



# Modulhandbuch General Management MBA

Fachbereich Betriebswirtschaft

Jena, 27.04.2026 (aktuelle Fassung)



## Inhaltsverzeichnis

„Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft“ .....	3
„Personalwirtschaft“ .....	6
„Kreativitäts- und Gründungsmanagement“ .....	11
„Unternehmenssteuerung“ .....	15
„Marktorientierte Unternehmensführung“ .....	18
„Management von Informationsprozessen“ .....	22
„Digitale Geschäftsmodelle“ .....	27
„Wirtschaftsrecht“ .....	30
„Finanzwirtschaft“ .....	32
„Rechnungslegung und Steuerrecht“ .....	35
„Globalisierung und Internationalisierung“ .....	38
„Masterarbeit“ .....	41

## **Modulbeschreibung**

### **„Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft“**

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

Modul-Nr./Code	<b>M1</b>
Modulbezeichnung	<b>Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft</b>
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>LV 1.1 Wissenschaftstheorie der Betriebswirtschaft</b> <b>LV 1.2 VWL – Märkte und Marktergebnisse</b> <b>LV 1.3 Vertragsverhandlung und Mediation</b>
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Im Modul lernen die Teilnehmer die wesentlichen wissenschaftstheoretischen Begriffe und Problemlagen sowie die wichtigsten Theorieansätze der BWL. Darüber hinaus wird ein Überblick über die einzelnen Teilgebiete der BWL sowie deren Systematik gegeben.</li> <li>• Die Studierenden erhalten in der Lehrveranstaltung VWL – Märkte und Marktergebnisse einen Einblick in das Zusammenwirken von Angebot und Nachfrage auf Märkten. Unterschiedliche mikroökonomische Marktergebnisse in Abhängigkeit von Marktstrukturen werden analysiert und Probleme des Marktversagens erläutert. Unter makroökonomischen Aspekten werden Zusammenhänge von zentralen gesamtwirtschaftlichen Größen wie Bruttoinlandsprodukt, gesamtwirtschaftlichem Angebot und Nachfrage, Inflation und Arbeitslosigkeit erläutert.</li> <li>• In einer dritten Lehrveranstaltung werden die theoretischen Grundlagen der Vertragsverhandlung sowie der Mediation dargestellt. Weiterhin werden Grundkenntnisse des Mediationsverfahrens erläutert. Die theoretischen Grundlagen werden in den Studienbriefen verdeutlicht und durch einzelne Aufgabenstellungen vertieft. Im praktischen Teil findet eine Mediationsverhandlung statt.</li> </ul>
Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden kennen die Teilgebiete der Betriebswirtschaft und deren Einordnung in das System Unternehmen. Darüber hinaus können die Studierenden die wesentlichen wirtschaftswissenschaftlichen Theorien und deren Parameter in deren Grundzügen darstellen.</li> <li>• Die Studierenden können verschiedene Dimensionen von Wettbewerbsprozessen erläutern und einordnen, sowie die Eigenschaften eines Gleichgewichts auf einem Markt erklären, die sich tendenziell bei langfristiger Betrachtung ergeben. Sie beherrschen die Analyse von Anpassungsprozessen bei</li> </ul>

	<p>Abweichungen von einem stabilen Gleichgewicht und sind in der Lage, Auswirkungen von exogenen Veränderungen auf das Marktgleichgewicht selbstständig zu analysieren. Sie überblicken die Zusammenhänge der Geld- und Gütermärkte und sind fähig, elementare makroökonomische Zusammenhänge eigenständig zu untersuchen und zu verstehen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Durch die Auseinandersetzung mit dem Thema der Vertragsverhandlung lernen die Studierenden, ihre betrieblichen Verhältnisse ausgehend von der Informationsgewinnung bis hin zur Erfüllungs- und Risikoplanung mit Mitteln und in den Grenzen des Rechts zu gestalten.</li> </ul>
Studiensemester (ggf. Trimester)	1. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Wintersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	3 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzstudium: 18,0 h Selbststudium: 72,0 h Gesamtworkload: 90,0 h
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul im General Management MBA
Voraussetzungen für die Teilnahme	<b>Formal:</b> Abgeschlossenes Studium <b>Inhaltlich:</b> Keine (LV 1.1); betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse (LV 1.2); Grundlagen des Zivilrechts sind wünschenswert aber keine Bedingung (LV 1.3)
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Hans Klaus
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Michael Saller Prof. Dr. Hans Klaus Prof. Dr. Matthias Stoetzer
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	LV 1.1: Teilnahme LV 1.2: Klausur, 60 Minuten LV 1.3: Fallstudie
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3/90
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Eigenständige Vorbereitung der Präsenzveranstaltung sowie Darstellungen, Beispiele und Aufgaben während der Präsenzveranstaltung (LV 1.1); Selbststudium und Lehrgespräch zur

	Veranschaulichung (LV 1.2); Selbststudium anhand der Studienbriefe ergänzt durch Präsenzveranstaltungen (LV 1.3).
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Zu 1) Wissenschaftstheorie der Betriebswirtschaft:  Helfrich, Hede: Wissenschaftstheorie für Betriebswirtschaftler, Springer/Gabler-Verlag, München, akt. Auflage.  Müller, David: Betriebswirtschaftslehre für Ingenieure, Springer/Gabler-Verlag, München, akt. Auflage.</p> <p>Zu 2) VWL – Märkte und Marktergebnisse  Studienbriefe</p> <p>Zu 3) Vertragsverhandlung und Mediation  Heussen, Benno (Hrsg.): Handbuch Vertragsverhandlung und Vertragsmanagement, aktuelle Aufl. Köln; Haft, Fritjof: Verhandlung und Mediation. Die Alternative zum Rechtsstreit, aktuelle Aufl. München/Tübingen; Fisher/Ury/Patton: Das Havard Konzept, aktuelle Aufl. Frankfurt/New York.</p>

## **Modulbeschreibung**

### **„Personalwirtschaft“**

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

Modul-Nr./Code	<b>M2</b>
Modulbezeichnung	<b>Personalwirtschaft</b>
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>LV 2.1 Arbeitsrecht für Führungskräfte</b> <b>LV 2.2 Personalentwicklung</b> <b>LV 2.3 Betriebliches Gesundheitsmanagement</b>
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Veranstaltung zum Arbeitsrecht beinhaltet vorrangig das Individualarbeitsrecht sowie das bei Arbeitsstreitigkeiten praxisrelevante Recht der Arbeitsgerichtsbarkeit. Der inhaltliche Schwerpunkt liegt dabei auf der Bearbeitung typischer praxisrelevanter Fallgestaltungen.</li> <li>• Im Mittelpunkt der Veranstaltung „Personalentwicklung“ steht das Prozessmodell der Personalentwicklung. Ausgehend von den Zielen und Adressaten der Personalentwicklung werden den Studierenden Methoden zur Ermittlung des Personalentwicklungsbedarfs vermittelt. Basierend auf dieser Bedarfsermittlung erhalten die Studierenden einen Überblick über Personalentwicklungsmaßnahmen. Weitere Inhalte der Lehrveranstaltung sind ausgewählte Aspekte zum Thema Bildung und Förderung. Die besondere Verantwortung der Führungskräfte für die Personalentwicklung nimmt einen hohen Stellenwert ein, wodurch diese einen separaten Themenbereich der Veranstaltung umfasst. Hierbei wird auf die spezifischen Merkmale der KMU besonders eingegangen. Das Kennenlernen ausgewählter Fallbeispiele, befähigt die Studierenden, die erworbenen Kenntnisse praxisorientiert anzuwenden. Abschließend werden arbeitsrechtliche Aspekte hinsichtlich der Personalentwicklung vermittelt.</li> <li>• Die Lehrveranstaltung „Betrieblichen Gesundheitsmanagement“ bildet eine auf Nachhaltigkeit und Ganzheitlichkeit ausgerichtete Strategie zur Organisations- und Personalentwicklung ab, welche in die Gesundheit der Mitarbeiter als zentralen Wert investiert. Vor dem Hintergrund dieses Verständnisses werden in der Lehrveranstaltung Konzepte vermittelt, welche darauf ausgerichtet sind, Arbeitsbedingungen gesundheitsgerecht zu gestalten (Setting-Ansatz) und Mitarbeiter zum gesundheitsfördernden Verhalten zu befähigen (individueller Ansatz). Ausgehend vom konzeptionellen, fachlich-theoretischen und rechtlichen Rahmen des BGM werden die Studierenden befähigt, die Instrumente des BGM</li> </ul>

