

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 1 Pflichtmodul 151111010	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	<b>Fortgeschrittene Statistik</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden können nach Bestehen des Moduls: Eine empirisch-quantitative wissenschaftliche Abhandlung vollkommen interpretieren, kritisieren und beurteilen; Insbesondere den statistischen Output interpretieren und beurteilen, d.h. die gängigen Tabellen, Koeffizienten, Maße und dahinter liegenden statistischen Methoden interpretieren, kritisieren und beurteilen; Mit Hilfe des Computerprogramms SPSS/PASW auf großen Sekundärdatensätzen Variablen auswählen, umcodieren und transformieren; Gängige statistische Verfahren, insbesondere Regressionsverfahren, mit Hilfe des Computerprogramms SPSS/PASW auf großen Sekundärdatensätzen anwenden und den Output interpretieren und beurteilen.						
Inhaltliche Beschreibung	Einschlägige oder von den Studierenden selbst gewählte wissenschaftliche Aufsätze werden möglichst komplett repliziert.						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Offen für alle anderen Studiengänge der EUF.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Martina Dieckhoff						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151111011 Fortgeschrittene Statistik	V	Pfl.	3	5	Referat, Hausarbeit	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung Referat während der Vorlesungszeit, Hausarbeit.							
Anmerkungen	Pflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Forschungskompetenz.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 2 Wahlpflichtmodul 151111020	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	<b>Empirische Management- und Organisationsforschung</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Das Modul vermittelt den Studierenden wesentliche theoretische und methodische Grundlagen der empirischen Management- und Organisationsforschung; Auf Basis einer kritisch-reflektierenden und vergleichenden Auseinandersetzung mit ausgewählten empirischen Befunden bzw. Studien wird zudem sowohl die aktive als auch die auch passive Forschungskompetenz gefördert; Ein besonderes Augenmerk der Veranstaltung liegt dabei auf dem Vergleich der Erkenntnispotentiale von qualitativer und quantitativer Sozialforschung.						
Inhaltliche Beschreibung	Wissenschaftstheoretische, methodologische und ethische Grundlagen der quantitativen und qualitativen Sozial- bzw. Organisationsforschung; Struktur und Entwicklung eines empirischen Forschungsdesigns; Befragungen; Strukturierte Beobachtung; Analysemethoden; Erstellung von Interviewleitfaden; Durchführung von Experteninterviews; Kritische Würdigung einschlägiger empirischer Studien.						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151111021 Empirische Management- und Organisationsforschung	S/ V/ P	Pfl.	3	5	Präsentation , schriftliche Ausarbeitun g	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Präsentation und schriftliche Ausarbeitung.						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Forschungskompetenz.						

Master of Arts				International Management Studies			
<b>Modul 3</b> Wahlpflichtmodul 151111030	<b>Leistungs- punkte</b>	<b>Turnus</b>	<b>Lehrangebot</b>	<b>Workload gesamt</b>	<b>davon Kontaktst.</b>	<b>davon Selbstst.</b>	<b>Dauer</b>
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	<b>Empirisches Forschungsprojekt</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden können innerhalb eines vorgegebenen Themenfeldes ein Forschungsthema finden und strukturieren; Sie sind in der Lage, die zu zur Beantwortung der Forschungsfrage nötigen Daten mittels geeigneter Methoden zu erheben; Die Studierenden können die erhobenen Daten im Hinblick auf die Forschungsfrage auswerten und mit der relevanten in Beziehung setzen.						
Inhaltliche Beschreibung	Im Rahmen des Moduls führen die Studierenden im Team eine eigenständige empirische Untersuchung zu aktuellen Themengebieten im Bereich des International Management durch. Zentraler Bestandteil ist die Konzeption und Durchführung einer empirischen Untersuchung. Deren Ergebnis wird in Form einer Projektstudie (Hausarbeit in der Gruppe) dokumentiert.						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungs- voraussetzungen	Empfehlung: Der vorherige Besuch des Moduls 151111010 „Fortgeschrittene Statistik“.						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151111031 Empirisches Forschungsprojekt	V/ P	Pfl.	2	5	Hausarbeit	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Forschungskompetenz. Forschungsprojekt im Team. Lehrsprache Deutsch oder Englisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 4 Wahlpflichtmodul 151111040	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	<b>Sozialwissenschaftliche Methoden und Analysen</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>Nach erfolgter Lehre ist der/die Studierende in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ein sozialwissenschaftliches Problem abzugrenzen und zu definieren</li> <li>• fachliche Probleme anhand relevanter sozialwissenschaftlicher Theorien und Methoden zu untersuchen, zu analysieren und zu lösen</li> <li>• auf wissenschaftlicher Grundlage zu argumentieren</li> <li>• einen klaren Fokus und einen klaren Zusammenhang in Aufgabenlösungen zu haben</li> <li>• Quellen kritisch zu beurteilen und diese an Hand von Hinweisen, Fußnoten und Bibliographie zu dokumentieren</li> <li>• an Zusammenarbeit teilzunehmen, darunter Kritik von eigenen Arbeiten zu empfangen und konstruktive Kritik an andere weiterzugeben</li> <li>• komplexes Wissen und Daten zu systematisieren sowie wesentliche Umstände für ein Thema auszuwählen und einzuordnen</li> <li>• tiefgehende Analysen mit Ausgangspunkt in geläufigen Modellen zu erarbeiten</li> <li>• Kenntnisse und das Verständnis von gängigen und zeitgemäßen Modellen zu demonstrieren</li> <li>• eine Sprache – schriftlich und/oder mündlich – anzuwenden, die themenorientiert, präzise und korrekt ist.</li> </ul>						
Inhaltliche Beschreibung	<p>Eine Einführung in die Wissenschaftsphilosophie und Methodik sowie deren Rahmen für das Verstehen der verschiedenen Methoden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Übersichten über Wissenschaftstheorien und ihren Paradigmen</li> <li>• Die Bedeutung der Paradigmen für die Untersuchungsmethoden</li> <li>• Wesentliche Untersuchungsmethoden</li> <li>• Die steuernde Funktion der Paradigmen für das Untersuchungsdesign</li> <li>• Diverse Techniken zur "Wahrheitssicherung" (Validität &amp; Reliabilität)</li> <li>• Das Einsammeln von qualitativen Daten</li> <li>• Einführung in qualitative Datenanalysetechniken</li> <li>• Case-Studium als Forschungsstrategie</li> </ul>						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge der EUF mit wirtschaftswissenschaftlicher Akzentuierung geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Wiss. Ass. Dennis Marzek						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151111041 Sozialwissenschaftliche Methoden und Analysen	V/ S	Pfl.	2	5	Hausarbeit	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung Hausarbeit (25-30 Normalseiten).							
Anmerkungen Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Forschungskompetenz. Lehrsprache Englisch.							

Master of Arts				International Management Studies			
<b>Module 5</b> Elective course 751111050	<b>ECTS-Credits</b>	<b>Frequency</b>	<b>Contact hours</b>	<b>Total Workload</b>	<b>Contact Time</b>	<b>Self-study</b>	<b>Duration</b>
	5	every 2. Sem. (Autumn)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Name of module	<b>The Economics of Life Satisfaction</b>						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	<p>The module discusses the increasingly popular research area of life satisfaction (the ,economics of happiness, literature). The module also introduces students to current research and key concepts in research methods as well as the topic of the economic analysis of life satisfaction. After studying this module students have a good understanding of how this topic is researched professionally, and a comprehensive understanding of some of the methods used in its analysis.</p>						
Contents of the module	<p>The module will introduce the key issues, methods, findings and debates surrounding the economic analysis of happiness. Issues that will be explored in-clude measurement (how can it be measured, what is good about such a measurement, what is bad), and validity (how can we have confidence in its measurement and findings, why do researchers in this area think it can be accepted as scientific).</p> <p>The econometric methods used and their advantages and disadvantages will be discussed and explored. This includes methods available to investigate cross-section data as well as panel data. There will also be a focus on both general and specific findings from this research area. The specific findings and debates will cover the income-happiness relationship (both for individuals and countries), as well as the happiness (or unhappiness) association with age, education, health, labour force status, marital status. Here there is flexibility for students to choose what we focus on to some extent.</p> <p>There is no textbook recommended, and the course will rely on academic pa-pers (either freely available online or provided to students).</p>						
Study section	1./3. semester						
Applicability	Can be opened for other Master programmes of the EUF.						
Person responsible	Dr. Alan Piper						
Prerequisites	None						
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS-Credits	Method of examination	graded? <sup>1</sup>
1.	751111051 The Economics of Life Satisfaction	S/ V	Obl.	2	5	presentation, academic poster	yes
<sup>1</sup> Explanation regarding graded study achievements -							
<sup>3</sup> Explanation regarding module examination -							
Remarks	Elective course in SQ – Forschungskompetenz. Language of instruction: English.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 6 Wahlpflichtmodul 751111060	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	<b>Operations Research</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Teilnehmer der Veranstaltung werden in die Lage versetzt, Entscheidungsprobleme zu erkennen, zu klassifizieren, zu modellieren und zu lösen.						
Inhaltliche Beschreibung	1. Einleitung 2. Lineare Programmierung 3. Modellierung in Excel 4. Sensitivitätsanalyse 5. Transport- und Zuordnungsmodelle 6. Weitere Ansätze kombinatorischer Optimierung 7. Warteschlangen 8. Simulation 9. Prognosen 10. Lagerhaltung						
Studienabschnitt	1./3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Grundsätzlich auch für andere Studiengänge der EUF mit wirtschaftswissenschaftlicher Akzentuierung verwendbar.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Holger Hinz						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	751111061 Operations Research	V/ Ü	Pfl.	3	5	Hausarbeit	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung -							
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Forschungskompetenz.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 7 Wahlpflichtmodul 151121050	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	<b>Wirtschaftsethik</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Ziel dieses Moduls ist es, die Fähigkeit zu vermitteln, Auswirkungen wirtschaftlicher Handlungen auf Gesellschaft und Umwelt aus normativer Perspektive reflektieren und begründen zu können und normative Zusammenhänge zwischen Gesellschaft und Unternehmen zu erkennen und zu formulieren.						
Inhaltliche Beschreibung	<p>Das Modul beschäftigt sich:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• mit dem disziplinären Verhältnis von Wirtschaftswissenschaften und Ethik sowie angrenzender Geistes- und Sozialwissenschaften; und dem Verhältnis von Wissenschaft und Praxis. Auch normative Gesichtspunkte im Methodenverständnis der Wirtschaftswissenschaften, wie z.B. ein angemessenes Rationalitätsverständnis werden in diesem Zusammenhang untersucht.</li> <li>• mit den normativen Problemen, die mit der Begründung und Ausgestaltung einer Wirtschaftsordnung verbunden sind. Wo liegt der systematische Ort der Moral in der Wirtschaft - in der Rahmenordnung, beim Unternehmen oder bei den Individuen als Einzelakteuren?</li> <li>• mit Stellung, Funktion und Aufgabe eines Unternehmens in der Gesellschaft sowie mit Kriterien für verantwortliches unternehmerisches Handeln. Aktuelle Schlagworte sind Corporate Social Responsibility (CSR), Corporate Citizenship, Wertemanagement, Reputationsmanagement, Sozialstandards u.a.</li> </ul>						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge der EUF geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Studienleitung MA IMS in Zusammenarbeit mit den Dozierenden der jeweiligen Lehrveranstaltungen						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151121051 Wirtschaftsethik	V/ Ü	Pfl.	3	5	Klausur, Fallstudien- bearbeitun- g	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung -							
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Wirtschaftsethik.						

Master of Arts				International Management Studies			
Module 8 Elective course 151121060	ECTS-Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	5	every 2. Sem. (Autumn)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Name of module	<b>Global Ethics</b>						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	Students are prepared specifically for the ethical challenges they will face as international managers. Among other things, a path is opened for students to move into those parts of business consulting which focus on ethical and social auditing for consulting agencies, multinationals and NGO's. Feedback from alumni indicates that the ethics component of an International Management Studies degree provides a decisive competitive edge against other candidates when seeking challenging international assignments.						
Contents of the module	The classes focus on combining theoretical and practical approaches. Students must develop their ethical reasoning processes in a structured fashion based on ethical theory, and apply these to a multitude of cases and real-life situations. Classes tend to focus on particular areas of global ethics, rather than comprehensively covering the whole field. We currently look, inter alia, at ethical dilemmas and phenomena which are peculiar to the international business environment, the impact of economic activity on the natural environment, sustainable development and the historical/future role of human choice/psychology in creating and averting collapse.						
Study section	1. semester						
Applicability	Can be opened for other programmes of the EUF, if required.						
Person responsible	James Lovejoy, MA PhD						
Prerequisites	None						
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS-Credits	Method of examination	graded? <sup>1</sup>
1.	Global Ethics 151121061	S/ Ü	Obl.	3	5	see below	yes
<sup>1</sup> Explanation regarding graded study achievements		-					
<sup>3</sup> Explanation regarding module examination		Continuous assessment of classroom activity, combined with a written exam, possibly supplemented by one or more of: shorter tests, assignments, presentation, portfolios, oral exam.					
Remarks		Elective in SQ – Wirtschaftsethik. Language of instruction: English.					



Master of Arts				International Management Studies			
<b>Modul 9</b> Wahlpflichtmodul 751122120	<b>Leistungs- punkte</b>	<b>Turnus</b>	<b>Lehrangebot</b>	<b>Workload gesamt</b>	<b>davon Kontaktst.</b>	<b>davon Selbstst.</b>	<b>Dauer</b>
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	4 SWS	150 h	60 h	110 h	1 Semester
Modultitel	<b>Führungshandeln</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden sind in der Lage, eigenes und fremdes (Führungs-)Handeln zu analysieren.</li> <li>• Die Studierenden kennen aktuelle Methoden der Personalentwicklung im Managementbereich.</li> <li>• Die Studierenden verbessern ihre eigenen Sozial- und Personalkompetenzen.</li> </ul>						
Inhaltliche Beschreibung	Wesentliche Inhalte des Moduls sind: Methoden zur Analyse des Führungshandelns; Methoden zur Förderung von Fach- und Methodenkompetenz; Methoden zur Förderung der Sozial- und Personalkompetenz; Verhaltens-trainings (insbesondere Behaviour Modeling).						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist in anderen Studiengängen (z.B. Berufspädagogik, Ernährung und Gesundheit) verwendbar.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Heiner Dunckel						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	751122121 Analyse und Veränderung des Führungshandelns	S	Pfl.	2		Seminararbeit	ja
2.	751122122 Übung Führungstraining	Ü	Pfl.	2		Teilnahme am Führungstraining	nein
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung Die Teilnahme am Führungstraining ist Prüfungsvoraussetzung.							
Anmerkungen Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Management- und Persönlichkeitskompetenz.							

