 8. Auflage, Springer Gabler: Wiesbaden 2016</p> <p>Weitere aktuelle spezifische Literatur wird von den Dozenten und den Gastreferentinnen und -referenten im Rahmen der jeweiligen Vorlesungen ausgegeben und weiterführende Literatur empfohlen.</p>

Modulbeschreibung „Gründung und Businessplanung“

*für den Masterstudiengang General Management
der Ernst-Abbe-Hochschule Jena*

Modul-Nr./Code	M-GM-MIE2.2
Modulbezeichnung	Gründung und Businessplanung
ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	M-GM-MIE2.2.1 Unternehmensgründung M-GM-MIE2.2.2 Businessplankonzeption
Inhalte des Moduls	<p>Unternehmensgründung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmerbegriff • Gründungsformen und -ziele • Unternehmer vs. Geschäftsführer • Unternehmereigenschaften • Teambildung und Gründerteams • Geschäftsideengenerierung und -bewertung • ausgewählte Praxisfälle <p>Businessplankonzeption</p> <ul style="list-style-type: none"> • Business Model Canvas • Businessplanstruktur • Markt- und Wettbewerbsanalyse • Marketing und Markteintritt • Geschäftsorganisation • Personal • Standort • Rechtsformen • Steuern • Gründungs- und Wachstumsfinanzierung
Lernergebnisse des Moduls	<p><u>Fachkompetenzen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden verstehen die Bedeutung und Charakteristika von Gründungen und Unternehmern. • Sie könne gründungsrelevante betriebswirtschaftliche Bereiche, insbesondere Marketing, Finanzierung und Organisation, beschreiben. • Sie sind befähigt Geschäfts- bzw. Servicemodelle zu

	<p>reflektieren und zu analysieren.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden verstehen die Determinanten einer tragfähigen Businessplanung und können diese beurteilen. <p><u>Methodenkompetenzen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind befähigt, Marktpotenziale, Kundennutzen und Wettbewerbsvorteile zu analysieren. • Sie können verschiedene Finanzierungsquellen und -formen für Unternehmensgründungen erläutern und beurteilen. • Sie sind in der Lage, ihre Kenntnisse in einem tragfähigen Businessplan zur Anwendung zu bringen. • Die Studierenden können eine Unternehmensgründung planen und durchführen. <p><u>Sozial- und Kommunikationskompetenzen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können eigen- bzw. gruppenerstellte Geschäftskonzepte mittels Präsentation in einer angemessenen Qualität erläutern. • Sie sind sicher im Lösen komplexer Probleme durch interpersonalem Austausch und Teamarbeit.
Studiensemester (ggf. Trimester)	1. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Wintersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzzeiten: 45,0 h Selbstlernphasen: 135,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul im Schwerpunkt MIE
Verwendbarkeit des Moduls	grundständige und weiterbildende wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge mit Fokussierung auf Unternehmensgründung bzw. Entrepreneurship
Voraussetzungen für die Teilnahme	betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Heiko Haase
Name der Hochschullehrer der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Heiko Haase
Lehrsprache	deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, 120 Minuten / alternative Prüfungsleistung, bestehend aus Zwischen- und Abschlusspräsentationen sowie Businessplanerstellung

Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,6 %
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	interaktives Seminar mit Lehrgesprächen, Fallstudien und Selbststudium sowie eigenständige bzw. gruppenweise Erstellung/Präsentation eines Businessplans
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Grichnik, D.; Brettel, M.; Koropp, C.; Mauer, R.: Entrepreneurship, 2. Aufl., Schäffer-Poeschel Verlag: Stuttgart 2017</p> <p>Kußmaul, H.: Betriebswirtschaftslehre für Existenzgründer, 8. Aufl., De Gruyter Oldenbourg: München 2016</p> <p>Oehlich, M.: Betriebswirtschaftslehre - Eine Einführung am Businessplan-Prozess, 3. Aufl., Vahlen: München 2013</p> <p>Klandt, H.: Gründungsmanagement, 2. Aufl., Oldenbourg: München 2005</p>