	<p>prozess- und strukturbezogen im Unternehmen zu implementieren sowie Bestimmungsgrößen und Evaluationsparameter zur Maßnahmenjustierung und Erfolgsbewertung zu definieren.</p>
<p>Lernergebnisse des Moduls</p>	<p>Die Stoffvermittlung im Modul „Personalwirtschaft“ hat folgende Zielsetzungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausgehend von den bereits vorhandenen Kenntnissen über Ziele und Adressaten der Personalentwicklung, werden in der Veranstaltung „Personalentwicklung“ deren Inhalte und Methoden umfänglich vermittelt und Besonderheiten im Hinblick auf die Unternehmensgröße und damit verbundene Grenzen vor allem bei KMU speziell dargestellt.</li> <li>• Die Studierenden kennen das Prozessmodell der Personalentwicklung und werden in die Lage versetzt, die einzelnen Schritte detailliert zu beschreiben und auf die Erfordernisse eines Unternehmens anwenden zu können, wobei auf die Spezifika der KMU gesondert eingegangen wird. Sie erlernen, wie Personalentwicklungsmaßnahmen gestaltet und deren Erfolge kontrolliert werden können. Die Studierenden gewinnen vertiefende Einblicke und entwickeln ein kritisches Verständnis für die besondere Verantwortung der Führungskräfte für die Personalentwicklung.</li> <li>• Es wird ihnen ein fundierter Überblick über ausgewählte Aspekte der Bildung und der Förderung vermittelt und sie können das theoretische Wissen auf ihr jeweiliges Unternehmen praktisch übertragen. Darüber hinaus werden die Studierenden mit dem neuesten Stand des Wissens arbeitsrechtlich relevanter Aspekte zur Personalentwicklung vertraut gemacht.</li> <li>• Im Fach „Arbeitsrecht für Führungskräfte“ kennen die Studierenden die wichtigsten praxisrelevanten Probleme des Arbeits- und Arbeitsverfahrensrechts.</li> <li>• Sie sind nach einer selbstständigen Erarbeitung der Materie anhand von Studienbriefen und unterstützt durch Präsenzphasen mit typischer Fallgestaltungen, in der Lage, aufgrund ihrer methodischen Sach- und Rechtskompetenz mit praktischen Konstellationen umzugehen und praxisgerechte Lösungen zu finden.</li> <li>• Weiterhin besteht für die Studierenden die Möglichkeit der Kommunikation mit den Lehrenden, während der Phase des Selbststudiums, aber auch während der Präsenzphasen, um so das individuelle Verständnis der Materie durch den Studierenden begleiten und nachhaltig fördern zu können.</li> <li>• Die Veranstaltung „Betriebliches Gesundheitsmanagement“ befähigt die Studierenden, theoretisch fundierte und praxisrelevante Umsetzungskonzepte auf den eigenen Tätigkeits- und Verantwortungsbereich zu übertragen.</li> <li>• Ausgehend von gesundheitswissenschaftlichen, betriebswirtschaftlichen und rechtlichen Grundlagen werden unterschiedliche Strategien und Instrumente des betrieblichen</li> </ul>

	<p>Gesundheitsmanagements (BGM) vermittelt und mit Blick auf den praktischen Nutzwert reflektiert.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden werden befähigt, Umsetzungs- und Gestaltungsprozesse sowie die Wirkungsweise von BGM-Konzepten zu reflektieren, um grundlegende Voraussetzungen für die Praxisanwendung der erlernten Grundlagen zu schaffen.</li> <li>• Die Studierenden erlernen wichtige Instrumente des BGM, insbesondere der Gesundheitsförderung und deren unternehmens- bzw. zielgruppenbezogene Anwendung, auf der Grundlage der Zielsetzungen der rechtlichen Rahmenbedingungen.</li> <li>• Anhand ausgewählter Evaluations- und Steuerungsinstrumente werden die Studierenden befähigt, den Umsetzungserfolg des BGM zu bewerten.</li> </ul>
Studiensemester (ggf. Trimester)	1. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Wintersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	9 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzstudium: 13,5 h Selbststudium: 256,5 h Gesamtworkload: 270,0 h
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul im General Management MBA
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p><b>Formal:</b> abgeschlossenes Hochschulstudium im technikorientierten Bereich</p> <p><b>Inhaltlich:</b> Grundlegende Praxiserfahrungen, jedoch nicht Voraussetzung</p>
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Hans-Jürgen Görg
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Hans-Jürgen Görg Prof. Dr. Heike Kraußlach
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, 180 Minuten
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	9/90
Lehr- und Lernmethoden des Mo-	Kombination aus Selbststudiumsanteilen und Präsenzveran-

duls	<p>staltungen. In der Präsenzphase: Besprechung von Beispielen, Fällen und Übungen, Bearbeitung von Fallbeispielen.</p>
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
<p>Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<p>Backerra, Hendrick u.a.: Kreativitätstechniken, Carl Hanser Verlag: München, aktuelle Auflage          Becker, M.: Personalentwicklung, aktuelle Auflage, Stuttgart          Mudra, P.: Personalentwicklung, München, aktuelle Auflage          Rohrschneider, U./Lorenz, M.: Der Personalentwickler, Wiesbaden, aktuelle Auflage          Speck, P.: Employability – Herausforderungen für die strategische Personalentwicklung, Wiesbaden, aktuelle Auflage          Watzka, K.: Personalmanagement für Führungskräfte, Wiesbaden, aktuelle Auflage          Berthel, J.: Personal-Management, aktuelle Auflage, Stuttgart          Hoyer, K: Internationales Personalmanagement, Wiesbaden, aktuelle Auflage          Scholz, Chr.: Grundzüge des Personalmanagements, aktuelle Auflage, München          Stock-Homburg, R.: Personalmanagement, aktuelle Auflage, Wiesbaden          Weber, W. et al.: Internationales Personalmanagement, aktuelle Auflage, Wiesbaden          Junker, Abbo: Grundkurs Arbeitsrecht, aktuelle Auflage, Beck Verlag          Pallasch, Arbeitsrecht, aktuelle Auflage, Vahlen Verlag          Otto/Schwarze: Arbeitsrecht, aktuelle Aufl., De Gruyter Verlag          Weiterführende Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.</p> <p><b>Betriebliches Gesundheitsmanagement</b></p> <p><u>Pflichtliteratur:</u></p> <p>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 2018, aktuelle Auflage          Rudow, B.: Die gesunde Arbeit – Arbeitsgestaltung, Arbeitsorganisation und Personalführung, neueste Auflage, München: Oldenbourg          Uhle, T./Treier, M.: Betriebliches Gesundheitsmanagement. Gesundheitsförderung in der Arbeitswelt - Mitarbeiter einbin-</p>