Master of Arts		International Management Studies					
Modul 10 Wahlpflichtmodul 151122080	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	Je nach Angebot	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	<b>Case Studies - Management I</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden üben konfliktpräventives Kooperations- und Führungsverhalten in Fallstudien ein, um Führungskompetenz zu entwickeln.</li> <li>• Die Studierenden können Verhaltens- und Führungskonflikte im Arbeitsalltag erkennen und analysieren.</li> <li>• Die Studierenden können konstruktive Lösungsoptionen ableiten und umsetzen.</li> </ul>						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konflikte und Konfliktlösung im Arbeitsalltag</li> <li>• Kommunikations- und Führungskonzepte</li> <li>• Faktoren erfolgreicher Führung</li> <li>• Praxistraining durch Fallstudienbearbeitung und Rollenspiele</li> </ul>						
Studienabschnitt	unregelmäßig						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Werner Fröhlich						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151122081 Case Studies - Leadership (unregelmäßig)	S/ Ü	Wpfl.	3	5	Wiss. Hausarbeit	ja
2.	151122082 Case Studies - Aktuelle Wirtschaftsthemen (unregelmäßig)	S/ Ü	Wpfl.	3	5	Wiss. Hausarbeit	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen	-						
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Wissenschaftliche Hausarbeit (Einzelarbeiten 3000 Wörter, Gruppenarbeiten 2500/Person)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Management- und Persönlichkeitskompetenz.						

Master of Arts		International Management Studies					
<b>Modul 11</b> Wahlpflichtmodul 151122280	<b>Leistungspunkte</b>	<b>Turnus</b>	<b>Lehrangebot</b>	<b>Workload gesamt</b>	<b>davon Kontaktst.</b>	<b>davon Selbstst.</b>	<b>Dauer</b>
	5	Je nach Angebot	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	<b>Case Studies - Management II</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden lernen Notwendigkeiten für und Anforderungen an ein Management Consulting zu verstehen, bedarfsgerechte Angebote zu entwickeln und zielorientiert umzusetzen.</li> <li>• Die Studierenden können Einfluss- und insbesondere Störfaktoren im Management Consulting-Arbeitsalltag erkennen und analysieren.</li> <li>• Die Studierenden können konstruktive Lösungsoptionen ableiten und umsetzen.</li> </ul>						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Notwendigkeit und Sinnhaftigkeit von Management Consulting</li> <li>• Anforderungen an Auftragsgestaltung und Prozessablauf des Management Consultings</li> <li>• Praxistraining Management Consulting durch Fallstudienbearbeitung und ggfs. Rollenspiele</li> </ul>						
Studienabschnitt	unregelmäßig						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Werner Fröhlich						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungspunkte	Prüfungsform	benotet? <sup>1</sup>
1.	151122281 Case Studies - Management Consulting	S	Pfl.	3	5	Wiss. Hausarbeit	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen	-						
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Wissenschaftliche Hausarbeit (Einzelarbeiten 3000 Wörter, Gruppenarbeiten 2500/Person)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Management- und Persönlichkeitskompetenz.						
12.03.2013							

Master of Arts				International Management Studies			
<b>Modul 12</b> Wahlpflichtmodul 151122090	<b>Leistungs- punkte</b>	<b>Turnus</b>	<b>Lehrangebot</b>	<b>Workload gesamt</b>	<b>davon Kontaktst.</b>	<b>davon Selbstst.</b>	<b>Dauer</b>
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	<b>Praxisprojekt Strategie – Organisation – Entrepreneurship</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden lernen durch eine intensive schriftliche Auseinandersetzung mit einem konkreten Problem mit praktischer Relevanz aus den Bereichen Strategie, Organisation und/oder Entrepreneurship eigene Ergebnisse zu erarbeiten.</li> <li>• Durch Erörterung und Diskussion der relevanten Thematik im Plenum lernen die Studierenden ihre Ergebnisse zu präsentieren, zu verteidigen und sich kritisch mit diesen auseinanderzusetzen.</li> </ul>						
Inhaltliche Beschreibung	Rahmen dieses Kurses können verschiedene aktuelle Themen aus dem Bereich Strategie, Organisation, Entrepreneurship im Mittelpunkt des Interesses stehen. Entscheidend ist, dass die Studierenden in diesem Seminar eine intensive Auseinandersetzung mit einem Themenkomplex leisten, das klaren Praxisbezug hat.						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Susanne Royer						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151122091 Praxisprojekt Strategie – Organisation – Entrepreneurship	P	Pfl.	2	5	Präsentation, Seminararbeit	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung Abgabe einer Seminararbeit, Abschlusspräsentation, Erstellung und Präsentation eines Korreferats zu einer anderen Seminararbeit.							
Anmerkungen Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Management- und Persönlichkeitskompetenz. 2x 3-tägige Workshops in der gesamten Gruppe, zusätzlich Veranstaltungen an der EUF sowie bei Bedarf Videokonferenzen.							

Master of Arts				International Management Studies			
<b>Modul 13</b> Wahlpflichtmodul 151122100	<b>Leistungs- punkte</b>	<b>Turnus</b>	<b>Lehrangebot</b>	<b>Workload gesamt</b>	<b>davon Kontaktst.</b>	<b>davon Selbstst.</b>	<b>Dauer</b>
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	<b>ADA – Ausbildereignungsprüfung</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden können zeitgemäß und praxisnah Wissen und Kenntnisse vermitteln. Die Studierenden sind mit den wesentlichen Anforderungen an die Gestaltung betrieblicher Ausbildungsprozesse und -strukturen vertraut. Die Studierenden sind in der Lage Jugendliche zu verantwortungsbewussten, mitdenkenden und selbstständig handelnden Mitarbeitern/innen auszubilden. Die Veranstaltung dient der Vorbereitung auf die IHK-Prüfung gemäß Ausbilder-Eignungsverordnung (AEVO).						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Allgemeine Grundlagen</li> <li>• Planung der Ausbildung</li> <li>• Mitwirkung bei der Einstellung von Auszubildenden</li> <li>• Ausbildung am Arbeitsplatz</li> <li>• Förderung des Lernprozesses</li> <li>• Ausbildung in der Gruppe</li> <li>• Abschluss der Ausbildung</li> </ul>						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151122101 ADA – Ausbildereignungsprüfung	S	Pfl.	3	5	Klausur, Präsentation, IHK-Prüfung	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen		-					
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung		Klausur, praktische Unterweisung bzw. Präsentation und schriftliche Ausarbeitung gemäß §4 Abs.1 AEVO 2009.					
Anmerkungen		Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ -Management und Persönlichkeitskompetenz. Die Durchführung des Seminars erfolgt in enger Kooperation mit der IHK Flensburg. Am Ende des Seminars legen die Teilnehmer die ADA-Prüfung ab und erhalten zusätzlich zu den CP das entsprechende Zertifikat der IHK.					

Master of Arts				International Management Studies			
<b>Modul 14</b> Wahlpflichtmodul 151122110	<b>Leistungs- punkte</b>	<b>Turnus</b>	<b>Lehrangebot</b>	<b>Workload gesamt</b>	<b>davon Kontaktst.</b>	<b>davon Selbstst.</b>	<b>Dauer</b>
	5	Herbst- und Frühjahrssem.	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel		<b>Berufswahl, Jobsuche und Recruiting</b>					
Qualifikations- und Kompetenzziele		Die Veranstaltung richtet sich an Studierende fortgeschrittener Semester und dient der Vorbereitung auf den Einstieg in das Berufsleben. Im Rahmen des Seminars werden wesentliche Themenfelder, die im Zusammenhang mit der Berufswahl, der Jobsuche sowie der Bewerbung und Personalauswahl stehen, von den Studierenden in Einzelarbeit oder in Kleingruppen, vor der Gesamtgruppe präsentiert und mit dieser diskutiert.					
Inhaltliche Beschreibung		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persönliche Standortbestimmung zur Berufswahl</li> <li>• Potenzialanalyse &amp; Bedeutung von Schlüsselqualifikationen</li> <li>• Zieldefinition und Ableitung von zukünftigen Schwerpunkten für die Berufswahl</li> <li>• Personalauswahl in Unternehmen und Unternehmensberatungen</li> <li>• Erstellung einer Bewerbungsmappe</li> <li>• Durchführung von Auswahlgespräche</li> <li>• Selbstpräsentation</li> <li>• Praktika</li> <li>• Weiterbildungen</li> <li>• Einstiegsmöglichkeiten in den Arbeitsmarkt für Hochschulabsolventen</li> <li>• Zeit- und Selbstmanagement</li> <li>• Fluch und Segen der Sozialen Medien</li> <li>• Eignungsdiagnostik</li> </ul>					
Studienabschnitt		2. oder 3. Studiensemester					
Verwendbarkeit		Nein					
Modulverantwortliche		Prof. Dr. Thomas Behrends					
Zulassungs- voraussetzungen		Keine					
Teilmodule							
<b>Nr.</b>	<b>Lehrinhalte/Titel</b>	<b>Art</b>	<b>Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.</b>	<b>SWS</b>	<b>Leistungs- punkte</b>	<b>Prüfungs- form</b>	<b>benotet?<sup>1</sup></b>
1.	151122111 Berufswahl, Jobsuche und Recruiting	S	Pfl.	3	5	Präsentation, schriftliche Ausarbeitung	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung Präsentation, schriftliche Ausarbeitung und Erstellung einer Bewerbungsmappe.							
Anmerkungen		Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ - Management- und Persönlichkeitskompetenz. 4x Workshops in der Gruppe sowie Individualcoaching.					

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 15 Wahlpflichtmodul 151122690	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	<b>Projektmanagement</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Fähigkeit, komplexe Projekte zu organisieren und zu koordinieren gehört heutzutage zum erwarteten Leistungsprofil von Führungskräften. Die Studierenden lernen Projektziele zu entwickeln, unterschiedliche Akteure, Inhalte und Kompetenzen zu koordinieren, Ressourcen verantwortungsvoll einzusetzen sowie Fehlschläge und Kritik zu verarbeiten.</li> <li>• Die Studierenden kennen die Grundlagen und neuere Entwicklungstendenzen modernen Projektmanagements. Sie können die wesentlichen Herausforderungen derartiger Aufgaben identifizieren und systematisch begründete Entscheidungen bzgl. der geeigneten Strukturierung und Vorgehensweise sowie des Einsatzes geeigneter Methoden fällen.</li> <li>• Die Studierenden sind nach Abschluss dieses Moduls in der Lage, den Aufbau eines Projektes, dessen konzeptionelle Grundlagen und Eigenheiten sowie die Eignung verschiedener Praxisinstrumente aus dem Bereich des Projektmanagements zu verstehen, zu beurteilen und anzuwenden. Sie haben geübt, eigene Handlungsstrategien zu konzipieren und einzusetzen, um Projekte in Praxiskontexten planen, strukturieren, integrieren, steuern und bewerten zu können.</li> </ul>						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in das Projektmanagement</li> <li>• Planung zeitlicher Abläufe</li> <li>• Ressourcen-Management</li> <li>• Kosten- und Risikomanagement</li> <li>• Projektsteuerung und Kontrolle</li> <li>• Kommunikation im Projekt</li> <li>• Erstellung von Projektberichten / Reports</li> <li>• Durchführung anhand eines realen Projektes oder von Fallbeispielen</li> <li>• Einführung Projektmanagementsoftware</li> </ul>						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151122691 Projektmanagement	S/V/P	Pfl.	3	5	Projektarbeit , Hausarbeit, Präsentation	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung							
Anmerkungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ - Management- und Persönlichkeitskompetenz.</li> <li>• Seminar mit Vorlesungsbestandteilen und Projektarbeit, Einzelpräsentationen, Praxisfallstudien und Rollenspielen.</li> <li>• Durchführung eines Musterprojektes, wenn möglich als reales Projekt mit Unternehmensbezug.</li> <li>• Die Auswahl relevanter Literatur und Unterlagen zur Prüfungsvorbereitung erfolgt jeweils zu Beginn der Veranstaltung.</li> </ul>						