Modulbeschreibung „Spezielle Handlungsfelder im Personalmanagement“

*für den Masterstudiengang General Management
der Ernst-Abbe-Hochschule Jena*

Modul-Nr./Code	M-GM-PAR 1.1
Modulbezeichnung	Spezielle Handlungsfelder im Personalmanagement
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	M-GM-PAR1.1.1 Internationales Personalmanagement M-GM-PAR1.1.2 Projektmanagement
Inhalte des Moduls	<p>Internationales Personalmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prägen des Grundverständnisses für die Herausforderungen des Internationalen Personalmanagements • Erwerb grundlegender Kenntnisse über die Ziele, Rahmenbedingungen und Formen des Internationalen Personalmanagements • Internationalisierungsstrategien nach dem Konzept von Perlmutter • Verstehen des Zusammenhangs zwischen den Internationalisierungsstrategien und den entsprechenden Personalstrategien • Gewinnung eines Überblicks zur Personalbedarfsplanung in internationalen Unternehmen • Beschreibung der nach der jeweiligen Strategie ausgerichteten Personalbeschaffung der internationalen Unternehmen • Darstellung der Funktionen, Instrumente und Besonderheiten der internationalen Personalentwicklung • Erlernen und Erklären der Komplexität des Prozesses der Entsendung von Fach- und Führungskräften • Beschreibung der jeweiligen Vergütungsstrategien und -systeme, insbesondere für die Expatriates der internationalen Unternehmen • Die Kulturdimensionen nach Hofstede und daraus abgeleitet die entsprechenden Aspekte der internationalen Personalführung sowohl von Mitarbeitern als auch von Teams. <p>Projektmanagement</p> <p>Es erfolgt die Vorstellung eines personalwirtschaftlich ausgerichteten Projektauftrags durch einen Unternehmenspraktiker. Der Projektauftrag wurde im Vorfeld zwischen Hochschule und Praxis abgestimmt und wird den Studierenden als schriftlicher Projektauftrag ausgehändigt. Es wird eine Projektstruktur mit</p>

	<p>Lenkungsausschuss (Vertreterinnen und Vertreter des Unternehmens und der Hochschule) und studentischer Projektleitung etabliert.</p> <p>Die Laufzeit des Projektes beträgt 1 Semester. Die Größe der Projektgruppen ist abhängig von der Anzahl der Studierenden, die diesen Schwerpunkt belegen, idealerweise 5 bis 7 Studierende.</p> <p>Das Projekt schließt mit einer Ergebnispräsentation vor dem Projektauftraggeber und der Übergabe eines ausführlichen schriftlichen Projektberichts an den Auftraggeber.</p> <p>Es sind mindestens zwei Meilensteinsitzungen mit Zwischenpräsentationen vor dem Lenkungsausschuss zu absolvieren. Hinzu kommt eine ständige Begleitung durch die Hochschullehrerin/den Hochschullehrer.</p>
<p>Lernergebnisse des Moduls</p>	<p>Internationales Personalmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können, basierend auf dem Konzept von Perlmutter, die Internationalisierungsstrategien der Unternehmen benennen und beschreiben und daraus die Strategien des internationalen Personalmanagements ableiten. • Sie können die Besonderheiten des internationalen Personalmanagements bestimmen, insbesondere hinsichtlich der Personalbedarfsplanung, der Personalbeschaffung, der Vergütungssysteme und der Personalentwicklung. • Sie können den Entsendungsprozess skizzieren und die einzelnen Phasen und deren Besonderheiten erklären. • Die Studierenden sind in der Lage, die Kulturdimensionen nach Hofstede aufzulisten und zu unterscheiden und daraus ableitend die Anforderungen an die internationale Personalführung sowohl von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und Teams erklären. <p>Projektmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können die wichtigsten theoretischen Grundlagen zur Planung und Steuerung von Projekten (Projektmanagement) benennen, erklären und analysieren. • Sie verfügen durch die Bearbeitung eines konkreten Praxisprojektes bis zur Präsentationsreife über Projektmanagementenerfahrungen sowie die Fähigkeit, vorzusagen, zu argumentieren und Entscheidungen zu treffen und zu evaluieren. • Sie haben Erfahrung bei der Thematisierung, kritischen Beurteilung und Bewältigen von Problemen und Schwierigkeiten bei der projekthaften Zusammenarbeit in Arbeitsgruppen. • Die Studierenden verfügen über Kompetenzen in folgenden Bereichen: <ul style="list-style-type: none"> ○ Planungs- und Selbststeuerungskompetenz ○ Präsentations- und Kommunikationsfähigkeit

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Führungskompetenz durch (stellvertretende) Projektleitung ○ Teambildung und Teamfähigkeit ○ Moderation/Steuerung von Gruppenprozessen
Studiensemester (ggf. Trimester)	1. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Sommersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzzeiten: 35,0 h Selbstlernphasen: 65,0 h freie Projektarbeit: 80,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul im Schwerpunkt PAR
Verwendbarkeit des Moduls	Die Veranstaltung „Internationales Personalmanagement“ eignet sich ebenso, um sie auch als separates Wahlpflichtfach zu belegen.
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Internationales Personalmanagement</p> <p>Den Studierenden sollten die wichtigsten Handlungsfelder und Instrumente eines betrieblichen Personalmanagements bekannt sein.</p> <p>Projektmanagement</p> <p>Die Studierenden sollten die zentralen (theoretischen) Grundlagen des Projektmanagements aus ihrem Bachelorstudium kennen. Alternativ können sie auch autodidaktisch über die Lektüre eines kompakten Buches erarbeitet werden.</p>
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Heike Kraußlach
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	<p>Internationales Personalmanagement</p> <p>Prof. Dr. Heike Kraußlach</p> <p>Projektmanagement</p> <p>Prof. Dr. Heike Kraußlach</p>
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, 120 Minuten

Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,6 %
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<p>Internationales Personalmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung im seminaristischen Stil • Fallstudien • Gruppenarbeit <p>Projektmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gruppenarbeit • Studentenvorträge im Rahmen der Ergebnispräsentation
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeitsunterlagen mit Präsentationsfolien und Zusatzinformationen • Fallstudien
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Internationales Personalmanagement</p> <p><u>Pflichtliteratur:</u></p> <p>Festing, M., Dowling, P. J., Weber, W., Engle A. D.: Internationales Personalmanagement, neueste Auflage, Wiesbaden: Gabler Verlag</p> <p>Scholz, Chr.: Grundzüge des Personalmanagements, neueste Auflage, München</p> <p>Stock-Homburg, R.: Personalmanagement, neueste Auflage, Wiesbaden: Gabler Verlag</p> <p><u>Zusatzliteratur:</u></p> <p>Hoyer, K.: Internationales Personalmanagement, neueste Aufl., Wiesbaden: Gabler Verlag</p> <p>DGFP e.V. (Hrsg.): Expat-Management, neueste Auflage, Bielefeld</p> <p>Projektmanagement</p> <p><u>Pflichtliteratur:</u></p> <p>Schelle, K. H.: Projekte zum Erfolg führen, neueste Aufl., München: Beck Verlag <i>oder alternativ:</i></p> <p>Lessel, W.: Projektmanagement, neueste Auflage, Berlin: Cornelsen Verlag</p> <p>Theoretische Basisliteratur zum inhaltlichen Schwerpunkt des jeweiligen Projektthemas (wechselnd)</p> <p><u>Zusatzliteratur:</u></p> <p>Kraus, G./Westermann, R.: Projektmanagement mit System, neueste Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler Verlag</p> <p>Pfetzinger, K./Rohde, A.: Ganzheitliches Projektmanagement, neueste Aufl., Zürich: Verlag Dr. Götz Schmidt</p>

Modulbeschreibung
„Interdisziplinäres Personalmanagement“

*für den Masterstudiengang General Management
der Ernst-Abbe-Hochschule Jena*

Modul-Nr./Code	M-GM-PAR1.2
Modulbezeichnung	Interdisziplinäres Personalmanagement
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	M-GM-PAR1.2.1 Psychologie der Arbeitsgruppe M-GM-PAR1.2.2 Digitales Personalmanagement
Inhalte des Moduls	<p>Psychologie der Arbeitsgruppe</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begriff und Typen von Gruppen • Leistungsvorteile/-nachteile von Gruppen • Gruppen(un)geeignete Aufgaben • Determinanten effizienter Arbeitsgruppen • Gruppenkohäsion (Folgen und Determinanten) • Formelle vs. informelle Gruppen in Organisationen • Teambildungsprozesse • Normenbildung in Gruppen • Rollenbildung in Gruppen • Kommunikationsstrukturen in Gruppen • Leistungsbedrohende Mechanismen • Fallstudien zu Gruppensituationen <p>Digitales Personalmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rechtliche Aspekte des Datenschutzes • Physischer Datenschutz • Ziele/Vorteile der Digitalisierung im Personalbereich • Technische Voraussetzungen • Erstellung von Lastenheften zur Softwareauswahl • Vorstellung und Anwendung ausgewählter Softwarelösungen für ausgewählte Arbeitsprozesse im Personalbereich • Kritische Analyse der ausgewählten Software
Lernergebnisse des Moduls	<p>Psychologie der Arbeitsgruppe</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können die wesentlichen typprägenden Merkmale von Arbeitsgruppen beschreiben und problematisieren.

- Sie sind in der Lage, zum Phänomen einer (hohen) „Gruppenkohäsion“ modellhaft die zentralen Symptome, positive und negative Wirkungen und Determinanten zu beschreiben und daraus Praxisimplikationen abzuleiten.
- Sie kennen wichtige Leistungsvorteile und Leistungsnachteile von Gruppen.
- Die Studierenden können zwischen gruppeneeigneten und gruppenungeeigneten Arbeitsaufgaben differenzieren.
- Sie sind befähigt, verschiedene Erscheinungsformen von Gruppen anhand von Abgrenzungskriterien zu systematisieren.
- Sie können zum Phänomen der „informellen Gruppe“ Erscheinungsformen aus der Unternehmenspraxis beispielhaft aufzeigen und die Vor- und Nachteile im Hinblick auf die Effizienz im Unternehmen einschätzen.
- Sie sind in der Lage, von einem theoretischen Standpunkt aus, die Ergebnisse und die Untersuchungsdesigns der sozialpsychologischen Gruppenforschung kritisch zu hinterfragen.
- Sie kennen die Ziele (intendierten Vorteile) von Gruppenarbeit sowohl aus Unternehmenssicht als auch aus Beschäftigtensicht.
- Sie können wichtige Determinanten detailliert thematisieren, die der Erreichung dieser Ziele förderlich oder hinderlich sind, z. B. Gruppengröße, individuelle Merkmale der Gruppenmitglieder, Verhältnis von Gruppenzielen zu Unternehmenszielen.
- Sie beschreiben speziell zur Determinante der „Heterogenität“ von Gruppenmitgliedern aus einer wissenschaftlichen Sicht die messmethodischen Schwierigkeiten der Konstrukterfassung.
- Die Studierenden sind befähigt, aus der Gruppenumwelt wichtige Determinanten detailliert zu thematisieren, die der Erreichung der Ziele von Gruppenarbeit förderlich oder hinderlich sind, z. B. Struktur der Gruppenaufgaben, Ausformung des Belohnungssystems, Art der Beziehung zu anderen Gruppen in der Organisation.
- Sie können zum Phänomen der „Gruppennormen“ bzw. „Normen(in)konformität“ Beispiele aus der Unternehmenspraxis zu Normeninhalten formulieren und auf theoretischem Niveau Funktionen und Entstehungsprozesse von Normen beschreiben sowie Determinanten und (positive und negative) Folgen von Normenkonformität benennen.
- Sie sind in der Lage, die theoretischen Erkenntnisse zu Gruppennormen in einer Fallstudie anzuwenden und verschiedene Rollen innerhalb von Gruppen zu benennen und näher zu beschreiben.
- Sie kennen die Funktionsprinzipien eines „soziometrischen Tests“ und sind befähigt, aus einem konkreten Soziogramm einer Gruppe Rückschlüsse auf Gruppenstrukturen und dar-