	den, Prozesse gestalten, Erfolge messen, neueste Aufl., Berlin: Springer
--	--

## **Modulbeschreibung**

### **„Kreativitäts- und Gründungsmanagement“**

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

Modul-Nr./Code	<b>M3</b>
Modulbezeichnung	<b>Kreativitäts- und Gründungsmanagement</b>
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>LV 3.1 Kreativität und Unternehmertum</b> <b>LV 3.2 Unternehmensgründung</b>
Inhalte des Moduls	<p>Das Modul Kreativitäts- und Gründungsmanagement verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz, indem es betriebswirtschaftliche Funktionalbereiche integriert und mit Elementen aus dem Kreativitäts- und Innovationsmanagement verbindet. Zugleich wird die volkswirtschaftliche Bedeutung von Gründungen und Unternehmern adressiert.</p> <p>Die Veranstaltung LV 3.1 besteht inhaltlich aus vier Schwerpunkten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Der erste Schwerpunkt beschäftigt sich mit dem Thema Kreativität und erörtert dessen Bedeutung im unternehmerischen Prozess. Hierbei wird kreatives Denken als Grundvoraussetzung für unternehmerisches Denken und Handeln dargelegt und mit zahlreichen Beispielen verdeutlicht.</li> <li>• Der zweite Schwerpunkt erörtert den idealtypischen Ablauf von Problemlöseprozessen. Hierbei wird insbesondere auf die Phase der Informationssammlung eingegangen. Es werden Möglichkeiten der Informationsrecherche aufgezeigt und Quellen neuer Produktideen erörtert.</li> <li>• Der dritte Schwerpunkt beschäftigt sich mit Methoden der Ideenfindung, insbesondere Kreativitätstechniken. Dabei werden zunächst das Problem der Kreativitätsblockaden umrissen und Wirkungstechniken von Kreativitätstechniken aufgezeigt. Als konkrete Möglichkeiten zur Entwicklung neuer Produktideen werden folgende Kreativitätstechniken erörtert: Brainstorming, Brainwriting, Morphologischer Kasten, Synektik und Osborn Checkliste.</li> <li>• Der abschließende vierte Schwerpunkt widmet sich dem Thema Bewertung von Ideen. Dabei werden ganzheitliche, dialektische und analytische Bewertungsverfahren vorgestellt und deren Einsatz erörtert. Die Veranstaltung schließt mit einem Ausblick auf Wirtschaftlichkeitsrechnungen ab.</li> </ul> <p>Die Veranstaltung LV 3.2 besteht inhaltlich ebenfalls aus vier Schwerpunkten:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der erste Schwerpunkt adressiert die volkswirtschaftliche Bedeutung von Unternehmensgründungen, den Unternehmerbegriff, Unternehmereigenschaften sowie Gründungsformen und -ziele.</li> <li>• Der zweite Schwerpunkt befasst sich mit den Grundelementen und der Abbildung von Geschäftsmodellen und fokussiert dabei insbesondere auf das Business Model Canvas und die Strukturierung eines Businessplans.</li> <li>• Der dritte Schwerpunkt behandelt im Detail die Bereiche Markt- und Wettbewerbsanalyse, Marketing und Markteintritt, Geschäftsorganisation, Personal, Standort und Rechtsformen.</li> <li>• Der abschließende vierte Teil erörtert die Teilbereiche der Gründungs- und Wachstumsfinanzierung und ihre Umsetzung in einem Businessplan.</li> </ul>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls sind die Teilnehmer in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Begriffe Kreativität, Unternehmer und Unternehmertum erklären und den Bezug zueinander zu erörtern,</li> <li>• die Bedeutung und Charakteristika von Gründungen und Unternehmern zu verstehen,</li> <li>• die Begriffe Produktidee und Geschäftsidee voneinander abzugrenzen und zu erörtern,</li> <li>• den unternehmerischen Prozess als das Erkennen, das Bewerten und das Nutzen von Gelegenheiten (Opportunities) zu erklären,</li> <li>• die Bedeutung von Informationen bei der Entwicklung von Problemlösungen/Produktideen einzuschätzen,</li> <li>• Marktpotenziale, Kundennutzen und Wettbewerbsvorteile zu analysieren und zu beurteilen,</li> <li>• erforderliche Informationen zur Gewinnung und Bewertung von Problemlösungen/Produktideen in geeigneten Datenbanken und Publikationen selbstständig zu recherchieren,</li> <li>• Marktpotenziale, Kundennutzen und Wettbewerbsvorteile zu analysieren und zu beurteilen,</li> <li>• die Bedeutung von Kreativitätstechniken einzuschätzen und mit verschiedenen Kreativitätstechniken zur Entwicklung neuer Problemlösungen/Produktideen umzugehen,</li> <li>• Methoden und Techniken zur Bewertung von Problemlösungen/Produktideen zu erörtern und zielgerichtet einzusetzen,</li> <li>• die Bedeutung des Business Model Canvas und des Businessplanes als Instrument zur Visualisierung von Produktideen einzuschätzen,</li> <li>• gründungsrelevantes Wissen insbesondere aus den Bereichen Marketing, Finanzierung und Organisation im Kontext eines Businessplans anzuwenden,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• verschiedene Finanzierungsquellen und -formen für Unternehmensgründungen zu vergleichen und zu bewerten,</li> <li>• einen tragfähigen Businessplan zu konzipieren und zu erstellen,</li> <li>• eine Unternehmensgründung zu planen und durchzuführen,</li> <li>• die Determinanten einer tragfähigen Businessplanung einzuschätzen und zu bewerten.</li> </ul>
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	Präsenzstudium: 9,0 h Selbststudium: 171,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul im General Management MBA
Voraussetzungen für die Teilnahme	<b>Formal:</b> abgeschlossenes Studium <b>Inhaltlich:</b> keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Heiko Haase
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Dr. Arndt Lautenschläger Prof. Dr. Heiko Haase
Lehrsprache	deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	LV 3.1: Teilnahme LV 3.2: Erstellung eines Businessplans
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6/90
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Kombination aus Selbststudiumsanteilen und Präsenzveranstaltungen. In der Präsenzphase erfolgt die Besprechung und Veranschaulichung von Sachverhalten mit praktischen Übungen und Beispielen um Kreativität und unternehmerisches Handeln zu trainieren. Das Selbststudium dient der Vor- und Nachbereitung bzw. der Reflexion der Präsenzveranstaltung.
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	

<p>Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<p>Basis des Moduls sind Studienbriefe bzw. Vorlesungsskripte. Diese werden ergänzt durch die nachstehende Vertiefungs- und Ergänzungsliteratur:</p> <p>Backerra, Hendrick u.a.: Kreativitätstechniken, Carl Hanser Verlag: München, aktuelle Auflage</p> <p>Baron, Gabriele: Ideen finden, Financial Times: München, aktuelle Auflage</p> <p>Delp, Andrea Claudia: Produkt- und Geschäftsideen entwickeln, bewerten und vermarkten, Books on Demand: Nordstedt, aktuelle Auflage</p> <p>Linneweh, Klaus: Kreatives Denken, Gitzel: Rheinzabern, aktuelle Auflage</p> <p>Schlicksupp, Helmut: Ideenfindung, Vogel Verlag: Würzburg, aktuelle Auflage</p> <p>Simon, Walter: Lust aufs Neue, Gabal: Offenbach, aktuelle Auflage</p> <p>Klandt, H.: Gründungsmanagement, aktuelle Aufl., Oldenbourg: München</p> <p>Oehrich, M.: Betriebswirtschaftslehre - Eine Einführung am Businessplan-Prozess, aktuelle Aufl., Vahlen: München</p> <p>Grichnik, D.; Brettel, M.; Koropp, C.; Mauer, R.: Entrepreneurship, aktuelle Aufl., Schäffer-Poeschel Verlag: Stuttgart</p> <p>Kußmaul, H.: Betriebswirtschaftslehre für Existenzgründer, aktuelle Auflage, De Gruyter Oldenbourg: München</p>
---	---

## Modulbeschreibung

### „Unternehmenssteuerung“

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

Modul-Nr./Code	<b>M4</b>
Modulbezeichnung	<b>Unternehmenssteuerung</b>
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>LV 4.1 Controlling und Informationsmanagement</b> <b>LV 4.2 Unternehmensführung</b>
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Modul „Unternehmenssteuerung“ besteht aus zwei Veranstaltungen. Die erste Veranstaltung heißt „Controlling“ und behandelt die Grundzüge des Controllings im Allgemeinen und gibt einen Überblick über ausgewählte Instrumente des operativen und strategischen Controllings im Besonderen. Der Zuhörer bzw. Leser kann sich ohne Vorwissen mit dem umfangreichen Fachgebiet des Controllings vertraut machen oder aber bestehendes Wissen vertiefen und erweitern; lediglich allgemeine Kenntnisse aus dem Bereich des externen und internen Rechnungswesens werden vorausgesetzt. Im Vordergrund steht das Bemühen, die vielfältigen und oft komplexen Sachverhalte und Zusammenhänge auf einfache und anschauliche Art und Weise darzustellen. Infolgedessen werden keine funktions- oder branchenspezifischen Probleme des Controllings behandelt. Im Vordergrund steht das ganzheitliche Unternehmenscontrolling.</li> <li>• Die zweite Veranstaltung lautet „Unternehmensführung“ und behandelt die Grundzüge der Unternehmensführung. Vorgelegt werden die wichtigsten Führungstheorien, -ansätze und -stile. Der Teilnehmer erhält einen Überblick über die Strategien, mit denen die Führungskräfte den Herausforderungen des Wettbewerbs begegnen. Die enge inhaltliche und methodische Verbindung zwischen Unternehmensführung und Controlling wird durch die Vorstellung der wichtigsten Instrumente und Methoden der operativen und strategischen Unternehmensführung deutlich.</li> </ul>
Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Stoffvermittlung und der didaktische Aufbau im Modul „Unternehmenssteuerung“ haben folgende Zielsetzungen:</li> <li>• Sie können den Begriff „Controlling“ definieren;</li> <li>• Sie können die Controllingelemente Information, Planung, Kontrolle und Steuerung abgrenzen;</li> <li>• Sie können die Aufgaben eines Controllers erläutern und die Anforderungen an einen Controller aufzählen;</li> <li>• Sie können die Eingliederungsalternativen der</li> </ul>