Master of Arts		International Management Studies					
Modul 16 Pflichtmodul 151131120	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	10	Herbst- und Frühjahrssem.	5 SWS	300 h	75 h	225 h	2 Semester
Modultitel	<b>Dänisch I + II (mündlich)</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>Nach 2 Semestern ist der/die Studierende in der Lage, in der Fremdsprache:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• fachliches Wissen selbstständig und auf einem reflektierten Niveau mit einem relativ hohen Maß an grammatikalischer, idiomatischer und aus-sprachemäßiger Korrektheit mündlich zu vermitteln,</li> <li>• bei Analysen und Vermittlungsaufgaben relevantes Wissen und relevante Informationen anhand einer relevanten Methodik auszusuchen und zu vermitteln,</li> <li>• unterschiedliche mündliche Kommunikationssituationen bewältigen zu können (Geschäftsgespräche, Verhandlungen, Vorstellungsgespräche, allgemeine und spezifische Vermittlungsaufgaben),</li> <li>• verschiedene regional, sozial, altersbedingt oder geschlechtsspezifisch gefärbte Sprachvariationen weitgehend zu verstehen,</li> <li>• die dänische (oder skandinavische) Gesellschaft im weitesten Sinne zu verstehen.</li> </ul> <p>Um später im weitesten Sinne für den Handel mit dem skandinavischen Sprachraum arbeiten zu können:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Texte in der norwegischen Mehrheitsprache „bokmål“ weitgehend lesen und verstehen können sowie den sprachhistorischen Zusammenhang mit dem Dänischen verstehen und vermitteln können.</li> <li>• Alltägliche Texte in Schwedisch weitgehend lesen und verstehen können sowie den sprachhistorischen Zusammenhang mit dem Dänischen verstehen und vermitteln können.</li> </ul>						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Pragmatik der Zielsprache (verschiedene Register)</li> <li>• Das Arbeiten mit einem erhöhten sprachlichen Bewusstsein (durch Arbeit mit unterschiedlichen textlinguistischen und textanalytischen Elementen)</li> <li>• Die Analyse und die Vermittlung von unterschiedlichen allgemeinen, be-triebsbedingten und wissenschaftlichen Inhalten</li> <li>• Mündliche Beschreibung und Analyse von verschiedenen Fachsprachen</li> <li>• Betriebsbedingte Kommunikationsformen (intern, extern)</li> <li>• Das Üben von mündlichen (betrieblichen) Kommunikationsformen (u.a. Cases in Form von Telefongesprächen, Anstellungs- und Verhandlungsgesprächen)</li> <li>• Regional, sozial, altersbedingte oder geschlechtsspezifische Sprache</li> <li>• Eine kurze Einführung in die Sprachentwicklung der skandinavischen Sprachen</li> <li>• Eine Einführung in den sprachgeschichtlichen Hintergrund des norwegischen „bokmål“ und des Schwedischen sowie das Üben des Leseverstehens beider Sprachen</li> <li>• Das Lesen und das Besprechen eines zentralen neueren Werkes eines dänischen oder skandinavischen Autors (auf Dänisch)(Fachliteratur oder Schöne Literatur)</li> </ul>						
Studienabschnitt	1. und 2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist z.B. verwendbar für den SDU Masterstudiengang Cand. merc. int..						
Modulverantwortliche	Cand.mag. Ella Mølgaard						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151131121 Dänisch 1 (mdl.)	V/ Ü	Pfl.	2	5		nein
2.	151131122 Dänisch 2 (mdl.)	V/ Ü	Pfl.	3	5		nein
x	Prüfung über gesamtes Modul ("Modulprüfung" - 151131125) <sup>3</sup>					mdl. Examen	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Mündliches Examen (40 Minuten, mit 40 Minuten Vorbereitung).						
Anmerkungen	Pflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Sprachkompetenz Dänisch. Bei Doppelabschluss MA/Cand. Merc. Int. müssen gemäß dänischer PO insgesamt 15 CP in der jeweils gewählten Sprachausbildung entsprechend den Modulbeschreibungen erbracht werden. Beim MA Inter-national Management sind gemäß deutscher PO insgesamt 10 CP in der jeweils gewählten Sprachaus-bildung zu erbringen.						



Master of Arts				International Management Studies			
Modul 17 Wahlpflichtmodul 151131130	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	Herbst- und Frühjahrssem.	2 SWS	150 h	30 h	120 h	2 Semester
Modultitel	<b>Dänisch I + II (schriftlich)</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>Nach 2 Semestern ist der/die Studierende in der Lage, schriftlich in der Fremdsprache:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• fachliches Wissen/fachliche Informationen selbstständig und auf einem reflektierten Niveau mit einem relativ hohen Maß an grammatikalischer und idiomatischer Korrektheit schriftlich zu vermitteln,</li> <li>• bei Analysen und Vermittlungsaufgaben relevantes Wissen/relevante Informationen anhand einer relevanten Methodik schriftlich zu vermitteln,</li> <li>• fachsprachliche Texte beschreiben und analysieren zu können,</li> <li>• Texte zu unterschiedlichen Kommunikationssituationen selbstständig erarbeiten zu können</li> <li>• ein Dänisch zu schreiben, das allen Situationen angepasst und laut sprachlichen Registern angemessen ist.</li> </ul>						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erweiterte Grammatik und schriftliche Sprachübungen</li> <li>• Schriftsprachliche Register</li> <li>• Beschreibung, Analyse und Erarbeitung von verschiedenen fachsprachlichen Texten, u.a. schriftliche, betriebliche Kommunikation</li> <li>• Schriftliche Wiedergabe und sprachliche Analyse von norwegischen und schwedischen Texten</li> </ul>						
Studienabschnitt	1. und 2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist z.B. verwendbar für den SDU Masterstudiengang Cand. merc. int..						
Modulverantwortliche	Cand.mag. Ella Mølgaard						
Zulassungs- voraussetzungen	Dänisch aus der Bachelorausbildung oder vergleichbarer Dänisch-Abschluss.						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151131131 Dänisch 1 (schriftlich)	V/ Ü	Pfl.	1	3		nein
2.	151131132 Dänisch 2 (schriftlich)	V/ Ü	Pfl.	1	2		nein
x	Prüfung über gesamtes Modul ("Modulprüfung" - 151131135) <sup>3</sup>					Klausur	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung	5-stündige Klausur nach dem 2. Semester.						
Anmerkungen	Bei Doppelabschluss MA/Cand. Merc. Int. müssen gemäß dänischer PO insgesamt 15 CP in der jeweils gewählten Sprachausbildung entsprechend den Modulbeschreibungen erbracht werden. Beim MA Inter-national Management sind gemäß deutscher PO insgesamt 10 CP in der jeweils gewählten Sprachausbildung zu erbringen. <b><u>Dieses Modul ist nur beim Doppelabschluss zu belegen.</u></b>						

Master of Arts		International Management Studies					
Modul 16 Pflichtmodul 151131190	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	10	Herbst- und Frühjahrssem.	5 SWS	300 h	75 h	225 h	2 Semester
Modultitel	<b>Fremdsprachenkompetenz Doppelabschluss I</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>Nach 2 Semestern ist der/die Studierende in der Lage, in der Fremdsprache:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• fachliches Wissen selbstständig und auf einem reflektierten Niveau mit einem relativ hohen Maß an grammatikalischer, idiomatischer und aus-sprachemäßiger Korrektheit mündlich zu vermitteln,</li> <li>• bei Analysen und Vermittlungsaufgaben relevantes Wissen und relevante Informationen anhand einer relevanten Methodik auszusuchen und zu vermitteln,</li> <li>• unterschiedliche mündliche Kommunikationssituationen bewältigen zu können (Geschäftsgespräche, Verhandlungen, Vorstellungsgespräche, allgemeine und spezifische Vermittlungsaufgaben),</li> <li>• verschiedene regional, sozial, altersbedingt oder geschlechtsspezifisch gefärbte Sprachvariationen weitgehend zu verstehen,</li> <li>• die deutsche bzw. dänische Gesellschaft im weitesten Sinne zu verstehen.</li> </ul>						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Pragmatik der Zielsprache (verschiedene Register)</li> <li>• Das Arbeiten mit einem erhöhten sprachlichen Bewusstsein (durch Arbeit mit unterschiedlichen textlinguistischen und textanalytischen Elementen)</li> <li>• Die Analyse und die Vermittlung von unterschiedlichen allgemeinen, betriebsbedingten und wissenschaftlichen Inhalten</li> <li>• Mündliche Beschreibung und Analyse von verschiedenen Fachsprachen</li> <li>• Betriebsbedingte Kommunikationsformen (intern, extern)</li> <li>• Das Üben von mündlichen (betrieblichen) Kommunikationsformen (u.a. Cases in Form von Telefongesprächen, Anstellungs- und Verhandlungsgesprächen)</li> <li>• Regional, sozial, altersbedingte oder geschlechtsspezifische Sprache</li> </ul>						
Studienabschnitt	1. und 2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist z.B. verwendbar für den SDU Masterstudiengang Cand. merc. int..						
Modulverantwortliche	Anne Marie Hulgaard / Ella Mølgaard						
Zulassungs- voraussetzungen	Die Lehrveranstaltungen können nicht von Muttersprachler*innen der jeweiligen Sprache belegt werden.						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151131191 Deutsch 1 (mdl.) oder Dänisch 1 (mdl.)	V/ Ü	Pfl.	2	5		nein
2.	151131192 Deutsch 2 (mdl.) oder Dänisch 2 (mdl.)	V/ Ü	Pfl.	3	5		nein
x	Prüfung über gesamtes Modul ("Modulprüfung" - 151131195) <sup>3</sup>					mdl. Examen	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Mündliches Examen (40 Minuten, mit 40 Minuten Vorbereitung).						
Anmerkungen	Pflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Sprachkompetenz Deutsch / Dänisch Bei Doppelabschluss MA/Cand. Merc. Int. müssen gemäß dänischer PO insgesamt 15 CP in der jeweils gewählten Sprachausbildung entsprechend den Modulbeschreibungen erbracht werden. Beim MA Inter-national Management sind gemäß deutscher PO insgesamt 10 CP in der jeweils gewählten Sprachausbildung zu erbringen.						
01.08.2019							

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 17 Wahlpflichtmodul 151131200	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	Herbst- und Frühjahrssem.	2 SWS	150 h	30 h	120 h	2 Semester
Modultitel	<b>Fremdsprachenkompetenz Doppelabschluss II</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>Nach 2 Semestern ist der/die Studierende in der Lage, schriftlich in der Fremdsprache:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• fachliches Wissen/fachliche Informationen selbstständig und auf einem reflektierten Niveau mit einem relativ hohen Maß an grammatikalischer und idiomatischer Korrektheit schriftlich zu vermitteln,</li> <li>• bei Analysen und Vermittlungsaufgaben relevantes Wissen/relevante Informationen anhand einer relevanten Methodik schriftlich zu vermitteln,</li> <li>• fachsprachliche Texte beschreiben und analysieren zu können,</li> <li>• Texte zu unterschiedlichen Kommunikationssituationen selbstständig erarbeiten zu können</li> <li>• deutsche bzw. dänische Texte zu schreiben, die allen Situationen angepasst und laut sprachlichen Registern angemessen ist.</li> </ul>						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erweiterte Grammatik und schriftliche Sprachübungen</li> <li>• Schriftsprachliche Register</li> <li>• Beschreibung, Analyse und Erarbeitung verschiedener fachsprachlicher Texte, u.a. schriftliche, betriebliche Kommunikation</li> </ul>						
Studienabschnitt	1. und 2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist z.B. verwendbar für den SDU Masterstudiengang Cand. merc. int..						
Modulverantwortliche	Anne Marie Hulgaard / Ella Mølgaard						
Zulassungs- voraussetzungen	Deutsch bzw. Dänisch aus der Bachelorausbildung oder vergleichbarer Deutsch- bzw. Dänisch-Abschluss. Die Lehrveranstaltungen können nicht von Muttersprachler*innen der jeweiligen Sprache belegt werden.						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151131201 Deutsch 1 (schriftlich) oder Dänisch 1 (schriftlich)	V/ Ü	Pfl.	1	3		nein
2.	151131202 Deutsch 2 (schriftlich) oder Dänisch 2 (schriftlich)	V/ Ü	Pfl.	1	2		nein
x	Prüfung über gesamtes Modul ("Modulprüfung" - 151131205) <sup>3</sup>					Klausur	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung	5-stündige Klausur nach dem 2. Semester.						
Anmerkungen	Bei Doppelabschluss MA/Cand. Merc. Int. müssen gemäß dänischer PO insgesamt 15 CP in der jeweils gewählten Sprachausbildung entsprechend den Modulbeschreibungen erbracht werden. Beim MA Inter-national Management sind gemäß deutscher PO insgesamt 10 CP in der jeweils gewählten Sprachausbildung zu erbringen. <b><u>Dieses Modul ist nur beim Doppelabschluss zu belegen.</u></b>						
01.08.2019							

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 18 Pflichtmodul 151131140	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	<b>Englisch I</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls Englisch I sind die Studierenden in der Lage, sich auch in unvorbereiteten Situationen verhandlungssicher sowohl in der geschriebenen als auch der gesprochenen Sprache auszudrücken.						
Inhaltliche Beschreibung	Das Modul analysiert den Aufbau erfolgreicher Präsentationen mit verschiedenen Theorien und Ansätze. Bei der Behandlung aller Themen wird auf die Verknüpfung von Inhalten und sprachdidaktischer Verwertung ebendieser geachtet.						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Studienleitung MA IMS						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151131141 Englisch I	V/ S	Pfl.	3	5	Fallweise Prüfung	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung Fallweise mündliche Prüfung, aktive Teilnahme, Abgabe schriftlicher Arbeiten, Präsentationen.							
Anmerkungen Pflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Sprachkompetenz English. Bei Doppelabschluss MA/Cand. Merc. Int. müssen gemäß dänischer PO insgesamt 15 CP in der jeweils gewählten Sprachausbildung entsprechend den Modulbeschreibungen erbracht werden. Beim MA Inter-national Management sind gemäß deutscher PO insgesamt 10 CP in der jeweils gewählten Sprachausbildung zu erbringen.							
17.12.2013							

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 19 Pflichtmodul 151131150	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	<b>Englisch II</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls Englisch II sind die Studierenden in der Lage, sich in ausgewählten Themenbereichen verhandlungssicher sowohl in der gesprochenen als auch in der geschriebenen Sprache bewegen zu können.						
Inhaltliche Beschreibung	Das Modul kombiniert die inhaltliche Diskussion aktueller tagespolitisch/ kulturell/ wirtschaftlich relevanter Ereignisse mit ihrer sprachdidaktischen Verwertung (Erlernen von Ausdrucksformen, Perfektionierung grammatikalischer Kenntnisse). Dies geschieht anhand der Behandlung verschiedener, variabler Themen und deren sowohl mündlicher als auch schriftlicher Bearbeitung unter besonderer Bezugnahme auf die sprachliche Entwicklung und Fertigkeiten der Studierenden.						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Studienleitung MA IMS						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151131151 Englisch II	V/ S	Pfl.	3	5	Fallweise Prüfung	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen		-					
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung		Aktive Teilnahme an Diskussionen, zwei Gruppenreferate, Abgabe schriftlicher Arbeiten. Fallweise mündliche Prüfung.					
Anmerkungen		Pflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Sprachkompetenz English. Bei Doppelabschluss MA/Cand. Merc. Int. müssen gemäß dänischer PO insgesamt 15 CP in der jeweils gewählten Sprachausbildung entsprechend den Modulbeschreibungen erbracht werden. Beim MA Inter-national Management sind gemäß deutscher PO insgesamt 10 CP in der jeweils gewählten Sprachausbildung zu erbringen.					