	<p>aus möglicherweise resultierende Probleme zu ziehen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können modellhaft die Entwicklungsphasen der Gruppenbildung beschreiben und Rückschlüsse für das Führungsverhalten in den einzelnen Phasen ziehen. • Sie beschreiben leistungsbedrohende psychologische Mechanismen bei der Arbeit in Gruppen und können Gegenstrategien entwerfen. • Die Studierenden können speziell zum Phänomen des „Groupthink“ begünstigende Rahmenbedingungen, beobachtbare Symptome und negative Folgewirkungen modellhaft beschreiben und für die spätere Unternehmenspraxis instrumentelle Gegenstrategien entwickeln. <p>Digitales Personalmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen die zentralen Regelungen der Datenschutzgrundverordnung und der Europäischen Datengrundverordnung in Bezug auf Speicherung und Verarbeitung von Mitarbeiterdaten in Organisationen. • Sie sind problemsensitiv im Hinblick auf mögliche Verstöße gegen datenschutzrechtliche Bestimmungen beim unternehmerischen Handeln im Personalbereich und kennen Vorgehensweisen zur Vermeidung von rechtlichen Problemen. • Sie sind problemsensitiv im Hinblick auf Schwachstellen im physischen Datenschutz in einem Unternehmen und können grundsätzliche Verbesserungen aufzeigen. • Sie kennen die zentralen technischen Voraussetzungen für den Einsatz von Personalmanagement-Software. • Die Studierenden sind in der Lage, ein ausführliches Lastenheft zum Vergleich unterschiedlicher Softwarelösungen im Rahmen von Anschaffungsentscheidungen zu entwickeln. • Sie sind befähigt, Softwarelösungen auf der Basis von Lastenheften zu vergleichen. • Sie haben einen intensiven Einblick in Aufbau und Funktionsprinzipien von 1-2 ausgewählten Softwarelösungen zu diversen Arbeitsfeldern im Personalmanagement und können die Software auf Basis von kleinen Übungsfällen anwenden. • Die Studierenden sind in der Lage, Schwachstellen einer vorgestellten Softwarelösung zu erkennen und zu thematisieren.
Studiensemester (ggf. Trimester)	1. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Sommersemester

Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzzeit: 45,0 h Vorbereitung Kurzvorträge: 10,0 h Nachbereitung der Veranstaltungen: 10,0 h eigenständiges Literaturstudium: 25,0 h eigenständiges Üben im Computerlabor: 40,0 h Klausurvorbereitung: 50,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul im Schwerpunkt PAR
Verwendbarkeit des Moduls	<p>1. Die Lehrveranstaltung „Psychologie der Arbeitsgruppe“ kann hochschulweit ergänzend in allen Studiengängen nicht-technischer und technischer Ausrichtung eingesetzt werden, in denen ein zentrales Ziel in der Heranbildung von Führungsnachwuchskräften besteht (in Abgrenzung zu einer Spezialisten-/Expertenlaufbahn).</p> <p>2. Die Lehrveranstaltung „Psychologie der Arbeitsgruppe“ kann hochschulweit ergänzend in allen Studiengängen nicht-technischer und technischer Ausrichtung zur Förderung der Arbeit in Gruppenstrukturen eingesetzt werden.</p> <p>3. Die Lehrveranstaltung „Digitales Personalmanagement“ kann hochschulweit ergänzend in allen Studiengängen mit Wirtschaftsinformatik-Ausrichtung zur Demonstration eines konkreten Anwendungsfelds in Organisationen eingesetzt werden.</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Psychologie der Arbeitsgruppe Es sind keine speziellen Voraussetzungen nötig. Digitales Personalmanagement IT-Basiskenntnisse
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Anne Galander
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Psychologie der Arbeitsgruppe Prof. Dr. Anne Galander Digitales Personalmanagement Prof. Dr. Anne Galander
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Psychologie der Arbeitsgruppe Klausur, 60 Minuten 2. Digitales Personalmanagement Klausur, 60 Minuten
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,6 %