	<p>Controllingabteilung in die Unternehmensorganisation beschreiben und beurteilen;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sie können operatives und strategisches sowie Funktions- und Unternehmenscontrolling beschreiben und abgrenzen;</li> <li>• Sie können die Vorzüge aber auch die Problematik von Kennzahlen beschreiben;</li> <li>• Sie können die Kennzahlen zur Rentabilität, den Shareholder Value und die Varianten der Cashflow-Ermittlung errechnen und interpretieren;</li> <li>• Sie können die beiden strategischen Controllinginstrumente Portfolioanalyse und Balanced Scorecard erläutern und praktisch anwenden;</li> <li>• Sie können die Einsatzbereiche und die Teilsysteme der Plankostenrechnung beschreiben und beurteilen, namentlich starre und flexible Plankostenrechnung;</li> <li>• Sie kennen die Gründe für das Entstehen der Prozesskostenrechnung und erkennen, worin der neue Ansatz der Prozesskostenrechnung liegt;</li> <li>• Sie sind in der Lage, die Schritte bei der Einführung und Durchführung einer Prozesskostenrechnung aufzählen und jeweils beschreiben zu können;</li> <li>• Sie sollten imstande sein, anhand einfacher Beispieldaten eine Prozesskostenkalkulation durchzuführen;</li> <li>• Sie sollten über die Vor- und Nachteile der Prozesskostenrechnung diskutieren können;</li> <li>• Sie können den Begriff „Unternehmensführung“ definieren und von „Controlling“ abgrenzen;</li> <li>• Sie können das funktionspezifisch erworbene Methodenwissen integrieren und in eine gesamtunternehmerische Sichtweise überführen;</li> <li>• Sie kennen die wichtigsten Führungstheorien, -ansätze und -stile;</li> <li>• Sie lernen die Strategien kennen, mit denen die Führungskräfte den Herausforderungen, denen ein Unternehmen ausgesetzt ist, begegnen;</li> <li>• Sie lernen die wichtigsten Instrumente und Methoden der operativen und strategischen Unternehmensführung kennen, die auch in mittelständischen Unternehmen zum Einsatz kommen;</li> <li>• Sie können die Stärken und Schwächen eines Unternehmens bewerten;</li> <li>• Sie können Chancen und Risiken des unternehmerischen Umfeldes abschätzen.</li> </ul>
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	Präsenzstudium: 9,0 h Selbststudium: 81,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul im General Management MBA
Voraussetzungen für die Teilnahme	<b>Formal:</b> Abgeschlossenes Studium
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Michael Mainka
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Michael Mainka
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, 120 Minuten
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6/90
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Kombination aus Selbststudiumsanteilen und Präsenzveranstaltungen. In der Präsenzphase erfolgt die Besprechung von theoretischen Sachverhalten und praktischen Übungen.
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Basis der Veranstaltung sind zwei Studienbriefreihen. Diese werden ergänzt durch Vertiefungs- und Ergänzungsliteratur sowie Foliensammlungen.  <u>Lehrmaterialien:</u> Für das Modul „Unternehmenssteuerung“ sind zwei speziell auf die Veranstaltungsinhalte zugeschnittene Studienbriefreihen vorhanden. Zudem besteht die Möglichkeit für beide Veranstaltungen Arbeitsunterlagen auf Basis von MS PowerPoint von den Fachbereichsseiten BW kostenlos herunterzuladen.

## **Modulbeschreibung**

### **„Marktorientierte Unternehmensführung“**

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

Modul-Nr./Code	<b>M 5</b>
Modulbezeichnung	<b>Marktorientierte Unternehmensführung</b>
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>Marketinginstrumente</b> <b>Internationales Marketing</b>
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden lernen Trends im Marketing zunächst kennen und reflektieren sowie diskutieren über deren Bedeutung in funktionalen Bereichen des Marketings bzw. den Haupt-sektoren der Wirtschaft (Industrie, Dienstleistung, Handel).</li> <li>• Sie sind vertraut mit modernen Marktforschungsmethoden (z. B. Online-Marktforschung, Panelforschung, Lead User Research).</li> <li>• Sie wissen wie eine Positionierung vorgenommen werden kann und können gängige Positionierungsmodelle anwenden, um relevante Marktentscheidungen hinsichtlich der Marketingstrategien zu treffen.</li> <li>• Die Studierenden kennen das Spektrum der Produktgestaltungsmöglichkeiten.</li> <li>• Für die Themen Innovationsmanagement und Sustainable Product Development entwickeln sie ein tiefes Verständnis.</li> <li>• Die Studierenden können die wachsende Bedeutung von Open Innovation, Sustainable Products und Mass Customization abschätzen.</li> <li>• Sie kennen zudem die Bedeutung von Lead Usern und wissen, wie diese generiert werden können.</li> </ul>

- 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.
- 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 strukturierten internationalen Preispolitik und können wesentliche Entscheidungen der internationalen Vertriebspolitik analysieren.
- Sie sind in der Lage, auf Basis wesentlicher Vor- und Nachteile einzelner vertrieblicher Optionen eine begründete Ent-

	scheidung 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	Präsenzstudium: 9,0 h Selbststudium: 171,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul im Studiengang General Management MA
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Jan-Frederik Engelhardt
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Jan-Frederik Engelhardt Prof. Dr. Alexander Magerhans
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Fallstudie
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6 von 90
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktive Seminarführung
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Arbeitsunterlagen mit Präsentationsfolien und Zusatzinformationen sowie Übungsaufgaben in Moodle
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Altobelli, C.F.: Marktforschung – Methoden – Anwendungen – Praxisbeispiele, akt. Auflage, Stuttgart, UTB Binkebanck, L./Belz, C.: Internationaler Vertrieb, Wiesbaden, Springer-Gabler, aktuelle Auflage Burmam, C./Halaszovich, T./Schade, M./Klein, K./Rieber, R.: Identitätsbasierte Markenführung, akt. Auflage, Wiesbaden, Springer-Gabler Gansser, O./Krol, B.: Moderne Methoden der Marktforschung – Kunden besser verstehen, Wiesbaden, Springer-Gabler, aktuelle Auflage Hofbauer, G./Sangl, A.: Professionelles Produktmanagement,

	<p>akt. Auflage, Erlangen, Publicis</p> <p>Hollensen, S.: Global Marketing, akt. Auflage, Harlow/New York, Pearson, aktuelle Auflage</p> <p>Homburg, C.: Sales Excellence, akt. Auflage, Wiesbaden, Springer-Gabler, aktuelle Auflage</p> <p>Magerhans, A.: Marktforschung – Eine praxisorientierte Einführung, Wiesbaden, Springer-Gabler, aktuelle Auflage</p> <p>Scharf, A./Schubert, B./Hehn, P.: Marketing – Einführung in Theorie und Praxis, akt. Auflage, Stuttgart, Schäffer-Pöschel</p>
--	---