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 20 Wahlpflichtmodul 151131160	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	2 Semester
Modultitel	<b>English I + II – Written Proficiency</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<u>English I:</u> The course aims at developing the students' writing skills in legal contexts, particularly business law. <u>English II:</u> The objective is to develop the students' writing skills in the field of international relations and business.						
Inhaltliche Beschreibung	<u>English I:</u> The principles of legal draftsmanship; Analysis of legal documents, such as agency contracts, prospectuses, partnership agreements, claims forms, injunctions, company law statutes, etc. <u>English II:</u> Memoranda and expert opinions aimed at management and boards of directors; Diplomatic usage and rephrasing exercises; Structured writing for improved 'skim value' and legibility; ABC writing: accuracy, brevity, and clarity.						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist z.B. verwendbar für den SDU Masterstudiengang Cand. merc. int..						
Modulverantwortliche	Associate Professor Simon Clement						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151131161 English Business Law (Herbst)	V/ Ü	Pfl.	1			nein
2.	151131162 Global Politics and Economics (Frühjahr)	V/ Ü	Pfl.	1			nein
x	Prüfung über gesamtes Modul ("Modulprüfung" - 151131165) <sup>3</sup>					Klausur	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl.	4-stündige Klausur am Ende des zweiten Semesters.						
Anmerkungen	Pflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Sprachkompetenz English. Bei Doppelabschluss MA/Cand. Merc. Int. müssen gemäß dänischer PO insgesamt 15 CP in der jeweils gewählten Sprachausbildung entsprechend den Modulbeschreibungen erbracht werden. Beim MA International Management sind gemäß deutscher PO insgesamt 10 CP in der jeweils gewählten Sprachausbildung zu erbringen. <b><u>Dieses Modul ist nur beim Doppelabschluss zu belegen.</u></b>						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 21 Pflichtmodul 151131170	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	4 SWS	150 h	60 h	90 h	1 Semester
Modultitel	<b>Spanisch I – Spanisch in Wirtschaft und Gesellschaft I</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls Spanisch 2 sollen Studierende in der Lage sein, sich in ausgewählten Geschäftsbereichen verhandlungssicher (Sprachniveau C1 des Europäischen Referenzrahmens für Sprachen) bewegen zu können. Dies kann durch das „Certificado Superior de Español de los Negocios der Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid“ zertifiziert werden. Hierfür werden im Modul Spanisch 1 die Grundlagen gelegt.						
Inhaltliche Beschreibung	Das Modul kombiniert die inhaltliche Diskussion aktueller wirtschaftlich relevanter (Kommunikations)ereignisse (Artikel aus aktuellen spanischsprachigen Zeitungen und Fachzeitschriften, Texte und Videos aus den elektronischen Medien, offizielle Verlautbarungen und Analysen (beispielsweise von Regierungen, der EU, der CEPAL, der UNO etc.)) mit ihrer sprachdidaktischen Verwertung (Erlernen von Ausdrucksformen, Perfektionierung grammatikalischer Kenntnisse).						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge der EUF mit wirtschaftswissenschaftlicher Akzentuierung geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Studienleitung MA IMS in Zusammenarbeit mit Herrn Alberto Román						
Zulassungsvoraussetzungen	Das Modul setzt ein Sprachniveau von B2.1 voraus.						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151131171 Spanisch I – Spanisch in Wirtschaft und Gesellschaft I	V/ Ü	Pfl.	4	5	Klausur, Tests, mdl. Teilnahme	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Abschlussklausur, Tests während des Semesters, mündliche Teilnahmeleistungen.						
Anmerkungen	Pflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Sprachkompetenz Spanisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 22 Pflichtmodul 151131180	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	4 SWS	150 h	60 h	90 h	1 Semester
Modultitel	<b>Spanisch II – Spanisch in Wirtschaft und Gesellschaft II</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls Spanisch 2 sollen Studierende in der Lage sein, sich in ausgewählten Geschäftsbereichen verhandlungssicher (Sprachniveau C1 des Europäischen Referenzrahmens für Sprachen) bewegen zu können. Dies kann durch das "Certificado Superior de Español de los Negocios der Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid" zertifiziert werden.						
Inhaltliche Beschreibung	Das Modul kombiniert die inhaltliche Diskussion aktueller wirtschaftlich relevanter (Kommunikations)Ereignisse [Artikel aus aktuellen spanischsprachigen Zeitungen und Fachzeitschriften, Texte und Videos aus den elektronischen Medien, offizielle Verlautbarungen und Analysen (beispielsweise von Regierungen, der EU, der CEPAL, der UNO etc.)] mit ihrer sprachdidaktischen Verwertung (Erlernen von Ausdrucksformen, Perfektionierung grammatikalischer Kenntnisse).						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge der EUF mit wirtschaftswissenschaftlicher Akzentuierung geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Studienleitung MA IMS in Zusammenarbeit mit Herrn Alberto Román						
Zulassungs- voraussetzungen	Das Modul setzt ein Sprachniveau von B2.1 voraus. Das Modul baut auf das Modul Spanisch in Wirtschaft und Gesellschaft I auf.						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151131181 Spanisch II – Spanisch in Wirtschaft und Gesellschaft II	V/ Ü	Pfl.	4	5	Klausur, Tests, mdl. Teilnahme	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung Abschlussklausur, Tests während des Semesters, mündliche Teilnahmeleistungen.							
Anmerkungen Pflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Sprachkompetenz Spanisch.							



Master of Arts		International Management Studies					
Modul 23 Wahlpflichtmodul 151132190	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel		<b>Institutional and Constitutional Economics</b>					
Qualifikations- und Kompetenzziele		Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls sind Studierende in der Lage, sich selbständig Forschungskontexte im Bereich der kulturellen und sozialen Einbettung ökonomischer Vorgänge zu erarbeiten. Dies wird ermöglicht auf der Basis eines fundierten und in ausgewählten Bereichen vertieften Überblicks über die relevante Forschungsliteratur, wodurch die zentralen konzeptionellen Perspektiven sowie die mit ihnen verbundenen methodischen und analytischen Werkzeuge erlernt werden. Durch den starken interdisziplinären Bezug des Moduls erwerben die Studierenden darüber hinaus Kompetenzen im Bereich des interdisziplinären Dialogs (Fähigkeit zum Perspektivwechsel, Wertschätzung der komplementären Stärken von Ansätzen, Fähigkeit zur kritischen Reflexion des eigenen disziplinären Standpunkts).					
Inhaltliche Beschreibung		Das Modul gibt einen fundierten und in ausgewählten Bereichen vertieften Überblick über die relevante Forschungsliteratur zur sozialen und kulturellen Einbettung der Ökonomie. Ausgangspunkt ist surveyartige Überblicksliteratur, die inzwischen auch in Buchform vorliegt. Insbesondere im vorlesungsbegleitenden Lektürekurs wird dies durch die Lektüre und Diskussion von Originaltexten vertieft. Dabei kommen zum einen Meilensteine der Diskussion und zum anderen aktuelle Beiträge zum Zuge. Interdisziplinäre Bezüge, insbesondere zur soziologischen Diskussion, sind Kernbestandteil des Moduls.					
Studienabschnitt		1. Studiensemester					
Verwendbarkeit		Modul ist z.B. für den Masterstudiengang European Studies verwendbar und kann auch für andere Masterstudiengänge mit kulturellem und ökonomischem Bezug geöffnet werden.					
Modulverantwortliche		Dr. Alan Piper					
Zulassungs- voraussetzungen		Keine					
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151132191 Institutional and Constitutional Economics	V	Pfl.	1	1,25	Paper	ja
2.	151132192 Readings in Institutional and Constitutional Economics	S	Pfl.	2	3,75	Kurzreferate	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen		-					
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung		Klausur, Kurzreferate und andere mündliche Teilnahmeleistungen					
Anmerkungen		Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Interkulturelle Kompetenz. Lehrsprache Englisch.					

Master of Arts				International Management Studies			
Module 24 Elective course 151132240	ECTS-Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	5	jedes 2. Sem. (Autumn)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Name of module	<b>Intercultural Communication I</b>						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	Awareness of and ability to deal with different cultures and especially their business idiosyncracies is a core skill for International Management Studies.						
Contents of the module	The content is highly varied and motivating, with an emphasis on the connection of theoretical and practical aspects of the subject. International students in particular are involved as a living resource. The special project class typically involves a focus on specific topics or culture-geographical areas and approaches these at a more advanced level than the basic culture classes.						
Study section	1. semester						
Applicability	Can be opened for other programmes of the EUF, if required.						
Person responsible	Head of Studies in cooperation with teachers of the courses						
Prerequisites	None						
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS-Credits	Method of examination	graded? <sup>1</sup>
1.	151132241 Intercultural Communication I	S	Obl.	3	5	paper, presentation, portfolio	yes
<sup>1</sup> Explanation regarding graded study achievements							
		-					
<sup>3</sup> Explanation regarding module examination							
		Portfolio, written or oral test(s), paper, presentation. The precise combination is announced at the beginning of each term.					
Remarks							
		Elective in SQ – Interkulturelle Kompetenz. Language of instruction as needed: German, English, Spanish and others. Courses as needed: Bildungs- und Gesellschaftssysteme in Lateinamerika; Interkulturalität – Ethnizität, Sprache, Weltanschauung; A history of inequality.					

Master of Arts				International Management Studies			
Module 25 Elective course 151132250	ECTS-Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	5	jedes 2. Sem. (Spring)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Name of module	<b>Intercultural Communication II</b>						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	Awareness of and ability to deal with different cultures and especially their business idiosyncracies is a core skill for International Management Studies.						
Contents of the module	These classes has been developed over a period of about 10 years to target the specific needs of the students attending these classes in Flensburg. The content is highly varied and motivating, with an emphasis on the connection of theoretical and practical aspects of the subject.						
Study section	2. semester						
Applicability	Can be opened for other programmes of the EUF, if required.						
Person responsible	Head of Studies in cooperation with teachers of the courses						
Prerequisites	None						
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS-Credits	Method of examination	graded? <sup>1</sup>
1.	151132251 Intercultural Communication II	S	Obl.	3	5	portfolio, paper, presentation, test(s)	yes
<sup>1</sup> Explanation regarding graded study achievements							
		-					
<sup>3</sup> Explanation regarding module examination							
		Portfolio, written or oral test(s), paper, presentation. The precise combination is announced at the beginning of each term.					
Remarks							
		Elective course in SQ – Interkulturelle Kompetenz. Language of instruction as needed: German, English, Spanish and others. Courses as needed: Interkulturalität der Arbeit; Project on Intercultural Communication; Topics in Intercultural Communication.					

Master of Arts				International Management Studies			
Module 26 Elective course 151132220	ECTS-Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	10	Autumn and spring semester	4 SWS	300 h	60 h	240 h	2 Semester
Name of module	<b>Intercultural Communication in Business Contexts</b>						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	The goal of this seminar is to introduce students to the field of "Intercultural Communication" and its relevance to business. Students will learn to analyze problematic intercultural situations of cases they bring to the seminar.						
Contents of the module	<p>In order to reach the goals of the seminar in a research-based way we will</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• compare different concepts and theories of "communication", "culture" and "identity"</li> <li>• reflect on how research methodologies have an impact on findings and application</li> <li>• gain insights into what human behavior is shared by all ("universal") and in what areas of verbal and nonverbal communication "cultural" differences are likely to occur. In particular we discuss differences in pragmatics ("pragmatic transfer"), misunderstandings and nonverbal communication.</li> </ul>						
Study section	1. and 2. semester						
Applicability	Can be opened for other programmes of the EUF or SDU (e.g. for Cand. merc. int.).						
Person responsible	Maria Egbert, PhD, Dr. habil, Associate Professor						
Prerequisites							
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS-Credits	Method of examination	graded? <sup>1</sup>
1.	151132221 Intercultural Communication in Business Contexts, Part I (Autumn)	V/ S/ Ü	Obl.	2	5	oral presentation	yes
2.	151132222 Intercultural Communication in Business Contexts, Part II (Spring)	V/ S/ Ü	Obl.	2	5	take-home exam	yes
<sup>1</sup> Explanation regarding graded study achievements -							
<sup>3</sup> Explanation regarding module examination <u>Examination Part I</u> (after 1. semester): Oral presentation in the seminar (20 minutes) plus a write-up of the presentation (4-5 pages) <u>Examination Part II</u> (after 2. semester): Written case analysis in form of a written take-home examination (5-7 pages)							
Remarks	Elective in SQ - Interkulturelle Kompetenz. Language of instruction: English.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 27 Wahlpflichtmodul 151132230	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	10	Herbst- und Frühjahrssem.	4 SWS	300 h	60 h	240 h	2 Semester
Modultitel	<b>Interkulturelle Kommunikation und Unternehmenskommunikation</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemstellungen in einem betrieblichen/interkulturellen Zusammenhang bestimmen, analysieren und lösen,</li> <li>• komplexes Wissen und komplexe Daten in einem betrieblichen/interkulturellen Zusammenhang systematisieren,</li> <li>• für die Wahl der Theorie und Methode zum Lösen betrieblicher/kommunikativer Aufgaben auf einer stichhaltigen Grundlage argumentieren.</li> </ul>						
Inhaltliche Beschreibung	<p><u>Interkulturelle Kommunikation:</u> Mit Ausgangspunkt in den beiden Forschungstraditionen der Interkulturellen Kommunikation wird einerseits mit einem statischen Kulturzugang gearbeitet, in dem Kultur und Kommunikation als statische und als erfahrungsbasierte Kategorien gesehen werden. Andererseits wird mit einem interpretativen Kulturverständnis gearbeitet, in dem Kultur als dynamisch und Kommunikation als eine soziale Interaktion betrachtet wird.</p> <p><u>Unternehmenskommunikation:</u> Unternehmenskommunikation umfasst alle Arten der intendierten internen und externen Kommunikation eines Unternehmens bzw. einer Organisation, aber auch der nicht intendierten Kommunikation. Deshalb wird mit interpersoneller und massenmedialer Kommunikation gearbeitet z.B. in Form von Werbetexten/ Storytelling, Krisenkommunikation, Fachsprachen (u.a. Bedienungsanleitungen und Produkt-beschreibungen), Jahresabschlüssen und Corporate Communication i.w.S..</p>						
Studienabschnitt	1. und 2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist z.B. verwendbar für den SDU Masterstudiengang Cand. merc. int..						
Modulverantwortliche	Dr. Anne Marie Hulgaard						
Zulassungs- voraussetzungen							
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151132231 Interkulturelle Kommunikation (Herbst)	V/ S/ Ü	Pfl.	2	5	mdl. Examen, Synopsis	ja
2.	151132232 Unternehmenskommunikation (Frühjahr)	V/ S/ Ü	Pfl.	2	5	mdl. Examen, Synopsis	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung 40-minütiges, mündliches Examen auf der Grundlage einer Synopse.							
Anmerkungen Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ - Interkulturelle Kompetenz. Lehrsprache Dänisch.							