<p>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</p>	<p>Vorlesung</p> <p>Seminaristisches Lehrgespräch</p> <p>Studentische Kurzvorträge (10 Minuten)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bearbeitung von Kurzfallstudien in Heimarbeit oder in Gruppenarbeitssequenzen samt Lösungspräsentation • Demonstrationen und Übungen im Computerlabor
<p>Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	<p>Gastvorträge (Einzelfallentscheidung, eher unsystematisch)</p>
<p>Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<p>Psychologie der Arbeitsgruppe</p> <p><u>Pflichtlektüre:</u></p> <p>Aronson, E./Wilson, T.D./Aker, R.M.: Sozialpsychologie, neueste Auflage, München: Pearson (Kapitel über Gruppen)</p> <p>Wegge, J.: Gruppenarbeit und Management von Teams, in: Schuler, H./Kanning, U.P.: Lehrbuch der Personalpsychologie, neueste Auflage, Göttingen: Hogrefe (Kapitel 23)</p> <p>Watzka, K.: Entscheidungsfälle „Groupthink“ – das süße Gift der Harmonie. In: Personalführung, 41. Jg., 12/2008, S. 58 – 63</p> <p><u>Zusatzliteratur:</u></p> <p>von Rosenstiel, L./Regnet, E./Domsch, M.E. (Hrsg.): Führung von Mitarbeitern, neueste Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel (Teil IV, Führung und Arbeit in Gruppen)</p> <p>Bierhoff, H.-W./Frey, D. (Hrsg.): Handbuch der Sozialpsychologie und Kommunikationspsychologie, neueste Auflage, Göttingen: Hogrefe (Kapitel VI, Soziale Gruppenprozesse)</p> <p><u>Vorbereitende Lektüre:</u></p> <p>Keine notwendig; die Vorablektüre des Kapitels über „Gruppen, Gruppenprozesse“ in einem Standardlehrbuch zum „Personalmanagement“ oder zur „Sozialpsychologie“ erleichtert die Einordnung des Lehrstoffs und steigert die Diskussionskompetenz.</p> <p>Digitales Personalmanagement</p> <p><u>Pflichtlektüre:</u></p> <p>Schröder, G.F.: Datenschutzrecht für die Praxis, neueste Auflage, München: Beck</p> <p>Gläßer, R. et al.: Digital HR kompakt – Digital HR als Digitalisierung und Neudenken des Personalmanagements, neueste Auflage, Freiburg: Haufe</p> <p><u>Zusatzliteratur:</u></p> <p>Petry, Th./Jäger, W.: Digital HR, neueste Auflage, Freiburg: Haufe</p> <p>Dannhäuser, R.: Praxishandbuch Social Media Recruiting, neueste Auflage, Wiesbaden: SpringerGabler</p> <p>Weitere Literatur nach Benennung des Lehrverantwortlichen</p> <p><u>Vorbereitende Lektüre:</u></p>

	Keine notwendig.
--	------------------

Modulbeschreibung „Arbeitsrecht“

*für den Masterstudiengang General Management
der Ernst-Abbe-Hochschule Jena*

Modul-Nummer/Code	M-GM-PAR2.1
Modulbezeichnung	Arbeitsrecht
Lehrveranstaltungen des Moduls	M-GM-PAR2.1.1 Ausgewählte Praxisprobleme im Arbeitsrecht M-GM-PAR2.1.2 Lohnsteuer- und Sozialversicherungsrecht
Inhalte des Moduls	<p>Ausgewählte Praxisprobleme im Arbeitsrecht</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anwendbarkeit des Arbeitsrechts auf arbeitnehmerähnliche Personen • Anwendbarkeit des Arbeitsrechts auf Organmitglieder juristischer Personen • Probleme des arbeitsgerichtlichen Rechtsschutzes • Diskriminierungsverbot bei Einstellung von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern • Schadensersatzpflicht bei Nichtantritt eines neuen Arbeitsplatzes • Urlaubs- und Urlaubsabgeltungsansprüche • Probleme der Entgeltfortzahlung im Krankheitsfalle • Innerbetrieblicher Schadensausgleich • Problematik einer Verdachtskündigung • Besonderer Kündigungsschutz für bestimmte Beschäftigtengruppen im Betrieb • Kündigungsschutzklage • Auflösung des Arbeitsverhältnisses im Kündigungsschutzprozess • Befristete Arbeitsverhältnisse • Der Wechsel der Betriebsinhaberin/des Betriebsinhabers • Das Berufsausbildungsverhältnis • Werbung einer Gewerkschaft im Betrieb • Tarifverträge zur Beschäftigungssicherung • Individualrechtliche Folgen der Teilnahme an einem rechtswidrigen Streik <p>Lohnsteuer- und Sozialversicherungsrecht</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rechtsgrundlagen für den Lohnanspruch • Rundbegriffe der Lohn- und Gehaltsabrechnung • Bruttoabrechnung • Lohnarten • Begriffe der Zeitgliederung und Zeitermittlung • Durchschnittslohnsätze