## Modulbeschreibung

### „Management von Informationsprozessen“

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

Modul-Nr./Code	<b>M6</b>
Modulbezeichnung	<b>Management von Informationsprozessen</b>
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>LV 6.1 Projektmanagement</b> <b>LV 6.2 Qualitätsmanagement</b>
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das erfolgreiche Agieren wird für Unternehmen zunehmend komplexer, da sie im globalen Wettbewerb miteinander stehen. Produkte und Technologien werden in immer kürzeren Abständen substituiert. Traditionelle Märkte brechen weg, während gleichzeitig neue Anwenderbedürfnisse entstehen.</li> <li>• Das Modul „Management von Informationsprozessen“ besteht aus den zwei Teilmodulen Projektmanagement und Qualitätsmanagement.</li> <li>• Das erste Teilmodul „<b>Projektmanagement</b>“ stellt die Vorgehensweise entsprechend dem „Wasserfallmodell“ in vier Teilschritten dar. Phase 1 „Projektdefinition“ beschreibt die notwendigen Grundlagen von Projekten, wie bspw. den Projektantrag, den Wirtschaftlichkeitsnachweis, die Projektaufbau- und die Prozessorganisation, die Dokumentation und das Berichtswesen. In der Phase 2 „Projektplanung“ werden die Strukturpläne, die Aufwandschätzung, die Arbeits- und Terminplanung, die Einsatzmittel- und Kostenplanung sowie das Risikomanagement vorgestellt. Die Phase 3 „Projektumsetzung“ thematisiert die Termin-, die Sachfortschritts- sowie die Aufwands- und Kostenkontrolle. Im „Projektabschluss“ (Phase 4) werden die Produktabnahme, die Projektabschluss-Analyse, die Erfahrungssicherung sowie die Projektauflösung vorgestellt.</li> <li>• Zur Bewältigung der genannten Herausforderungen werden in zahlreichen Unternehmen Projekte durchgeführt. Projektmanagement versteht sich hierbei als ein ganzheitliches Konzept zur Organisation und Prozessbegleitung von komplexen, zeit- und kostenkritischen Aufgabenstellungen. Die Methodik führt zu einer stärker systematisch gestalteten Arbeitsweise und zur Stärkung der sozialen und kommunikativen Kompetenzen der beteiligten Beschäftigten. Auf diese Weise wird in nahezu allen Bereichen der Wirtschaft ein optimaler Ressourceneinsatz bei kalkulierbarem Risiko erreicht.</li> <li>• Die Vorgehensweise und die Methoden des Projektmanagements werden aus der Perspektive eines Projektmanagers dargestellt. Dabei wird das Hauptaugenmerk auf die Rah-</li> </ul>

menbedingungen, die Planung, die Durchführung und den Abschluss von Unternehmensprojekten gelegt.

Grobgliederung:

- 1 Einleitung
  - 2 Projektdefinition
  - 3 Projektplanung
  - 4 Projektumsetzung
  - 5 Projektabschluss
  - 6 Zusammenfassung
  - 7 Persönliches Lessons Learned
- Das zweite Teilmodul „**Qualitätsmanagement**“ legt die Grundlagen zum Verständnis dieses Fachgebietes und vermittelt darauf aufbauend gezielt die Kenntnisse und Methoden des Qualitätsmanagements, die insbesondere in kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) eingesetzt werden können und Projektrealisierungen unterstützt.

Das umfasst Themenstellungen wie die Definition des Qualitätsbegriffs, die Qualitätspolitik, die Aufgaben und die Organisation des Qualitätswesens, die Einführung des Qualitätsmanagements (QM) in KMU, die Entwicklung des QM sowie die Qualitätsanforderungen an Produkte und Dienstleistungen, die Grundlagen des Prozessmanagements und die Qualitätsanforderungen an Unternehmensprozesse. Vertieft werden QM-Systeme nach DIN EN ISO 9000ff. und Integrierte Managementsysteme sowie grundlegende Qualitätstechniken (Q7 und M7) und Total Quality Management.

Inhaltliche Gliederung des Teilmoduls:

1. Grundlagen des Qualitätsmanagements
  - 1.1 Grundlegende Qualitätsbegriffe
  - 1.2 QM-Normen (u.a. ISO 9001) und Regelwerke
  - 1.3 Qualität als Managementaufgabe
  - 1.4 Einführung QM-System
  
2. Übergreifende QM-Ansätze und Qualitätsverbesserung
  - 2.1 Dienstleistungsqualität
  - 2.2 TQM/QM-Organisation
  - 2.3 Kontinuierliche Verbesserung
  - 2.4 Wirtschaftlichkeit und Qualität
  
3. Qualitätsmanagement in Unternehmensprozessen

	<p>4. Methoden und Werkzeuge des Qualitätsmanagements</p> <p>4.1 Q7 – Werkzeuge</p> <p>4.2 M7 - Werkzeuge</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alle zwei Veranstaltungen berücksichtigen bei der Darstellung ihrer Inhalte die Anforderungen mittelständischer Unternehmen. Hinsichtlich der konkreten Inhalte wird auf die detaillierten Vorlesungsbeschreibungen zu den jeweiligen Veranstaltungen verwiesen.</li> </ul>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Stoffvermittlung sowie der didaktische Aufbau im Teilmodul „<b>Projektmanagement</b>“ zielen auf folgende Lernergebnisse:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden sind vertraut mit den wesentlichen Grundbegriffen und Instrumenten des Projektmanagements;</li> <li>• Sie werden befähigt, die erfolgskritischen Rahmenbedingungen zu erkennen und auf dieser Basis den Projektlauf systematisch zu strukturieren;</li> <li>• Sie kennen die Methoden, um Projekte zu planen, zu kontrollieren und zu steuern und können dieses Wissen in der Praxis anwenden;</li> <li>• Sie sind in der Lage, kritische Projektsituationen zu identifizieren und Lösungen selbständig herbeizuführen.</li> </ul> <p>Die Stoffvermittlung und der didaktische Aufbau im Teilmodul „<b>Qualitätsmanagement</b>“ begründen folgende Lernergebnisse:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden erkennen, dass das Qualitätsmanagement ein ganzheitlicher Führungsprozess ist, welcher sich neben der Qualitätssicherung insbesondere auf eine ganzheitliche Qualitätsentwicklung ausrichtet. Im Zentrum stehen dabei das international anerkannte EFQM Modell für Excellence und die DIN EN ISO 9000er Normenreihe.</li> <li>• Die Studierenden kennen die grundlegenden Zusammenhänge des betrieblichen Qualitätswesens und können diese beschreiben und deren Bedeutung für KMU einordnen.</li> <li>• Die Studierenden können die zentralen Charakteristika der wichtigsten Qualitätsmanagementmodelle erklären und ihre Relevanz für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) einordnen und bewerten.</li> <li>• Die Studierenden lernen die Bedeutung der Qualitätspolitik und der abgeleiteten Qualitätsziele kennen und können diese selbst erstellen und für den Einsatz in KMU anpassen.</li> <li>• Sie kennen und verstehen die enge Verknüpfung von ganzheitlichem Qualitäts- und Risikomanagement;</li> <li>• sie kennen die grundlegenden Qualitätstechniken (7 Q-Werkzeuge), können diese hinsichtlich ihrer betrieblichen Anwendung beurteilen und in ihrer Relevanz für KMU bewerten.</li> <li>• Sie kennen und beherrschen die anforderungsgerechte Anwendung ausgewählter QM-Methoden (z.B. Fehlermöglichkeits- und -einflussanalyse, Ishikawa-Analyse) insbesondere</li> </ul>

	<p>re für kleine und mittelständische Unternehmen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sie können die Vor- und Nachteile der vorgestellten QM-Werkzeuge und –Methoden benennen und für den Einsatz in der betrieblichen Praxis von KMU bewerten.</li> </ul>
Studiensemester (ggf. Trimester)	2. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Wintersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzstudium: 9,0 h Selbststudium: 171,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul im General Management MBA
Voraussetzungen für die Teilnahme	<b>Formal:</b> Bachelorabschluss <b>Inhaltlich:</b> Kenntnisse im Bereich der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Burkhard Schmager
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Jürgen R. Manns Prof. Dr. Burkhard Schmager
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur mit 2 Teilen, 120 Minuten
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6/90
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Eigenständige Vorbereitung der Präsenzveranstaltung sowie Darstellungen, Beispiele und Aufgaben während der Präsenzveranstaltung (LV 1.1); Selbststudium und Lehrgespräch zur Veranschaulichung in der Präsenzphase (LV 1.2).
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Für das Modul „Management von Informationsprozessen“ sind ausgewählte speziell auf die Modulinhalte zugeschnittene Studienbriefe bzw. Fachunterlagen vorhanden. Zudem besteht die Möglichkeit, eine Arbeitsunterlage auf Basis von MS PowerPoint mit Übungen und Kontrollfragen von den Internetseiten des Fachbereiches Betriebswirtschaft der Ernst-Abbe-