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 28 Wahlpflichtmodul 151210240	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5 o. 10	Herbst- und Frühjahrssem.	5 SWS	300 h	75 h	225 h	2 Semester
Modultitel	<b>Small Business Management</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>Die Studierenden erhalten einen grundlegenden Einblick in die Besonderheiten mittelständischer Arbeitswirklichkeiten. Ausgehend von einer Vermittlung zentraler theoretischer Zugänge für eine wissenschaftlich gehaltvolle Auseinandersetzung mit KMU.</p> <p>Die Studierenden werden sensibilisiert für die lebensweltliche Heterogenität mittelständischer Arbeitswirklichkeiten.</p> <p>Die Studierenden entwickeln ein Verständnis für die besonderen Anforderungen an das Management, die Führung sowie den Einsatz einschlägige Management- und Gestaltungskonzepte in Klein- und Mittelbetrieben.</p>						
Inhaltliche Beschreibung	Das Modul beinhaltet eine sozialwissenschaftlich fundierte Erörterung der spezifischen Charakteristika und Problemlagen mittelständischer Unternehmen. Ausgehend von der Bestimmung grundlegender größenspezifischer Handlungsvoraussetzungen von Organisationen, werden „typische“ Herausforderungen, denen sich das Management von KMU gemeinhin gegenüber sieht aufgeworfen und hinsichtlich Ihrer Möglichkeiten einer „mittelstandsspezifischen“ Bewältigung diskutiert.						
Studienabschnitt	1. und 2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151210241 Small Business Management (Herbst)	S	Wpfl.	3	5	empirische Hausarbeit	ja
2.	151210242 Unternehmensführung im Mittelstand (Frühjahr)	S	Wpfl.	2	5	wiss. Arbeitspapier	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S1.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 29 Wahlpflichtmodul 151210250	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5 o. 10	Herbst- und Frühjahrssem.	5 SWS	300 h	75 h	225 h	2 Semester
Modultitel	<b>Organizational Change and Development</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden erhalten einen tiefgehenden Einblick in die interdisziplinäre und inhaltliche Vielfalt des Diskurses zum Phänomen organisationaler Wandel- und Innovationsprozesse.</li> <li>• Im Zuge der Veranstaltung werden unterschiedliche Perspektiven und Themenfelder der Wandel- und Innovationsforschung dargestellt und kritisch in Bezug auf ihren Erklärungsbeitrag für ein näheres Verständnis betrieblicher Veränderungs- und Innovationsprozesse diskutiert.</li> <li>• Ausgehend von einer Vermittlung theoretischer Grundlagen werden die Teilnehmer für das Spannungsfeld von „deterministischem Wandel“ und voluntaristischer Entwicklung“ in Organisationen sensibilisiert.</li> <li>• Die Studierenden erlernen den reflektierten Umgang mit einschlägigen Instrumenten des betrieblichen Innovationsmanagements.</li> </ul>						
Inhaltliche Beschreibung	Das Modul umfasst sowohl eine (organisations-)soziologisch informierte Erörterung einschlägiger theoretischer Erklärungen zum Verlauf organisationaler Wandel- und Entwicklungsprozesse als auch eine Einführung in die wesentlichen Erklärungs- und Gestaltungsansätze aus dem Bereich des organisationalen Lernens und Innovationsmanagements.						
Studienabschnitt	1. und 2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Veranstaltung kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge an der EUF oder SDU geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151210251 Wachstum, Wandel und Organisationsentwicklung (Frühjahr)	S	Wpfl.	3	5	Seminararbeit , Präsentation und schriftliche Ausarbeitung	ja
2.	151210252 Innovationsmanagement (Herbst)	S	Wpfl.	2	5	Seminararbeit , Präsentation und schriftliche Ausarbeitung	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S1.						

Master of Arts				International Management Studies			
<b>Module 30</b> Elective course 151210260	<b>ECTS-Credits</b>	<b>Frequency</b>	<b>Contact hours</b>	<b>Total Workload</b>	<b>Contact Time</b>	<b>Self-study</b>	<b>Duration</b>
	5	every 2. Sem. (Autumn)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Name of module	<b>Entrepreneurship: Theory and Practice</b>						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	The objective of this course is to get familiar with required skills to start a business and evaluate business ideas of others. In this context it is relevant to identify, conceptualize, plan, finance, launch, manage and harvest new ventures in its particular environment. These topics are therefore discussed in this course.						
Contents of the module	This unit introduces the students to the field of entrepreneurship and planning for new business initiatives in the global business environment. Topics include entrepreneurial attitudes, abilities and behaviors; innovation; opportunity recognition; first-mover advantages and disadvantages and internationalization.						
Study section	1. semester						
Applicability	Also eligible for other Master programs of EUF or SDU (e.g., Kultur-Sprache-Medien or Energie- und Umweltmanagement).						
Person responsible	Prof. Dr. Susanne Royer						
Prerequisites	None						
Teilmodule							
<b>No.</b>	<b>Name of the module</b>	<b>Type</b>	<b>Level of Obligation Obl./Elec.</b>	<b>Contact hours</b>	<b>ECTS-Credits</b>	<b>Method of examination</b>	<b>graded?<sup>1</sup></b>
1.	151210261 Entrepreneurship Theory and Practice	V/ Ü	Obl.	3	5	presentation of case analysis, participation	ja
<sup>1</sup> Explanation regarding graded study achievements -							
<sup>3</sup> Explanation regarding module examination Participation in course activities (40 %), Presentation of case analysis (60 %).							
Remarks Combined Lecture-Case Study Course. Elective course in specialization S1. Language of instruction: English.							



Master of Arts		International Management Studies					
Modul 31 Wahlpflichtmodul 151210270	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	<b>Entwicklung zur Gründerpersönlichkeit</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden verfügen über soziale, personale und methodische Ba-siskompetenzen. Hierzu zählen unter anderem Team- und Problemlösungsfähigkeit, Führungskompetenz sowie sicheres Kommunikations- und Konfliktverhalten</li> <li>• Die Studierenden können durch den mit der Hausarbeit einhergehenden Umsetzungsprozess strukturiert und selbstverantwortlich Handeln und Entscheiden.</li> <li>• Die vermittelten Kompetenzen können im praktischen Handeln angewandt und gefestigt werden.</li> <li>• Die Studierenden als „Gründer von Morgen“ können sich reflektieren.</li> </ul>						
Inhaltliche Beschreibung	<p><u>Workshop - Teil 1:</u> Reflexion der eigenen Persönlichkeit, Motivationsstruktur, Solist oder Teamplayer.</p> <p><u>Workshop - Teil 2:</u> Umgang mit Erfolg und Misserfolgen, Niederlagen bewältigen, Umgang mit Krisen, Führung der eigenen Person, Führungspersönlichkeit.</p> <p><u>Workshop - Teil 3:</u> Kommunikations- und Konfliktverhalten, Wirkung nach außen, Rhetorik, Präsentation der eigenen Person, Umgang mit der Öffentlichkeit, Projektmanagement.</p>						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Ilona Ebbers						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151210271 Workshop Teil 1	S	Pfl.				nein
2.	151210272 Workshop Teil 2	S	Pfl.				nein
3.	151210273 Workshop Teil 3	S	Pfl.				nein
x	Prüfung über gesamtes Modul ("Modulprüfung" - 151210275) <sup>3</sup>					Workshop- teilnahme, Hausarbeit, Präsentation	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Besuch aller Workshops, Hausarbeit/Projektarbeit, Präsentation. SWS je Workshop 1/3 von Gesamt-SWS.						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S1.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 32 Wahlpflichtmodul 151210280	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	<b>Decision Making in Organizations</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Gerade in kleinen und mittelständischen Unternehmen markieren die Entscheidungsfähigkeiten der Führungsmannschaft eine erfolgskritische Größe. Im Zuge des Moduls erhalten die Teilnehmer einen Überblick über die Strukturen, Teilaktivitäten und potentiellen Defekte individueller und kollektiver Entscheidungsprozesse. Anhand von Fallstudien zu realen Entscheidungsprozessen werden die Studierenden für die Anforderungen an eine möglichst umsichtige und rationale Entscheidungsfindung sensibilisiert.						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der deskriptiven Entscheidungstheorie</li> <li>• Individuelle Entscheidungsprozesse</li> <li>• Gruppenentscheidungen</li> <li>• Organisationale Entscheidungsprozesse</li> <li>• Entscheidungsdefekte</li> <li>• Mikropolitik in Organisationen</li> <li>• Entscheidungsunterstützende Instrumente</li> </ul>						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151210281 Decision Making in Organizations	V/ S	Pfl.	3	5	Case-Study Präsentation, schriftl. Ausarbeitung	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen		-					
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung		-					
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S1.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 33 Wahlpflichtmodul 751210300	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	<b>Service Learning Projekt</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Service Learning verbindet universitäres Lernen mit organisationaler Praxiserfahrung und gesellschaftlichem Engagement. Bei diesem Ansatz gewinnt das fachliche Lernen durch praktische Erfahrungen an Relevanz, Handlungsbezug und Verständnistiefe. Die Studierenden gewinnen einen tiefergehenden Einblick in die alltäglichen Managementprobleme von kleinen (gemeinnützigen) Betrieben. Hierdurch werden die Studierenden für die spezifischen Problemlagen kleiner Unternehmen sensibilisiert und erhalten zugleich eine nähere Vorstellung von den Besonderheiten gemeinnütziger Organisationen.						
Inhaltliche Beschreibung	Im Rahmen der Veranstaltung sind die Studierenden aufgefordert, für ausge-wählte Probleme und Herausforderungen kleiner gemeinnütziger Organisationen konkrete Lösungsansätze zu entwickeln und diese auch umzusetzen. Die Studierenden erarbeiten in Kleingruppen Lösungsansätze für ein spezifi-sches Problem eines Praxispartners. Die Grundlage hierfür bilden die in der Veranstaltung vermittelten Lehrinhalte. Konkrete Ergebnisse der durch die Gruppe erarbeiteten Lösungsvorschläge sollen in Form einer Maßnahmenplanung formuliert werden. Es wird zudem erwartet, dass die Studierenden im zeitlichen Rahmen des Seminars eine konkrete Maßnahme selbst initiieren und umsetzen. Die Umsetzung erfolgt in enger Abstimmung mit den jeweiligen Kooperationspartnern.						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	751210301 Service Learning Projekt	S	Pfl.	3	5	Präsentation, schriftl. Ausarbeitung	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung -							
Anmerkungen	Praxis-Seminar in Kooperation mit kleinen gemeinnützigen Initiativen und Organstationen aus der Region. Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S1.						

Master of Arts				International Management Studies			
<b>Modul 34</b> Wahlpflichtmodul 151210290	<b>Leistungs- punkte</b>	<b>Turnus</b>	<b>Lehrangebot</b>	<b>Workload gesamt</b>	<b>davon Kontaktst.</b>	<b>davon Selbstst.</b>	<b>Dauer</b>
	5	wechselnd	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	<b>Forschungsseminar Small Business Management &amp; Entrepreneurship</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden lernen durch eine intensive schriftliche Auseinandersetzung mit einem eng eingegrenzten Bereich aus dem Schwerpunkt „Entrepreneurship and Small Business Management“ eigene Ergebnisse zu erarbeiten. Durch Erörterung und Diskussion der relevanten Thematik im Plenum lernen die Studierenden ihre Ergebnisse zu präsentieren, zu verteidigen und sich kritisch mit diesen auseinandersetzen.						
Inhaltliche Beschreibung	Die Studierenden sollen sich in ihrer Seminararbeit intensiv mit wechselnden relevanten Themenkomplexen aus dem Bereich „Entrepreneurship and Small Business Management“ auseinandersetzen.						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151210291 Forschungsseminar Small Business Management & Entrepreneurship	S	Pfl.	2	5	Präsentation, Seminararbeit	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung							
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S1.						

Master of Arts		International Management Studies					
Modul 35 Elective course 151220300	ECTS-Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	10	every 2. Sem. (Spring)	5 SWS	300 h	75 h	225 h	1 Semester
Name of module	<b>Strategic Management: Theory and Practice</b>						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	<p>Firm performance is at the core of strategic management. However, there are different ways to measure and conceptualize performance in terms of different perspectives on strategic competitive advantages. The discipline strategic management can be regarded as the fundament regarding the raised issues. Therefore the intense elaboration and critical discussion of the theoretical fundament is a central aim of the lecture.</p> <p>The case study course supplements the lecture and focuses on the practical use of the analytical tools of strategy. Intensive case study analyses and discussions help reach this aim.</p>						
Contents of the module	<p>The different perspectives on competitive advantage realization in the strategy literature are in the focus of this strategic management module. Firm performance is affected by the environment in which a company operates as well as by firm internal resources and capabilities. Therefore it is essential to better understand and analyze the corporate environment as well as (bundles of) firm resources. Next to business strategies, corporate strategies are relevant in this context. Increasingly next to firm internal resources, relational resources which span firm boundaries become central here. They are also investigated in the lecture while the case study course discusses cases from different industry contexts, e.g. from the IT and soft drink industry. Small groups of students prepare the discussions of the cases.</p>						
Study section	2. semester						
Applicability	Also eligible for other Master programs of EUF or SDU (e.g., Kultur-Sprache-Medien).						
Person responsible	Prof. Dr. Susanne Royer						
Prerequisites	None						
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS-Credits	Method of examination	graded? <sup>1</sup>
1.	151220301 Strategic Management	V	Obl.	3	5	impulse presentation	yes
2.	151220302 Case Studies in Strategy	Ü	Obl.	2	5	case study presentation	yes
<sup>1</sup> Explanation regarding graded study achievements -							
<sup>3</sup> Explanation regarding module examination Lecture: Impulse presentation + discussion moderation for assigned article/submission of slide presentation (70 %) Active participation in sessions (30 %); Case studies course: Participation in course discussions/ case preparation (presentation, discussion moderation, submission of slide presentation) in groups of 2-5 students.							
Remarks Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2. Lehrsprache Englisch.							