	<ul style="list-style-type: none"> • Lohnsteuer, Kirchensteuer und Solidaritätszuschlag • Lohnsteuerliche Behandlung der Lohnarten • Steuerklassen, Anwendung der Lohnsteuertabellen • Sonstige/einmalige Bezüge • Pauschalierung der Lohnsteuer • Sozialversicherung • Aufbau der Sozialversicherung • Beitragspflicht einmalig gezahlter Arbeitsentgelte • Besonderheiten (z. B. geringfügig entlohnte Beschäftigung) • Insolvenzgeldumlage • Unfallversicherung • Sonstige Zuzahlungen, sonstige Abzüge und ausgewählte Themen der Lohn- und Gehaltsabrechnung • Eintritt, Austritt, Jahresabschlussarbeiten • Fallbearbeitung in der Vergütungsabrechnung
Lernergebnisse des Moduls	<p>Ausgewählte Praxisprobleme im Arbeitsrecht</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können praxisrelevante Probleme des Arbeits- und Arbeitsschutzrechts sowie des Arbeitsverfahrensrechts, wie es gerade auch in Führungspositionen von Unternehmen benötigt wird, auflisten, gegenüberstellen und diskutieren. • Die Studierenden sind durch eine selbstständige Erarbeitung der Materie anhand typischer Fallgestaltungen aus der rechtlichen Praxis unter Anleitung des Lehrenden in die Lage versetzt, praxisgerechte Lösungen zu erarbeiten. <p>Lohnsteuer- und Sozialversicherungsrecht</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können erklären, warum Lohnsteuer- und sozialversicherungsrechtliche Vorgaben sowohl aus Arbeitgebersicht als auch aus Arbeitnehmersicht wichtige Einflussfaktoren bei der Beurteilung der ökonomischen Vorteilhaftigkeit von einzelnen (materiellen oder immateriellen) Vergütungsbestandteilen sind. • Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Personalbereichen müssen Entscheidungen über unterschiedliche Ausgestaltungen von Beschäftigungsverhältnissen (z. B. sozialversicherungsfreie Beschäftigung) treffen. Diese Entscheidungen haben durchgreifende Auswirkungen auf die Personalkosten des Unternehmens. Die Studierenden sind befähigt, solche Entscheidungen selbstsicher zu treffen. • Sie kennen die Thematiken, zu denen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Personalbereiche gegenüber der Belegschaft häufig Beratungsfunktionen hinsichtlich der lohnsteuer- und sozialversicherungsrechtlichen Auswirkungen von Entscheidungsalternativen übernehmen (z. B. Alterssicherung, Krankenkassenwahl, vertragliche Ausgestaltung von Dienstwagenregelungen, Arbeitszeitreduktionen).

	<ul style="list-style-type: none"> • Sie verstehen, dass betriebliche Personalbereiche für Vergütungsabrechnungen Sorge zu tragen haben, die den gesetzlichen Vorgaben des Lohnsteuer- und Sozialversicherungsrechts entsprechen. • Zudem sind die Studierenden befähigt, eine Standardvergütungsabrechnung selbstständig vorzunehmen.
Studiensemester (ggf. Trimester)	2. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Wintersemester
Zahl der zugeteilten Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzzeiten gesamt: 45,0 h Selbstlernphasen: 135,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls	Pflichtmodul im Schwerpunkt PAR
Verwendbarkeit des Moduls	Die Veranstaltung ist auch geeignet für Wahlpflichthörer.
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Für die Lehrveranstaltung zu den ausgewählten Praxisproblemen im Arbeitsrecht (LV 2.1.1) sind grundlegende Kenntnisse des Arbeitsrecht für Führungskräfte erforderlich, die in der LV 1.4.2 des Moduls 1.4 vermittelt werden.</p> <p>Für die Lehrveranstaltung zum Lohnsteuer- und Sozialversicherungsrecht (LV 2.1.2) sind grundlegende Kenntnisse der des Vergütungsmanagements empfehlenswert, da eine lohnsteuer- und sozialversicherungsrechtliche Würdigung einzelner Vergütungsformen Kenntnisse dieser Vergütungsformen voraussetzt.</p>
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Michael Saller
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	M-GM-PAR2.1.1: Prof. Dr. Michael Saller M-GM-PAR2.1.2: Prof. Dr. Heike Kraußlach
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur mit einer Dauer von 120 Minuten, wobei für jede Lehrveranstaltung des Moduls ein Klausurteil von 60 Minuten vorgesehen ist.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,6 %
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung • Übungsaufgaben • Fallstudien • Juristische Fallbearbeitungen