	<p>Hochschule Jena kostenlos herunterzuladen.</p> <p><u>Basisliteratur:</u> Studienbrief / Lehrbuch: Prof. Dr. Jürgen R. Manns, Projektmanagement</p> <p><u>Vertiefungsliteratur:</u> Burghardt, Manfred: Projektmanagement: Leitfaden für die Planung, Überwachung und Steuerung von Projekten, neueste Auflage, Publics Publishing, Erlangen</p> <p>Bea, Franz Xaver/Scheurer, Steffen/Hesselmann, Sabine: Projektmanagement, neueste Auflage, UTB Verlag, Stuttgart</p> <p><u>Ergänzungsliteratur:</u> Hab, Gerhard/Wagner, Reinhard: Projektmanagement in der Automobilindustrie, Effizientes Management von Fahrzeugprojekten entlang der Wertschöpfungskette, neueste Auflage, Springer/Gabler, Wiesbaden</p> <p>Madauss, Bernd J.: Projektmanagement: Theorie und Praxis aus einer Hand, neueste Auflage, Springer/Vieweg Verlag, Berlin</p> <p>Olfert, Klaus: Kompakt-Training Projektmanagement, neueste Auflage, NWB Verlag, Herne/Berlin</p> <p>Schwarze, Jochen: Projektmanagement mit Netzplantechnik, neueste Auflage, NWB Verlag, Herne/Berlin</p> <p><u>Basisliteratur:</u> Als Grundlagenwerk für das Teilmodul Qualitätsmanagement wird folgendes Lehrbuch eingesetzt: Benes/Groh: Qualitätsmanagement – Grundlagen und Methoden, aktuelle Aufl., Hanser Verlag</p> <p><u>Ergänzungsliteratur:</u> Holger Brüggemann, Peik Bremer: Grundlagen Qualitätsmanagement; aktuelle Aufl.; Springer Fachmedien Verlag; Wiesbaden Chris Hakes: The EFQM Excellence Model for Assessing Organizational Performance. Best Practice, neueste Auflage; DIN ISO 9000 Normenreihe: Qualitätsmanagement- und Qualitätssicherungsnormen – Allgemeiner Leitfaden zur Anwendung von ISO 9001:2015; Linß, Gerhard: Qualitätsmanagement für Ingenieure, aktuelle Aufl. Fachbuchverlag Leipzig Philipp-Alexander Paul: Qualitätsmanagement in kleinen Organisationen, Igel Verlag, aktuelle Auflage Tilo Pfeifer/Robert Schmitt/Walter Masing: Handbuch Qualitätsmanagement; aktuelle Auflage Gerald Winz: Qualitätsmanagement für Wirtschaftsingenieure; Carl Hanser Verlag, aktuelle Auflage</p> <p>Weiterführende Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben und kann dem aktuellen Studienbrief entnommen werden.</p>
--	--

## Modulbeschreibung „Digitale Geschäftsmodelle“

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

Modul-Nr./Code	<b>M7</b>
Modulbezeichnung	<b>Digitale Geschäftsmodelle</b>
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>LV 7.1 Technologien des Internets</b> <b>LV 7.2 Ökonomie digitaler Märkte</b> <b>LV 7.3 Fallstudien zum E-Commerce</b>
Inhalte des Moduls	<p>Technologien des Internets</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Basistechnologien des Internets</li> <li>• Anwendungsdienste im Internet (HTTP, DNS, E-Mail)</li> <li>• Webtracking</li> <li>• Webtechnologien</li> <li>• Grundlagen der IT-Sicherheit</li> <li>• Grundlagen der Business Intelligence</li> </ul> <p>Ökonomie digitaler Märkte</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eigenschaften digitaler Güter und Märkte</li> <li>• Netzwerküter</li> <li>• Preissetzungsverfahren in digitalen Märkten</li> <li>• Wettbewerbsstrategien</li> <li>• Erlösmodelle digitaler Güter</li> </ul> <p>Fallstudien zum E-Commerce</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Praktische Bearbeitung von Fallstudien (z.B. Webshop, Content Management System, Data Analytics)</li> </ul>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• können die Studierenden die Funktionsweisen von Computernetzwerken, insbesondere die Datenübertragung im Internet erläutern,</li> <li>• sind Studierende befähigt, grundlegende Gefahren der IT-Sicherheit zu skizzieren,</li> <li>• sind Studierende in der Lage, betriebswirtschaftliche Fragestellungen mit grundlegenden Methoden der Business Intelligence zu diskutieren.</li> </ul> <p>Ferner können Studierende ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die verschiedenen Schichten der Datenübertragung im In-</li> </ul>

	<p>ternet und deren Funktionen beschreiben,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Funktionsweise von Cookies erläutern,</li> <li>• das Konzept von Webdokumenten wiedergeben,</li> <li>• anhand gegebener Marktsituationen geeignete Preisstrategien berechnen,</li> <li>• die Auswirkungen der Digitalisierung im Hinblick auf die Wettbewerbssituation kritisch beurteilen,</li> <li>• Online-Auktionen klassifizieren,</li> <li>• Risiken im Umgang mit Online-Auktionen bestimmen,</li> <li>• Eigenschaften und Besonderheiten von Netzwerkusername und Netzwerkeffekten zusammenfassen,</li> <li>• auf Basis der Analyse von Netzwerkeffekten Markteinführungsstrategien und Wettbewerbsstrategien evaluieren,</li> <li>• Fallstudien kritisch analysieren,</li> <li>• anhand moderner Werkzeuge Lösungsstrategien implementieren.</li> </ul>
Studiensemester (ggf. Trimester)	2. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Sommersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	9 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzstudium: 13,5 h Selbststudium: 256,5 h Gesamtworkload: 270,0 h
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul im General Management MBA
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Wöhner
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Marek Opuszko Prof. Dr. Thomas Wöhner
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mündlich/Fallstudie
Gewichtung der Note in der Ge-	9/90

samtnote	
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vertonte Präsentationen und Lehrvideos</li> <li>• computergestützte Übungsaufgaben</li> <li>• Fallstudienarbeit</li> <li>• Praktisches Arbeiten mit Softwaretools</li> </ul>
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Mülder, Wilhelm, Wirthz, Klaus-Werner: E-Business, Stuttgart, aktuelle Auflage</p> <p>Kollmann, Tobias: E-Business, Wiesbaden, aktuelle Auflage</p> <p>Peters, R., Internet-Ökonomie. Springer-Verlag, aktuelle Auflage</p> <p>Choi, S. Y., Stahl, D. O., &amp; Whinston, A. B., The economics of electronic commerce. Indianapolis, IN: Macmillan Technical Publishing, aktuelle Auflage</p> <p>Tirole, J., Industrial organization, aktuelle Auflage.</p> <p>Laudon, K. C.; Laudon, J.P.; Schoder, D.: Wirtschaftsinformatik. Eine Einführung, Pearson Studium, aktuelle Auflage</p> <p>Witten, Ian H., et al. "Practical machine learning tools and techniques." Morgan Kaufmann, aktuelle Auflage.</p> <p>Bruce, Peter, Andrew Bruce, and Peter Gedeck. Practical statistics for data scientists: 50+ essential concepts using R and Python. O'Reilly Media, aktuelle Auflage</p> <p>Fields, Andy, Jeremy Miles, and Z. Fields. Discovering statistics using R., aktuelle Auflage</p> <p>Tanenbaum, A. S., &amp; Wetherall, D. Computernetzwerke. aktuelle Auflage, it-informatik</p> <p>Eckert, C. IT-Sicherheit: Konzepte-Verfahren-Protokolle. Walter de Gruyter, aktuelle Auflage.</p> <p>Schneier, B. Applied cryptography: protocols, algorithms, and source code in C. John Wiley &amp; Sons, aktuelle Auflage.</p>