Master of Arts				International Management Studies			
<b>Modul 36</b> Wahlpflichtmodul 151220310	<b>Leistungs- punkte</b>	<b>Turnus</b>	<b>Lehrangebot</b>	<b>Workload gesamt</b>	<b>davon Kontaktst.</b>	<b>davon Selbstst.</b>	<b>Dauer</b>
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	<b>Management strategischer Kooperationen und Unternehmensgrenzen</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden lernen die theoretischen und praktischen Grundlagen im Hinblick auf die zwischenbetriebliche Organisationsgestaltung kennen und sollen anknüpfend daran, nationale und internationale Kooperationsaktivitäten beurteilen bzw. gestalten können. Um das zu erreichen, werden theoretisch fundierte Aspekte der unternehmensübergreifenden Organisation diskutiert und anhand von Fallbeispielen angewendet.						
Inhaltliche Beschreibung	Nur wenn es für das Marktgeschehen grundlegende Institutionen gibt, können Märkte entstehen. Diese grundlegenden Institutionen (wie z. B. Eigentums- und Vertragsrecht) bilden das Fundament für diese Veranstaltung. Aufbauend darauf findet eine Fokussierung auf zwischenbetriebliche Formen der Zusammenarbeit (marktmachtorientierte und effizienzorientierte Kooperationsformen) sowie die Unternehmensgrenzen statt. Die Vorlesung/Fallstudienübung vermittelt den Studierenden die Grundlagen der Organisation der wettbewerblichen Rahmenbedingungen und nationaler sowie internationaler zwischenbetrieblicher Beziehungen.						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge an der EUF oder SDU geöffnet werden (z.B. für den Studiengang Kultur-Sprache-Medien).						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Susanne Royer						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
<b>Nr.</b>	<b>Lehrinhalte/Titel</b>	<b>Art</b>	<b>Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.</b>	<b>SWS</b>	<b>Leistungs- punkte</b>	<b>Prüfungs- form</b>	<b>benotet?<sup>1</sup></b>
1.	151220311 Management strategischer Kooperationen und Unternehmensgrenzen	V/ Ü	Pfl.	3	5	Fallstudienpräse ntation, schriftl. Ausarbeitung	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung Mündliche Mitarbeit, Teilnahme an den Fallstudiendiskussionen sowie die Erstellung einer Fallstudienpräsentation (Präsentation und Diskussionsleitung, Abgabe einer Ausarbeitung dazu).							
Anmerkungen Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2.							

Master of Arts			International Management Studies				
Modul 37 Pflichtmodul 151220320	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	<b>Organisationsgestaltung internationaler Unternehmen</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Dieser Kurs vermittelt die Grundlagen für die erforderlichen theoretischen und praktischen Fähigkeiten der internationalen Unternehmensorganisation. Um das zu erreichen, werden theoretisch fundierte Aspekte der internationalen Organisation diskutiert und anhand von Fallbeispielen angewendet.						
Inhaltliche Beschreibung	Der Prozess der Internationalisierung steht in diesem Kurs genauso im Mittelpunkt der Betrachtung wie die besonderen Anforderungen an Formen der Makroorganisation (z.B. Struktur-, Prozess-, Projektorganisation, transnationale Organisation und Netzwerkorganisation, Gestaltung von Mutter-Tochterbeziehungen) und der Mikroorganisation (weltweite Organisation der Produktion, Arbeitsabläufe bei internationalen Dienstleistern, Koordination grenzüberschreitender Wertschöpfungsketten). In diesem Zusammenhang spielen die in unterschiedlichen Branchen herrschende Umweltdynamik und der jeweilige Grad der Globalisierung eine entscheidende Rolle. Dieser situativen Komponente der internationalen Organisation wird Rechnung getragen, indem verschiedene Fallstudien zu dem Bereich Organisation international tätiger Unternehmen behandelt werden, die unterschiedliche Kontexte der internationalen Unternehmenstätigkeit verdeutlichen.						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge an der EUF oder SDU geöffnet werden (z.B. für den Studiengang Kultur-Sprache-Medien).						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Susanne Royer						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151220321 Organisationsgestaltung internationaler Unternehmen	V/ Ü	Pfl.	2	5	Fallstudien- präsentation, schriftl. Ausarbeitung	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung Mündlichen Mitarbeit, Teilnahme an den Fallstudiendiskussionen, Erstellung einer Fallstudienpräsentation (Präsentation und Diskussionsleitung), Abgabe einer umfassenden Ausarbeitung dazu.							
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2.						

Master of Arts		International Management Studies					
Modul 38 Elective course 151220330	ECTS- Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	5	every 2. Sem. (Autumn)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Name of module	<b>Finance</b>						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	<p>Finance is the study of how people allocate scarce resources over time</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• costs and benefits are distributed over time,</li> <li>• but the actual timing and size of future cash flows are often known only probabilistically. Understanding finance helps you evaluate these uncertain cash flows.</li> </ul> <p>Students are able to understand and perform basic principles of accounting while also looking at the management side of financial decision making.</p>						
Contents of the module	<p>The course consists of eleven presentation sessions and five discussion sessions leaving ample room to introduce practical issues raised by the students as well as answer any questions there might be. Each of these sessions will be 45 minutes. The table below summarizes the topics to be covered.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. What is Finance?</li> <li>2. The Financial Environment</li> <li>3. What is Accountin?</li> <li>4. Discussion, Review Session 1</li> <li>5. Accounting Statements</li> <li>6. Financial Planning</li> <li>7. Allocation Resources over time</li> <li>8. Discussion, Review Session 2</li> <li>9. Analysis of Investment Projects</li> <li>10. Principles of Market Valuation</li> <li>11. Valuation of Bonds and Stocks</li> <li>12. Discussion, Review Session 3</li> <li>13. Principles of Risk Management</li> <li>14. Derivatives: Forwards, Futures, Options</li> <li>15. Exercises</li> <li>16. Wrap-up of sessions #1-#4</li> </ol>						
Study section	1. semester						
Applicability	No						
Person responsible	Prof. Dr. Holger Hinz						
Prerequisites	None						
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS- Credits	Method of examination	graded? <sup>1</sup>
1.	151220331 Finance	V/ S/ Ü	Obl.	3	5	(written) exam	yes
<sup>1</sup> Explanation regarding graded study achievements -							
<sup>3</sup> Explanation regarding module examination -							
Remarks	Elective course in specialization S2. Language of instruction: English.						



Master of Arts		International Management Studies					
Modul 39 Elective course 151220340	ECTS- Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	5	every 2. Sem. (Spring)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Name of module	<b>Seminar on Industry Studies</b>						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apply economic analysis to the study of key aspects of the rationale for the operations of businesses in specific industries such as manufacturing, services (banking, insurance, tourism), shipping etc.</li> <li>• Facilitate and support students in utilising personal resources and materials so that they can carry out independent research into an aspect of the international economy, using research methods appropriate to the task.</li> <li>• Develop the researching, analysing data, presenting data, communication, problem solving, interpersonal and creative skills of students.</li> <li>• Be able to critically analyse the major operations of the multinational business.</li> </ul>						
Contents of the module	This module provides a focused and relevant coverage of contemporary businesses. It will examine industry specific issues of the firm and its impact on the economy, help students understand different ways of analysing industries, explore the operation of businesses in specific industries as well as business in different regions of the world, and examine their future prospects.						
Study section	2. semester						
Applicability	No						
Person responsible	Prof. Dr. Holger Hinz						
Prerequisites	None						
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS- Credits	Method of examination	graded? <sup>1</sup>
1.	151220341 Seminar on Industry Studies	V/ S/ Ü	Obl.	3	5	presentation, essay	yes
<sup>1</sup> Explanation regarding graded study achievements		-					
<sup>3</sup> Explanation regarding module examination		Presentation and essay (2500 words); Weighting: 50% each.					
Remarks		Elective course in specialization S2. Language of instruction: English.					

Master of Arts		International Management Studies					
Modul 40 Elective course 151220350	ECTS-Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	5	every 2. Sem. (Autumn)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Name of module	<b>International Business</b>						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apply economic analysis to the study of key aspects of the rationale for the operations of multinational businesses.</li> <li>• Analyse the major economic implications of and issues arising from foreign direct investment (FDI).</li> <li>• Facilitate and support students in utilising personal resources and materials so that they can carry out independent research into an aspect of the international economy, using research methods appropriate to the task.</li> <li>• Develop the researching, analysing data, presenting data, communication, problem solving, interpersonal and creative skills of students.</li> <li>• Be aware of the extent of and the reasons for FDI in the world economy.</li> <li>• Be able to critically analyse the major operations of the multinational business.</li> <li>• Be in a position to analyse the implications of the increase in FDI, including its impact on the globalisation process and national economies.</li> <li>• Be aware of some of the major contemporary issues impinging on multinational businesses' activities.</li> </ul>						
Contents of the module	This module provides a focused, comprehensive and relevant coverage of contemporary multinational businesses. The module will examine the effects of the internationalisation of the firm and its impact on the global economy. It will help students understand different ways of analysing multinational firms and their impact. It will explore the operation of multinational business in different regions of the world and will examine their future prospects.						
Study section	1. semester						
Applicability	No						
Person responsible	Prof. Dr. Holger Hinz						
Prerequisites	None						
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS-Credits	Method of examination	graded? <sup>1</sup>
1.	151220351 International Business	V/ S/ Ü	Obl.	3	5	exam (/written), essay	yes
<sup>1</sup> Explanation regarding graded study achievements	-						
<sup>3</sup> Explanation regarding module examination	Exam (written) and essay (2500 words); Weighting: 50% each.						
Remarks	Elective course in specialization S2. Language of instruction: English.						

Master of Arts				International Management Studies			
<b>Modul 41</b> Wahlpflichtmodul 151220360	<b>Leistungs- punkte</b>	<b>Turnus</b>	<b>Lehrangebot</b>	<b>Workload gesamt</b>	<b>davon Kontaktst.</b>	<b>davon Selbstst.</b>	<b>Dauer</b>
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	<b>Strategic Global Business I - Perspektiven einer globalisierten Wirtschaft: Länderreports</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Veranstaltung verschafft einen Überblick über Chancen und Risiken von Globalisierungsstrategien unter den regionsspezifisch differenziert vorliegenden kulturellen Rahmenbedingungen. Die Studierenden werden befähigt, fundierte und methodisch abgesicherte Handlungsoptionen für Globalisierungsprozesse zu entwickeln.						
Inhaltliche Beschreibung	In verschiedenen Länderreports werden bisherige wirtschaftliche Entwicklungen und Zukunftsperspektiven aufgezeigt, Kooperationsmöglichkeiten mit deutschen und europäischen Unternehmen erarbeitet sowie kulturelle Einflüsse im Hinblick auf eine erfolgreiche Zusammenarbeit analysiert.						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Werner Fröhlich						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151220361 Strategic Global Business I	S	Pfl.	3	5	wiss. Hausarbeit	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen		-					
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung		Wissenschaftliche Hausarbeit (Einzelarbeiten 4.000 Wörter, Gruppenarbeiten 3.000 Wörter pro Gruppenmitglied).					
Anmerkungen		Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2.					

Master of Arts		International Management Studies					
Modul 42 Wahlpflichtmodul 151220370	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	<b>Strategic Global Business II - Perspektiven einer globalisierten Wirtschaft: Internationalisierungsstrategien von Unternehmen</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Veranstaltung verschafft einen Überblick über Chancen und Risiken von Internationalisierungsstrategien von Unternehmen unter jeweils regionsspezifisch differenziert vorliegenden kulturellen Rahmenbedingungen. Die Studierenden werden befähigt, fundierte und methodisch abgesicherte Handlungsoptionen für eine Unternehmensinternationalisierung zu entwickeln.						
Inhaltliche Beschreibung	Internationalisierungsstrategien von Unternehmen werden in aktuellen Fallstudien u.a. von Unternehmensvertretern konkret dargestellt und Umsetzungsoptionen im Hinblick auf einen nachhaltigen Unternehmenserfolg analysiert.						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Werner Fröhlich						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151220371 Strategic Global Business II	S	Pfl.	3	5	wiss. Hausarbeit	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen		-					
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung		Wissenschaftliche Hausarbeit (Einzelarbeiten 4.000 Wörter, Gruppenarbeiten 3.000 Wörter pro Gruppenmitglied).					
Anmerkungen		Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2.					

Master of Arts		International Management Studies					
Modul 43 Wahlpflichtmodul 151220380	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	wechselnd	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	<b>Europe in the Global Economy</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls sind Studierende in der Lage, sich selbständig Forschungskontexte im Bereich der Internationalen Politischen Ökonomie zu erarbeiten. Dies wird ermöglicht auf der Basis eines fundierten und in ausgewählten Bereichen vertieften Überblicks über die relevante Forschungsliteratur, wodurch die zentralen konzeptionellen Perspektiven sowie die mit ihnen verbundenen methodischen und analytischen Werkzeuge erlernt werden. Durch den starken interdisziplinären Bezug des Moduls erwerben die Studierenden darüber hinaus Kompetenzen im Bereich des interdisziplinären Dialogs (Fähigkeit zum Perspektivwechsel, Wertschätzung der komplementären Stärken von Ansätzen, Fähigkeit zur kritischen Reflexion des eigenen disziplinären Standpunkts).						
Inhaltliche Beschreibung	Das Modul gibt einen fundierten und in ausgewählten Bereichen vertieften Überblick über die relevante Forschungsliteratur zur Internationalen Politischen Ökonomie. Diese Disziplin hat sich in den vergangenen Jahren im Überschneidungsbereich zwischen Politikwissenschaft und Ökonomie gebildet und befasst sich mit den Wechselwirkungen zwischen internationaler Politik und internationaler Wirtschaft. Sie reagiert damit auf eine zunehmend globalisierte Ökonomie und Politik. Im Seminar wird aktuelle Forschungsliteratur diskutiert. Interdisziplinäre Bezüge, insbesondere zwischen Politikwissenschaft und Ökonomie, sind Kernbestandteil des Moduls.						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge der EUF mit wirtschaftswissenschaftlicher Akzentuierung geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Ulrich Glassmann						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151220381 Europe in the Global Economy	S	Pfl.	2	5	Hausarbeit, mdl. Teilnahme	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung Hausarbeit und mündliche Teilnahmeleistungen.							
Anmerkungen Seminar mit Kurzreferaten und Diskussionen. Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2. Lehrsprache Deutsch oder Englisch.							