Besonderes	Arbeitsunterlagen, Zusatzinformationen, Gastvorträge u. a.
Literatur	<p>Zur Lehrveranstaltung 2.1.1</p> <p>Brox/Rüthers/Henssler: Arbeitsrecht, neueste Auflage, Kohlhammer Verlag, Stuttgart</p> <p>Wollenschläger, Michael: Arbeitsrecht, neueste Auflage, Carl-Heymanns Verlag</p> <p>Löwisch/Caspers/Klumpp: Arbeitsrecht, neueste Auflage, Vahlen Verlag</p> <p>Dütz/Thüsing: Arbeitsrecht, neueste Auflage, Beck-Verlag, München</p> <p>Zur Lehrveranstaltung 2.1.2</p> <p>Haufe Verlag (Hrsg.): Das Personal-Büro, Gruppe 4 und 5. Freiburg: Haufe-Verlag (Loseblattsammlung)</p> <p>Jenak, K.: Lehrgang der Lohn- und Gehaltsabrechnung, neueste Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag</p> <p>Schönfeld, W. / Plenker, J.: Lexikon für das Lohnbüro, neueste Aufl., München: Hüthig-Jehle-Rehm Verlag</p>

Modulbeschreibung „Seminare zu Personal und Arbeitsrecht“

*für den Masterstudiengang General Management
der Ernst-Abbe-Hochschule Jena*

Modul-Nummer/Code	M-GM-PAR 2.2
Modulbezeichnung	Seminare zu Personal und Arbeitsrecht
Lehrveranstaltungen des Moduls	LV M-GM-PAR2.2.1 Personalwirtschaftliches Seminar LV M-GM-PAR2.2.2 Arbeitsrechtliches Seminar
Inhalte des Moduls	<p>Personalwirtschaftliches Seminar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personalabteilungen und Center-Konzepte • Organisationsalternativen für Personalabteilungen • Outsourcing von Personalfunktionen • Mitarbeiterbefragungen • Personalcontrolling • Balanced Scorecard im Personalbereich • Personalmanagement bei Fusionen und Übernahmen • Tarifpolitische Veränderungen bei Gewerkschaften und Arbeitgeberverbänden • Lebensphasenorientierte Personalpolitik • Alternde Belegschaften • Gesunde Führung • Personalwirtschaftliche Herausforderungen der Arbeitswelt 4.0 <p>Die Themengebiete werden aktualitätsbezogen verändert. Fallweise werden externe Referentinnen und Referenten hinzugezogen.</p> <p>Arbeitsrechtliches Seminar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das Recht der Gewerkschaften und der Arbeitgeberverbände zur Bildung von Koalitionen zur Wahrung und Förderung der Arbeits- und Wirtschaftsbedingungen (Koalitionsrecht) • Das Recht der Tarifvertragsparteien zur eigenverantwortlichen Regelung von Vergütungen und sonstiger Arbeitsbedingungen ohne staatliche Einflussnahme (Tarifautonomie) • Die Rechte der Arbeitnehmer- und Arbeitgeberseite bei der Durchsetzung verbesserter Arbeits- und Vergütungsbedingungen im Betrieb durch Arbeitskampfmaßnahmen

	<ul style="list-style-type: none"> • Das Recht der Arbeitnehmer zur Teilnahme an den betrieblichen Entscheidungsprozessen durch eigene Betriebsverfassungsorgane, insbesondere durch den Betriebsrat (Betriebsverfassungsrecht) • Das Recht der Arbeitnehmervertretungen in Verwaltungen und Betrieben des Bundes, der Länder, der Kommunen und sonstigen Körperschaften, Anstalten und Stiftungen des öffentlichen Rechts (Personalvertretungsrecht) • Das Recht der Arbeitnehmer zur Mitgestaltung der Wirtschaftsbedingungen des Unternehmens durch eigene Vertreter in den Unternehmensorganen (Mitbestimmungsrecht)
Lernergebnisse des Moduls	<p>Personalwirtschaftliches Seminar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können die neueren Entwicklungen im Personalmanagement skizzieren. • Sie können diese Entwicklungen hinsichtlich ihrer Bedeutung, ihrem Umfang und der konkreten Umsetzungsmöglichkeiten kritisch analysieren und beurteilen. • Sie sind befähigt, sich mit Handlungsalternativen gegenüberzustellen und zu begründen. • Die Studierenden sind in der Lage, diese aktuellen Entwicklungen einerseits in das Denk- und Theoriegebäude der Personalwirtschaft reflektiert einzuordnen, andererseits interdisziplinär zu denken. • Sie sind befähigt zu einer detailorientierten und tiefen Bearbeitung mit einem abgegrenzten Themenfeld des Personalmanagements. <p>Arbeitsrechtliches Seminar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können die besonderen Probleme des kollektiven Arbeitsrechts, wie sie sich in der Praxis innerhalb und auch außerhalb der Unternehmen regelmäßig darstellen, benennen und diskutieren • Durch eine selbstständige Erarbeitung der einzelnen Problemkreise und einer anschließenden Darstellung des erarbeiteten Wissens in Form eines Referates verbunden mit einer fachlichen Diskussion mit den anderen Seminarteilnehmerinnen und -teilnehmern unter Anleitung des Seminarleiters sind sie in die Lage versetzt, das erarbeitete Wissen in praxismgerechte Lösungen zu transferieren und zu kommunizieren, wie es in einer späteren Tätigkeit im Unternehmen üblich und gefordert ist.
Studiensemester	2. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Wintersemester
Zahl der zugeteilten Credits	6 ECTS