## **Modulbeschreibung**

### **„Wirtschaftsrecht“**

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

Modul-Nr./Code	<b>M8</b>
Modulbezeichnung	<b>Wirtschaftsrecht</b>
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>LV 8.1 Wirtschaftsrecht für Führungskräfte</b> <b>LV 8.2 Gewerblicher Rechtsschutz</b>
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Modul beschäftigt sich, überwiegend anhand praktischer Fälle, insbesondere mit speziellen Themen aus dem Bereich des Vertrags- und des Schadensersatzrechts, dem Handels- und Gesellschaftsrecht sowie aus dem Bereich des gewerblichen Rechtsschutzes.</li> <li>• Weiterhin geht es inhaltlich um die Erarbeitung von Verträgen aus Sicht von Führungskräften, wobei ein besonderes Gewicht auf die Lizenzverträge gelegt wird.</li> </ul>
Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden können sich, auch ohne spezielle Vorkenntnisse, den Stoff anhand von Studienbriefen und ausgewählter Literatur sowie aktuellen Fachaufsätzen und Fachpublikationen selbstständig erarbeiten.</li> <li>• Sie verfügen über fundierte Kenntnisse praxisrelevanter Probleme des Wirtschaftsrechts und des gewerblichen Rechtsschutzes, wie es gerade in Führungspositionen der Wirtschaft benötigt wird.</li> <li>• Die Studierenden können aufgrund ihrer methodischen Sach- und Rechtskompetenz mit typischen Fallgestaltungen aus der unternehmerischen Praxis umgehen und sind in der Lage, praxisgerechte Lösungen zu finden.</li> </ul>
Studiensemester (ggf. Trimester)	2. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Sommersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzstudium:           9,0 h Selbststudium:           171,0 h Gesamtworkload:       180,0 h

Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul im General Management MBA
Voraussetzungen für die Teilnahme	<b>Formal:</b> Abgeschlossenes Studium <b>Inhaltlich:</b> Wünschenswert wären Grundkenntnisse des Bürgerlichen Rechts, sie sind jedoch nicht Bedingung für das Verständnis der Materie
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Hans-Jürgen Görg
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Hans-Jürgen Görg Prof. Dr. Michael Saller
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, 120 Minuten
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6/90
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Besprechung von Fällen, Übungen und Bearbeitung von Verträgen.
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Steckler/Pepels: Handbuch für Rechtsfragen im Unternehmen, Band I u. II, Verlag Neue Wirtschafts-Briefe, Herne/Berlin, aktuelle Auflage sowie aktuelle Fachaufsätze und -publikationen zu den Veranstaltungsthemen; Götting, Hans-Peter: Gewerblicher Rechtsschutz, München, aktuelle Auflage; Berlit; Markenrecht, aktuelle Auflage.

## **Modulbeschreibung**

### **„Finanzwirtschaft“**

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

Modul-Nr./Code	<b>M9</b>
Modulbezeichnung	<b>Finanzwirtschaft</b>
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>LV 9.1 Unternehmensbewertung</b> <b>LV 9.2 Internationales Finanzmanagement</b>
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es werden die bestehenden Bewertungsansätze dargestellt, interpretiert und angewendet. Ferner wird die Rolle des Fremdkapitals zur Erhöhung des Unternehmenswerts beleuchtet, interpretiert und auf konkrete Fragestellungen angewandt.</li> <li>• Es werden die wesentlichen Gründe für die Internationalisierung von Unternehmungen erläutert. Der Student wird dabei mit den betriebswirtschaftlichen Ansätzen zur Erklärung der Globalisierung vertraut gemacht. Darüber hinaus werden die wesentlichen Typen von Währungsrisiken und deren Hedgingmöglichkeiten dargestellt, diskutiert und an konkreten Beispielen angewandt.</li> </ul>
Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studenten verstehen die wesentlichen Methoden der Unternehmensbewertung. Sie erkennen die Unterschiede im methodischen Ansatz und können jede einzelne Methode auf konkrete Fragestellungen und anwenden.</li> <li>• Die Studenten verstehen den Wert einer Unternehmung abzuleiten, zu bestimmen und die damit verbundenen Annahmen kritisch zu hinterfragen und zu interpretieren.</li> <li>• Die Studenten erkennen die enorme Bedeutung des Fremdkapitals bei der Unternehmensbewertung und sie können die rechnerische und analytische Bedeutung des Fremdkapitals bei den unterschiedlichen Cashflowverfahren anwenden und interpretieren.</li> <li>• Die Studenten erkennen und analysieren, wie die dargestellten Methoden auf die Bewertung von KMU übertragen und angewendet werden können.</li> <li>• Sie verstehen und beurteilen die globalen Treiber, das Ausmaß der Internationalisierung von Unternehmen und deren Motive.</li> <li>• Die Studenten verstehen und beurteilen die wesentlichen Aspekte der Steuerung international operierender Unter-</li> </ul>

	<p>nehmungen aus finanzwirtschaftlicher Sicht.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sie verstehen und beurteilen die zentralen betriebswirtschaftlichen Ansätze zur Internationalisierung und können die Theorieelemente auf unterschiedliche Länder und Unternehmen übertragen.</li> <li>• Die Studenten verstehen die Ursachen von verschiedenen Typen von Währungsrisiken. Sie können an Beispielsunternehmen deren Ausmaß berechnen und interpretieren. Sie verstehen die verschiedenen Hedginginstrumente und analysieren deren Einsatz an konkreten Beispielen. Sie erkennen das Wechselspiel der verschiedenen Risiken und können Vorschläge entwickeln, welche Hedginginstrumente für konkrete Unternehmenssituationen am besten sind.</li> </ul>
Studiensemester (ggf. Trimester)	3. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Wintersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzstudium: 9,0 h Selbststudium: 171,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul im General Management MBA
Voraussetzungen für die Teilnahme	<b>Formal:</b> Abgeschlossenes Studium <b>Inhaltlich:</b> Grundlegende Praxiserfahrungen
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Martin Bösch
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Martin Bösch
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, 120 Minuten
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6/90
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Selbststudium mit Präsenzteil; Fallstudien und Einzelbeispiele.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohle-	Martin Bösch, Finanzwirtschaft, Vahlen Verlag, aktuelle Auflage

ne Literatur)	<p>Damodaran, Aswath: Corporate Finance, Wiley, neueste Aufl.</p> <p>Bösch, Internationales Finanzmanagement, Schäffer-Poeschl Verlag, aktuelle Auflage</p> <p>Weiterführende Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>
---------------	--

## **Modulbeschreibung**

### **„Rechnungslegung und Steuerrecht“**

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

Modul-Nr./Code	<b>M10</b>
Modulbezeichnung	<b>Rechnungslegung und Steuerrecht</b>
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>LV 10.1 Steuerrecht für Führungskräfte</b> <b>LV 10.2 Internationale Rechnungslegung</b> <b>LV 10.3 Konzernrechnungslegung</b>
Inhalte des Moduls	<p>Das Modul „Rechnungslegung und Steuerrecht“ hat im Detail folgende Inhalte:</p> <p>Steuerrecht für Führungskräfte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundzüge des nationalen und internationalen Steuerrechts mit Schwerpunkten im Hinblick auf die Gegebenheiten bei KMU</li> <li>• Wirkungs- und Analysemethoden der betriebswirtschaftlichen Steuerlehre</li> <li>• Betriebswirtschaftliche Entscheidungen unter Berücksichtigung von Steuern</li> <li>• Zweckmäßigkeitüberlegungen bei steuerpolitischen Entscheidungen</li> </ul> <p>Internationale Rechnungslegung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterschiede zwischen nationaler Rechnungslegung und IAS/IFRS</li> <li>• Rechnungslegungsphilosophie der IAS/IFRS</li> <li>• Grundregeln der IAS/IFRS</li> <li>• Einzelnormen der IAS/IFRS, insbesondere im Hinblick auf KMU, hier die Bilanzierung immaterieller Vermögenswerte, von Finanztiteln und mit Einschränkungen von Derivaten, Behandlung von Zeitwerten</li> <li>• Verhältnis von IAS/IFRS-Rechnungslegung zur steuerrechtlichen Gewinnermittlung</li> <li>• Grundzüge der Jahresabschlusspolitik im Rahmen der IAS/IFRS-Rechnungslegung</li> </ul> <p>Konzernrechnungslegung</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzernbegriff und Konzernarten,</li> <li>• Konsolidierungskreis,</li> <li>• Konsolidierungsarten (Voll- und Quotenkonsolidierung,</li> <li>• Equity-Bewertung, kapital, Schulden-Zwischenergebnis- und Erfolgskonsolidierung</li> <li>• Währungsumrechnung, latente Steuern,</li> <li>• Konzernkapitalflussrechnung,</li> <li>• Segmentberichterstattung,</li> <li>• Konzernanhang und Konzernlagebericht.</li> </ul>
Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nach Durchführung des Moduls sollen die Studierenden in der Lage sein, Rechnungslegungsprobleme auf dem Gebiet des internationalen und nationalen Handels- und Steuerrechts von mittlerem bis gehobenem Schwierigkeitsgrad selbständig unter Anwendung der einschlägigen rechtlichen Regelungen zu beurteilen und dies sach- und fachgerecht zu begründen.</li> <li>• Darüber hinaus sollen die Studierenden die Fähigkeit entwickeln, bei unternehmerischen Entscheidungen steuerliche Folgen mit in das Kalkül zu ziehen und umgekehrt. Im Mittelpunkt steht dabei die besondere Situation in kleinen und mittleren Unternehmen. Es geht dabei nicht darum, dass die Studierenden steuerliche Regelungen im Detail beherrschen oder anwenden können, sondern darum einen Überblick über für Führungskräfte relevante steuerliche Sachverhalte zu erlangen, damit diese in der beruflichen Praxis die Situationen erkennen, in denen die Einholung eines steuerlichen Rates notwendig ist. Dies ist gerade in KMU von besonderer Bedeutung, da in diesen Unternehmen eine sehr flache Hierarchie gegeben ist und die Unternehmensleitung sehr schnell entsprechende Entscheidungen zu treffen hat.</li> </ul>
Studiensemester (ggf. Trimester)	3. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Wintersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	9 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzstudium: 13,5 h Selbststudium: 256,5 h Gesamtworkload: 270,0 h
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul im General Management MBA
Voraussetzungen für die Teilnahme	<b>Formal:</b> Abgeschlossenes Studium