Master of Arts				International Management Studies			
Module 44 Elective course 151220390	ECTS-Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	5	every 2. Sem. (Spring)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Name of module	<b>International Development</b>						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	The module helps students to develop a broad perspective on the history of human development against the background of which they can judge current development and predict future developments. The module also introduces students to the highly multi-disciplinary aspects of the field – e.g. overlaps between biology, history, agricultural science, genetics, economics, theology, politics, history of science and so on.						
Contents of the module	Questions are pursued such as “why are white people rich and black people poor?”, “what is development and why do we develop?”, “why did Europe win?”, “what causes regional divergence?”, “what will happen in the future?”. Ethical and human rights aspects are looked at, such as emerging attitudes between racial groups and the conditions which development inflicts on working populations.						
Study section	2. semester						
Applicability	Can be opened for other programmes of the EUF, if required.						
Person responsible	James Lovejoy, MA PhD						
Prerequisites	None						
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS-Credits	Method of examination	graded? <sup>1</sup>
1.	151220391 International Development	S	Obl.	3	5	see below	yes
<sup>1</sup> Explanation regarding graded study achievements	-						
<sup>3</sup> Explanation regarding module examination	Continuous assessment of classroom activity, combined with a written exam, possibly supplemented by one or more of: shorter tests, assignments, presentation, portfolios, oral exam.						
Remarks	Elective course in specialization S2. Language of instruction: English.						

Master of Arts		International Management Studies					
Modul 45 Elective course 151220400	ECTS- Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	10	every 2. Sem. (Autumn)	3 SWS	300 h	45 h	255 h	1 Semester
Name of module	<b>Comparative Economic Systems</b>						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	<p>The purpose of this course is to give the participants an in-depth understanding of the processes of regionalization and globalization in the international economic system, i.e.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comparative Economic System analysis</li> <li>• The concept of competitiveness</li> <li>• Comparative analysis of competitiveness</li> <li>• Frameworks for Regional Economic Integration</li> <li>• The Theories of Economic Integration</li> <li>• Common Policies of the EU</li> <li>• Regional Economic Integration and the International Trading System.</li> </ul> <p>Regional and sectoral studies i.e. business development programs.</p>						
Contents of the module	<p>Main attention is given to the economic aspects (i.e. Trade, FDI, and monetary issues) and their importance for macro economic policy coordination as well as international business. The course is divided into two parts. The first part provides the participants with an approach for the understanding of the process of Euro-pean Integration on the basis of the change of the regional economic system in a global perspective. The second part is dedicated to individual research based studies of a specific topic rested on the tools and methodology introduced in the first part. The overall aim of the course is to provide the students with analytical skills, develop these skills further and thereby enable them to solve economic- or business problems in a specific political and economic environment. More specific student must be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Structure the chosen subject and to write a comprehensive research/ seminar-paper</li> <li>• Provide a multi-structural and comprehensive presentation of the topic</li> <li>• Analyze the issue and compare and relate to empirical examples as well as theoretical concepts</li> </ul> <p>Provide a critical assessment of results and findings and the approaches used. Demonstrate the ability to work with empirical and abstract concepts guided by a specific topic.</p>						
Study section	3. semester						
Applicability	Also eligible for other Master programs of EUF or SDU (e.g. for Cand .merc. int.).						
Person responsible	Associate Professor Andreas P. Cornett						
Prerequisites	None						
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS- Credits	Method of examination	graded? <sup>1</sup>
1.	151220401 Comparative Economic Systems	V/ S	Obl.	3	10	seminar paper	yes
<sup>1</sup> Explanation regarding graded study achievements							
		-					
<sup>3</sup> Explanation regarding module examination							
		Including oral presentation of preliminary seminar paper during seminar session, external evaluation.					
Remarks							
		Elective course in specialization S2. Language of instruction: English.					

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 46 Elective course 151220410	ECTS-Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	5	every 2. Sem. (Spring)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Name of module	<b>Distance Learning Project on Cooperation</b>						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	The module is designed to acquaint students with in depth theoretical and practical knowledge in varying current topics in the area of (cooperative) business models. Furthermore, the participants experience working in an intercultural and interdisciplinary team, integrate knowledge from different modules and apply it into a research study, learn how to set up a small empirical research, learn how to present the research results, experience working in a distance learning project.						
Contents of the module	This module addresses current topics from the area of (cooperative) business models in different industry contexts. Cooperation experience is gained.						
Study section	2. semester						
Applicability	Also eligible for other study programs at EUF or SDU (e.g., Kultur-Sprache-Medien).						
Person responsible	Prof. Dr. Susanne Royer						
Prerequisites	None						
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS-Credits	Method of examination	graded? <sup>1</sup>
1.	151220411 Distance Learning Project on Cooperation	P	Obl.	3	5	seminar paper, participation	yes
<sup>1</sup> Explanation regarding graded study achievements		-					
<sup>3</sup> Explanation regarding module examination		Seminar paper incl. defense, participation in course activities.					
Remarks		Elective course in specialization S2. Language of instruction: English.					



Master of Arts				International Management Studies			
Modul 47 Wahlpflichtmodul 151220700	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	je nach Angebot	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	<b>Organisation</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Das Modul vertieft spezielle Fragen und Anwendungsgebiete aus dem Bereich Organisation (z.B. Makro- oder Mikroorganisationsformen, Organisational Behaviour). Die Studierenden sind in der Lage, sich in Spezialthemen der Organisation einzuarbeiten und allgemeine Kenntnisse in speziellen Kontexten sinnvoll anzuwenden.						
Inhaltliche Beschreibung	Wechselnd je nach Spezialthema.						
Studienabschnitt	unregelmäßig						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Susanne Royer						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151220701 Organisation	V/ S	Pfl.	2	5	Fallweise Prüfung	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung Klausur, mündliche Prüfung oder Hausarbeit.							
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2. Lehrsprache Deutsch oder Englisch. Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 48 Wahlpflichtmodul 151220710	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	je nach Angebot	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	<b>General Management</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Das Modul vertieft spezielle Fragen und Anwendungsgebiete aus dem Bereich General Management (z.B. E-Business, Controlling, Logistik, Besonderheiten in unterschiedlichen Branchen- oder Länderkontexten). Die Studierenden sind in der Lage, sich in Spezialthemen des General Managements einzuarbeiten und allgemeine Kenntnisse in speziellen Kontexten sinnvoll anzuwenden.						
Inhaltliche Beschreibung	Wechselnd je nach Spezialthema.						
Studienabschnitt	unregelmäßig						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Susanne Royer						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151220711 General Management	V/ S	Pfl.	2	5	Fallweise Prüfung	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung Klausur, mündliche Prüfung oder Hausarbeit.							
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2. Lehrsprache Deutsch oder Englisch. Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.						
16.06.2014							

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 49 Wahlpflichtmodul 151220720	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	je nach Angebot	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	<b>Strategie</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Das Modul vertieft spezielle Fragen und Anwendungsgebiete aus dem Bereich Strategie (z.B. Wettbewerbsvorteilsgenerierung in besonderen Kontexten wie Unternehmensclustern, globalen Wertschöpfungsketten, dem Bereich der Elektromobilität oder bestimmten Ländern). Die Studierenden sind in der Lage, sich in Spezialthemen des Strategischen Managements einzuarbeiten und allgemeine Kenntnisse in speziellen Kontexten sinnvoll anzuwenden.						
Inhaltliche Beschreibung	Wechselnd je nach Spezialthema.						
Studienabschnitt	unregelmäßig						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Susanne Royer						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151220721 Strategie	P	Pfl.	3	5	Fallweise Prüfung	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung Klausur, mündliche Prüfung oder Hausarbeit.							
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2. Lehrsprache Deutsch oder Englisch. Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.						
16.06.2014							

Master of Arts			International Management Studies				
Modul 50 Wahlpflichtmodul 151220730	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	je nach Angebot	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	<b>Strategie und Organisation: aktuelle Themen aus der Praxis</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Ziel des Moduls ist es, dass die Studierenden ihr fachliches und methodisches Wissen auf ein aktuelles, praxisrelevantes Problem anwenden und zu konkreten pragmatischen Implikationen gelangen. Dabei bearbeiten sie eine aktuelle Fragestellung aus dem Bereich Strategie und Organisation. Die jeweilige Aufgabenstellung orientiert sich an aktuellen, praxisnahen Problemstellungen. Die Studierenden bearbeiten das Projekt in Kleingruppen und präsentieren ihre Ergebnisse in der Gruppe. Im Rahmen der Erstellung der Prüfungsleistung findet eine intensive schriftliche Auseinandersetzung mit einem konkreten Problem mit praktischer Relevanz aus den Bereichen Strategie und Organisation statt. Zusätzlich wird im Rahmen des Kurses die relevante Thematik im Plenum erörtert und diskutiert. Die Studierenden lernen, eigene Ergebnisse zu erarbeiten, zu präsentieren, zu verteidigen und sich kritisch mit den Ergebnissen auseinanderzusetzen.						
Inhaltliche Beschreibung	Die Betriebswirtschaftslehre verfolgt neben dem deskriptiven und dem theoretischen Wissenschaftsziel auch ein pragmatisches Ziel und ist so auch immer eine anwendungsorientierte Disziplin. Entsprechend spielt im Rahmen der betriebswirtschaftlichen Lehre die (theoretisch-geleitete) Reflexion von Thematiken aus der Unternehmenspraxis eine wichtige Rolle. Innerhalb des Moduls „Strategie und Organisation: aktuelle Themen aus der Praxis“ soll die Anwendungsorientierung im Fokus stehen, wenn Studierende konkrete Fragestellungen aus der Unternehmenspraxis zu wechselnden Schwerpunkten wie beispielsweise Markt- oder Branchenspezifika, besonderen Typen von Unternehmen o.ä. behandeln. Die Studierenden setzen sich intensiv und systematisch mit einem Themenkomplex auseinander, welcher aktuellen und praxisrelevanten Bezug ausweist.						
Studienabschnitt	unregelmäßig						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Susanne Royer						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151220731 Strategie und Organisation: aktuelle Themen aus der Praxis	V/ P/ S	Pfl.	2	5	Seminararbeit, Präsentation und Koreferat	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung Abgabe einer schriftlichen Seminararbeit, Abschlusspräsentation sowie Erstellung und Präsentation eines kurzen Koreferats zu einer anderen Seminararbeit.							
Anmerkungen Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2. Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.							

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 51 Wahlpflichtmodul 751220740	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	je nach Angebot	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	<b>Research Seminar: Strategie und Organisation</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden lernen durch eine intensive schriftliche Auseinandersetzung mit einem eng eingegrenzten Bereich aus dem Schwerpunkt „Strategie und Organisation“ eigene Ergebnisse zu erarbeiten. Durch Erörterung und Diskussion der relevanten Thematik im Plenum lernen die Studierenden ihre Ergebnisse zu präsentieren, zu verteidigen und sich kritisch mit diesen auseinanderzusetzen.						
Inhaltliche Beschreibung	Die Studierenden sollen sich in ihrer Seminararbeit intensiv mit wechselnden relevanten Themenkomplexen aus dem Bereich Strategie und Organisation auseinandersetzen. Insbesondere werden Fallstudientechniken erlernt, die an Beispielen erprobt werden.						
Studienabschnitt	unregelmäßig						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge der EUF mit wirtschaftswissenschaftlicher Akzentuierung geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Ulrich Glassmann						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	751220741 Research Seminar: Strategie und Organisation	S	Pfl.	2	5	Seminararbeit , mdl. Teilnahme	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung							
Anmerkungen	Vorlesung, Diskussion, Poster-Präsentation, Opponentenkritik. Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2. Lehrsprache Deutsch oder Englisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 52 Wahlpflichtmodul 151220420	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	<b>Forschungsseminar Strategie und Organisation</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden lernen durch eine intensive schriftliche Auseinandersetzung mit einem eng eingegrenzten Bereich aus dem Schwerpunkt „Strategie und Organisation“ eigene Ergebnisse zu erarbeiten. Durch Erörterung und Diskussion der relevanten Thematik im Plenum lernen die Studierenden ihre Ergebnisse zu präsentieren, zu verteidigen und sich kritisch mit diesen auseinanderzusetzen.						
Inhaltliche Beschreibung	Die Studierenden sollen sich in ihrer Seminararbeit intensiv mit wechselnden relevanten Themenkomplexen aus dem Bereich Strategie und Organisation auseinandersetzen.						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Susanne Royer						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151220421 Forschungsseminar Strategie und Organisation	S	Pfl.	3	5	Präsentation, Seminararbeit, Korreferat	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung Abgabe einer Seminararbeit, Abschlusspräsentation, Erstellung und Präsentation eines Korreferats zu einer anderen Seminararbeit.							
Anmerkungen Vorlesung, Diskussion, Poster-Präsentation, Opponentenkritik. Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2.							