Gesamtworkload	Präsenzzeiten gesamt: 45,0 h Selbstlernphasen: 135,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls	Pflichtmodul im Schwerpunkt PAR
Verwendbarkeit des Moduls	Die Veranstaltung ist auch geeignet für Wahlpflichthörerinnen und -hörer.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Für die Lehrveranstaltung zum personalwirtschaftlichen Seminar (LV 2.12.1) ist eine erfolgreich absolvierte Grundlagenveranstaltung „Personalwirtschaft“ empfehlenswert. Für die Lehrveranstaltung zum arbeitsrechtlichen Seminar (LV 2.12.2) sind grundlegende Kenntnisse des Arbeitsrechts für Führungskräfte erforderlich, die in der LV 1.4.2 des Moduls 1.4 vermittelt werden.
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Anne Galander
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	M-GM-PAR2.2.1: Prof. Dr. Anne Galander M-GM-PAR2.2.2: Prof. Dr. Michael Saller
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Seminararbeit mit Referat oder Klausur 120 Minuten, wobei für jede Lehrveranstaltung des Moduls ein Klausurteil von 60 Minuten vorgesehen ist
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6,6 %
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung • Seminararbeiten • Studierendenreferate • Diskussionssequenzen • Fallstudien • Juristische Fallbearbeitungen
Besonderes	Arbeitsunterlagen, Zusatzinformationen, Gastvorträge u.a.
Literatur	<p>Zur Lehrveranstaltung M-GM-PAR2.2.1</p> <p><u>Pflichtliteratur</u></p> <p>Becker, M.: Personalentwicklung, Stuttgart, neueste Aufl.</p> <p>Matyssek, A.K.: Gesund führen - sich und andere, neueste Auflage, Norderstedt</p> <p>Watzka, K.: Personalcontrolling: Stand, Ziele, Methoden – Teile I und II. In: Praxis des Rechnungswesens (PdR), Nr. 4 und 5/1997, S. 29-59</p> <p>Wunderer, R./von Arx, S.: Personalmanagement als Wertschöpfungs- Center, neueste Aufl., Wiesbaden: Gabler Verlag</p> <p><u>Zusatzliteratur</u></p> <p>BMAS (2015): Grünbuch Arbeiten 4.0</p>

Lebensphasenorientierte Personalpolitik 2.0, Strategie für die Zukunft
- Ein Leitfaden für Unternehmen zur Bindung und Gewinnung von
Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern; Prof. Dr. Jutta Rump et al.; Hrsg.
Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung
Rheinland-Pfalz, Okt. 2011

Sowie weitere ausgewählte aktuelle Fachartikel

Zur Lehrveranstaltung M-GM-PAR2.2.2

Striepling: Kollektives Arbeitsrecht, neueste Auflage, Vahlen Verlag

Götz: Grundzüge des Arbeitsrechts, Band II, Kollektives Arbeitsrecht,
neueste Auflage, De Gruyter Oldenbourg Verlag

Zeising: Grundzüge des Arbeitsrechts – Band 2, Kollektives Arbeits-
recht und Verfahrensrecht, neueste Auflage, Saarbrücker Verlag

„Masterarbeit“

*für den Masterstudiengang General Management
der Ernst-Abbe-Hochschule Jena*

Modul-Nr./Code	
Modulbezeichnung	Masterarbeit
Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	Die Masterarbeit ist eine schriftliche Prüfungsarbeit. Den Inhalt des Moduls „Masterarbeit“ bildet die Bearbeitung eines Themas auf dem Gebiet der wirtschaftswissenschaftlichen Theorie bzw. der wirtschaftlichen Praxis.
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden sind in der Lage, innerhalb einer vorgegebenen Frist sich zu einem bestimmten Thema einen Gesamtüberblick über die hierzu existierenden wissenschaftlichen Theorien zu verschaffen, diese zu analysieren, Problembereiche zu ermitteln und hierzu selbstständig nach wissenschaftlichen Methoden eine logisch stringente und begründete Lösung zu entwickeln.
Studiensemester (ggf. Trimester)	3. Semester
Dauer des Moduls	5 - 6 Monate
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Wintersemester/Sommersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	30 ECTS
Gesamtworkload	900 h
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Studiengang General Management
Voraussetzungen für die Teilnahme	Zulassung zur Masterarbeit kann erst erfolgen, nachdem alle vorangegangenen Modulprüfungen erfolgreich erbracht worden sind.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Betreuerinnen und Betreuer sind alle Professorinnen und Professoren, die im Studiengang tätig sind.
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Als Betreuerinnen und Betreuer sowie als Gutachterin und Gutachter kommen alle Professorinnen und Professoren, die im Studiengang tätig sind, infrage.
Lehrsprache	Deutsch

Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Masterarbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	33,3 %
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Selbstständiges wissenschaftliches Arbeiten
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Scheld, G. A.: Anleitung zur Anfertigung von Praktikums-, Seminar- und Diplomarbeiten sowie Bachelor- und Masterarbeiten, 8. Auflage, Büren 2017