	<b>Inhaltlich:</b> Grundkenntnisse in Handels- und Steuerrecht
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Hans Klaus
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Hans Klaus
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, 180 Minuten
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	9/90
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Die Wissensvermittlung erfolgt anhand von Fallstudien. Die Studierenden müssen vom Dozenten vorbereitete Fälle eigenständig lösen und die Lösung begründen und gegen Einwände von Kommilitonen und Dozenten vertreten.
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Steuerrecht für Führungskräfte Studienbriefe  Internationale Rechnungslegung Buchholz, Rainer: International Accounting, ESV, Köln, akt. Auflage  Konzernrechnungslegung Brösel, Gerrit: Grundwissen Konzernrechnungslegung, UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz, akt. Auflage

## Modulbeschreibung

### „Globalisierung und Internationalisierung“

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

Modul-Nr./Code	<b>M11</b>
Modulbezeichnung	<b>Globalisierung und Internationalisierung</b>
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>LV 11.1 Internationales Management</b> <b>LV 11.2 Interkulturelle Wirtschaftskommunikation</b>
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die inhaltliche Breite des Themenfelds „Internationales Management“ erfordert eine stringente Fokussierung der behandelten Aspekte. Das Modul konzentriert sich daher auf die grundlegenden Aspekte des internationalen Managements sowie der interkulturellen Wirtschaftskommunikation. Die theoretischen Grundlagen der Globalisierung und der interkulturellen Kommunikationsfähigkeit werden in diesem Kontext als wichtige Qualifikation betrachtet, über die gerade das international tätige Management verfügen muss.</li> <li>• Die Veranstaltungen „Internationales Management“ und „Interkulturelle Wirtschaftskommunikation“ sowie die Auswahl der Inhalte verbinden den volks- und betriebswirtschaftlichen mit dem sozialwissenschaftlichen bzw. interkulturellen Ansatz und ergänzen sich so. Dies impliziert einerseits eine theoretische Fundierung der Grundlagen der Internationalisierung von Unternehmen (internationaler Handel, Direktinvestitionen usw.). Hinzu tritt andererseits die Öffnung der Managementlehre für Erkenntnisse sozialwissenschaftlicher und interkultureller Disziplinen, z.B. Organisationspsychologie und -soziologie. Nicht die Abgrenzung der Teildisziplinen, sondern das interdisziplinäre Zusammenwirken steht im Vordergrund. Dennoch steht die ökonomische Ausrichtung im Zentrum der Betrachtung.</li> <li>• Die eingefügten komplexen Praxisbeispiele, Anwendungsfälle und Fallstudien in beiden Lehrveranstaltungen verdeutlichen, wie die zunächst theoretisch fundierten Aspekte und Ansätze konkrete Fragen und Probleme des internationalen und interkulturellen Managements analysieren, lösen und umsetzen können.</li> </ul>
Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden können das funktionspezifisch erworbene Managementwissen integrieren und in eine gesamtunternehmerische international ausgerichtete Sichtweise überführen; die besonderen Probleme und Möglichkeiten von KMU in diesem Kontext sind ihnen bewusst;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• sie können die wichtigsten Instrumente und Methoden des Managements im internationalen Kontext erläutern, kritisch reflektieren und anwenden;</li> <li>• sie sind in der Lage, verschiedene Strategien der Internationalisierung auch aus der Perspektive von KMU zu analysieren und können die relevanten Managementtools selbstständig anwenden;</li> <li>• sie überblicken die Probleme des internationalen Handels sowie ausländischer Direktinvestitionen und beherrschen deren theoretische Fundierung;</li> <li>• sie verfügen über Reflexionsfähigkeit in Bezug auf kulturspezifische Aspekte des Denkens, Handelns und Kommunizierens;</li> <li>• sie sind mit spezifischen Verhaltensweisen im Hinblick auf Geschäftskommunikation und -etikette in wichtigen Kulturräumen der Welt vertraut und sind in der Lage diese eigenständig anzuwenden;</li> <li>• sie verfügen über die notwendige interkulturelle Kompetenz, um Geschäfte in den verschiedenen Wirtschaftsregionen erfolgreich abzuwickeln;</li> <li>• zusammenfassend sind die Studierenden im integrierten Kontext beider Lehrveranstaltungen fähig, die Auswirkungen der Globalisierung auf Ebene der Unternehmen, der Volkswirtschaft und der Gesellschaft positiv und normativ zu beurteilen.</li> </ul>
Studiensemester (ggf. Trimester)	3. Semester
Dauer des Moduls	ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jeweils im Wintersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzstudium: 9,0 h Selbststudium: 171,0 h Gesamtworkload: 180,0 h
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul im General Management MBA
Voraussetzungen für die Teilnahme	<b>Formal:</b> Abgeschlossenes Studium <b>Inhaltlich:</b> Kenntnisse in den Bereichen Personalwirtschaft, Organisation und Unternehmensführung
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Matthias Stoetzer
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Heiko Haase

der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Matthias Stoetzer
Lehrsprache	deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, 120 Minuten
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6/90
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Kombination aus Selbststudiumsanteilen und Präsenzveranstaltungen. In der Präsenzphase: Besprechung von Fällen und Übungen, Bearbeitung von Fallstudien und Fallbeispielen aus der internationalen Unternehmenspraxis.
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Basis des Moduls sind Studienbriefe bzw. Vorlesungsskripte. Diese werden ergänzt durch Vertiefungs- und Ergänzungsliteratur, die in der Veranstaltung bekannt gegeben wird.

## Modulbeschreibung

### „Masterarbeit“

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

Modul-Nr./Code	M12
Modulbezeichnung	<b>Masterthesis</b>
Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	Die Masterarbeit ist eine schriftliche Prüfungsarbeit. Den Inhalt der Masterthesis bildet die Bearbeitung einer ökonomischen Fragestellung aus der wirtschaftswissenschaftlichen Theorie oder der ökonomischen Praxis.
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden sind in der Lage, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Problem aus der wirtschaftlichen Theorie oder Praxis selbstständig unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden zu analysieren und eine fundierte Lösung zu entwickeln.
Studiensemester (ggf. Trimester)	4. Semester
Dauer des Moduls	5 / 6 Monate
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Wintersemester/Sommersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	18 ECTS
Gesamtworkload	Präsenzstudium: 1,5 h Selbststudium: 538,5 h Gesamtworkload: 540,0 h
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Zulassung zur Masterarbeit kann erst erfolgen, nachdem alle vorangegangenen Modulprüfungen erfolgreich erbracht worden sind.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Hans Klaus
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Als Betreuerinnen /Betreuer und Gutachterinnen/Gutachter kommen alle Professorinnen und Professoren, die im Studiengang tätig sind in Frage.
Lehrsprache	Deutsch

Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Masterarbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	18/90
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Selbstständiges wissenschaftliches Arbeiten
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Oehrich, Marcus: Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben: Schritt für Schritt zur Bachelor- und Master-Thesis in den Wirtschaftswissenschaften, Springer/Gabler-Verlag, akt. Auflage