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 53 Pflichtmodul 151310430	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	<b>Organizational Behaviour</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Studierenden haben ein vertieftes Verständnis der Rolle des Menschen im wirtschaftlichen Geschehen und kennen Konzepte der Personal- und Organisationsentwicklung.</li> <li>Die Studierenden können theoretische Konzepte und Modelle praktisch umsetzen und diese Umsetzung begleiten und überprüfen.</li> <li>Die Studierenden sind in der Lage, komplexere empirische Studien konzeptionell und methodisch nachzuvollziehen und für eigene Arbeiten zu nutzen.</li> </ul>						
Inhaltliche Beschreibung	Wesentliche Inhalte des Moduls sind: Grundbegriffe des Organizational Behaviour; Dimensionen der Persönlichkeit; Person, Arbeit, Organisation; Personalauswahl; Personalentwicklung; Führung und Führungsinstrumente; Decision Making; Interaktion und Gruppe; Internationaler Personaleinsatz; Organisationskultur; Organisationsentwicklung.						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist in anderen Studiengängen (z.B. Berufspädagogik, Ernährung und Gesundheit) verwendbar.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Heiner Dunckel						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151310431 Organizational Behaviour	S/ Ü	Pfl.	3	5	Seminararbeit	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen	-						
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Pflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 54 Pflichtmodul 151310440	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	<b>Human Resource Management</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Ausgehend von einem funktionalistisch begründeten Verständnis betrieblicher Personalarbeit werden die Studierenden in die Lage versetzt, die Anwendungsvoraussetzungen und Gestaltungsparameter personal-wirtschaftlicher Managementmaßnahmen zu analysieren und deren Einsatzmöglichkeiten (und Grenzen) für die Handhabung betriebspraktischer Problemlagen kritisch zu reflektieren.						
Inhaltliche Beschreibung	Die Veranstaltung „Human Resource Management“ vermittelt grundlegende Inhalte vornehmlich aus dem Bereich der verhaltenswissenschaftlich fundierten Personal- und Organisationsforschung. Ausgehend von einer Erörterung elementarer erkenntnistheoretischer, konzeptioneller und methodischer Grundlagen werden ausgewählte personalwirtschaftliche bzw. organisationstheoretische Gestaltungsansätze, Strategien und Instrumente mit den Studierenden erarbeitet und kritisch diskutiert.						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge an der EUF oder SDU geöffnet werden (z.B. für den Studiengang „Bildung in Europa“).						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151310441 Human Resource Management	V/ Ü	Pfl.	3	5	Klausur	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Pflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.						



Master of Arts				International Management Studies			
Modul 55 Wahlpflichtmodul 751310550	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	<b>Industrial Relations</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Aufbauend auf der Betrachtung der Funktion des deutschen Systems der „Industriellen Beziehungen“ führt dieses Modul in die international vergleichende Analyse „industrieller Beziehungen“ ein und versetzt die Studierenden so in die Lage Rahmenbedingungen personalpolitischer Entscheidungsproblem zu analysieren, wie sie in internationalen Produktionszusammenhängen typischerweise auftreten.						
Inhaltliche Beschreibung	Im Rahmen des Seminars „Industrial Relations“ werden zentrale Institutionen, Akteure und Entwicklungen des deutschen Wirtschaftssystems bzw. Arbeitsmarktes vorgestellt, erörtert und anhand eines internationalen Ländervergleichs kritisch diskutiert.						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	751310551 Industrial Relations	S	Pfl.	3	5	Präsentation, Fallbearbeitung	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung -							
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 56 Pflichtmodul 151310470	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	4 SWS	150 h	60 h	90 h	1 Semester
Modultitel	<b>Methods of Analysis and Design</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden kennen die psychologischen Grundlagen und Kriterien zur Analyse und Bewertung von Arbeitstätigkeiten und die diese umgebenden Bedingungen.</li> <li>• Die Studierenden haben einen Überblick über die gängigen psychologischen Arbeitsanalyseverfahren und können ausgewählte Verfahren selbst anwenden.</li> <li>• Die Studierenden wissen, wie Analyseverfahren in umfassendere Reorganisations- bzw. Veränderungsprozesse eingebettet werden.</li> <li>• Die Studierenden sind in der Lage, ausgewählte Methoden der Personal- und Organisationsentwicklung in einem betrieblichen/organisatorischen Kontext zu bearbeiten und praxisorientierte Gestaltungsvorschläge zu entwickeln.</li> </ul>						
Inhaltliche Beschreibung	Wesentliche Inhalte des Moduls sind: Gütekriterien und Standards; Erhebungsmethoden; Verfahren der Arbeits- und Organisationsanalyse; Verfahren der Personalrekrutierung und -auswahl; Personalentwicklung; Organisationsentwicklung; Evaluation; Internationaler Personaleinsatz; Arbeits- und Gesundheitsschutz						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist in anderen Studiengängen (z.B. Berufspädagogik, Ernährung und Gesundheit) <u>verwendbar</u> .						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Heiner Dunckel						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151310471 Analyse von Arbeitssystemen	S	Pfl.	2	2		nein
2.	151310472 Methoden der Personal- und Organisationsentwicklung	P	Pfl.	2	3		nein
x	Prüfung über gesamtes Modul ("Modulprüfung" - 151310475) <sup>3</sup>					Projektpräsen- tation	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Pflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 57 Wahlpflichtmodul 151310480	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	<b>Life Domain Balance</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden kennen Konzepte und Maßnahmen des Life Domain Balance.</li> <li>• Die Studierenden kennen die wirtschaftlichen Effekte familienfreundlicher Maßnahmen bzw. können diesen anhand der vermittelten Methoden selbst beurteilen.</li> <li>• Die Studierenden sind in der Lage, betriebliche Projekte zu analysieren, zu begleiten und Gestaltungsempfehlungen zu geben.</li> </ul>						
Inhaltliche Beschreibung	Wesentliche Inhalte des Moduls sind: Auswirkungen der Arbeit (auf andere Lebensbereiche/arbeitsfreie Zeit); Konzepte Life Domain Balance/Work Life Balance; Vereinbarkeit Beruf und Familie; Methoden und Analyseinstrumente; Audit Modelle; Familienpolitische Maßnahmen; Betriebliche Interventionen; Best-Practice-Beispiele.						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist in anderen Studiengängen (z.B. Berufspädagogik) verwendbar.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Heiner Dunckel						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151310481 Life Domain Balance	S	Pfl.	2	2		nein
2.	151310482 Life Domain Balance	P	Pfl.	1	3		nein
x	Prüfung über gesamtes Modul ("Modulprüfung" - 151310485) <sup>3</sup>					Projektpräsen- tation	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.						

Master of Arts				International Management Studies			
Module 58 Elective course 151310490	ECTS-Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	3 SWS	150 h	60 h	90 h	1 Semester
Name of module	<b>Expatriation and Repatriation</b>						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• The students know the basics and key concepts of international assignments.</li> <li>• The students know the reasons for using international assignments, various types of international assignments and the role of expatriates in supporting international activities.</li> <li>• The students are able to use the common strategies and methods to support the expatriates and the expatriation/repatriation process.</li> <li>• The students have an overview about best practice examples in different areas and cultures.</li> </ul>						
Contents of the module	Objectives of the module: reasons for and types of international assignments; role and profile of expatriates; expatriate success and failure; process of adjustment; recruiting and selection process; selection criteria; methods; international training and development; cross-cultural trainings; international compensation; gen-der aspects; best practice.						
Study section	2. Studiensemester						
Applicability	No						
Person responsible	Prof. Dr. Heiner Dunckel						
Prerequisites	None						
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS-Credits	Method of examination	graded? <sup>1</sup>
1.	151310491 Expatriation and Repatriation	V	Obl.	2	2		no
2.	151310492 Expatriation and Repatriation: Best Practice	P	Obl.	1	3		no
x	test for complete module ("Modulprüfung" - 151310495) <sup>3</sup>					presentation	yes
<sup>1</sup> Explanation regarding graded study achievements	-						
<sup>3</sup> Explanation regarding module examination	-						
Remarks	Elective course in specialization S3. Language of instruction: English.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 59 Wahlpflichtmodul 151310500	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	4 SWS	150 h	60 h	90 h	1 Semester
Modultitel	<b>Gruppen in Organisationen</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden kennen verschiedene Arten von (betrieblichen) Gruppen.</li> <li>• Die Studierenden wissen, von welchen Faktoren Gruppenleistung und Gruppenerfolg bestimmt werden.</li> <li>• Die Studierenden können Gruppenprozesse analysieren und sind in der Lage, Gruppen zu begleiten und in ihrer Leistung zu verbessern.</li> </ul>						
Inhaltliche Beschreibung	Wesentliche Inhalte des Moduls sind: Bestimmungsmerkmale von Gruppen; Formen der Kooperation; Gruppen in Organisationen; Gruppenleistung und Gruppenerfolg; Gruppenprozesse; Führung von Gruppen; Teamdiagnostik; Teamentwicklung; Training sozialer Kompetenzen, interkulturelle Teams; virtuelle Teams.						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist in anderen Studiengängen (z.B. Berufspädagogik) verwendbar.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Heiner Dunckel						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151310501 Psychologie der Gruppe	S	Pfl.	2	3		nein
2.	151310502 Training sozialer Kompetenzen	Ü	Pfl.	2	2		nein
x	Prüfung über gesamtes Modul ("Modulprüfung" - 151310505) <sup>3</sup>					Referat	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 60 Wahlpflichtmodul 151310510	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	4 SWS	150 h	60 h	90 h	1 Semester
Modultitel	<b>Health and Stress at Work</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Studierenden haben einen Überblick über Modelle und Konzepte, die gesundheitsbezogene Interventionen im Betrieb bzw. ein an dem psychosozialen Wohlbefinden der Beschäftigten orientiertes Personalmanagement begründen.</li> <li>Die Studierenden kennen theoretische Modelle über den Zusammenhang von Arbeit und Krankheit bzw. Gesundheit sowie entsprechende empirische Befunde.</li> <li>Die Studierenden sind in der Lage, eine gesundheitsbezogene Fragestellung im betrieblichen Kontext zu bearbeiten und betriebliche Gestaltungsvorschläge zu entwickeln.</li> </ul>						
Inhaltliche Beschreibung	Wesentliche Inhalte des Moduls sind: Arbeitsbegriff und gesellschaftliche Organisation der Arbeit; Gesundheitsbegriff; Stresskonzepte; Ressourcenkonzepte; Wirkungsmodelle; Analyse und Bewertung empirischer Befunde; Konzepte gesundheitsförderlicher Arbeits- und Organisationsgestaltung; Betriebliche Gesundheitsförderung/ Gesundheitsmanagement; Rechtliche Grundlagen (Arbeits(schutz)gesetzgebung).						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist in anderen Studiengängen (z.B. Berufspädagogik) verwendbar.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Heiner Dunckel						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151310511 Arbeit und Gesundheit	S	Pfl.	2	2		nein
2.	151310512 Arbeit und Gesundheit	P	Pfl.	2	3		nein
x	Prüfung über gesamtes Modul ("Modulprüfung" - 151310515) <sup>3</sup>					Projekt- präsentation	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.						

Master of Arts				International Management Studies			
<b>Modul 61</b> Wahlpflichtmodul 151310520	<b>Leistungs- punkte</b>	<b>Turnus</b>	<b>Lehrangebot</b>	<b>Workload gesamt</b>	<b>davon Kontaktst.</b>	<b>davon Selbstst.</b>	<b>Dauer</b>
	5	Je nach Angebot	3 SWS	150 h	50 h	100 h	1 Semester
Modultitel	<b>Management Consulting I: Theorie und Prozesse der Unternehmensberatung</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden haben vertiefte Kenntnisse über die ständig wachsende Geschäftsbranche „Unternehmensberatung/Management Consulting“ insbesondere in Bezug auf theoretische Fundierung und Prozessabläufe.						
Inhaltliche Beschreibung	Modulinhalte sind unter anderem: Beratung als Dienstleistung; Beratungszweck und Beratungslegitimation; Beratungsanforderungen und Beratungsleistungen; Beratungsbranche und Beratungsfelder; Beratungsprozess und Beratungsbeziehung; Rollenverständnis der Beratungspartner.						
Studienabschnitt	unregelmäßig						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Werner Fröhlich						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151310521 Management Consulting I	S	Pfl.	3	5	wiss. Hausarbeit	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung Wissenschaftliche Hausarbeit (Einzelarbeiten 4.000 Wörter, Gruppenarbeiten 3.000 Wörter pro Gruppenmitglied).							
Anmerkungen Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.							

Master of Arts				International Management Studies			
<b>Modul 62</b> Wahlpflichtmodul 151310530	<b>Leistungs- punkte</b>	<b>Turnus</b>	<b>Lehrangebot</b>	<b>Workload gesamt</b>	<b>davon Kontaktst.</b>	<b>davon Selbstst.</b>	<b>Dauer</b>
	5	Je nach Angebot	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	<b>Management Consulting II: Konzepte und Fallstudien der Unternehmensberatung</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden verfügen über Beratungskompetenz zur Gestaltung von Beratungsprojekten auf Basis einer vorliegenden Problemstellung sowie spezifischen Organisationsanforderungen.						
Inhaltliche Beschreibung	Modulinhalte sind unter anderem: Konzepte der Unternehmensberatung (Strategieberatung, Organisationsberatung, Personalberatung usw.); Auftragsdefinition und Angebotserstellung; BeraterInnenqualifikation; Durchführung und Evaluation von Beratungsprojekten; Fallstudien zur Praxis der Unternehmensberatung.						
Studienabschnitt	unregelmäßig						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Werner Fröhlich						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151310531 Management Consulting II	S	Pfl.	3	5	wiss. Hausarbeit	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen		-					
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung		Wissenschaftliche Hausarbeit (Einzelarbeiten 4.000 Wörter, Gruppenarbeiten 3.000 Wörter pro Gruppenmitglied).					
Anmerkungen		Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.					



Master of Arts				International Management Studies			
Modul 63 Wahlpflichtmodul 751310560	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	<b>Critical Management Studies</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>Ausgehend von einer grundlegenden Erörterung der wissenschaftlichen Kritikfunktion lernen die Studierenden eine Reihe von alternativen Theorieperspektiven und Forschungsarbeiten aus dem Bereich der kritischen Managementforschung kennen.</p> <p>Auf diese Weise werden die Teilnehmer für den unauflösbaren Zusammenhang zwischen Wirtschaft, Arbeitswelt und gesellschaftlicher Entwicklung sensibilisiert. Sie erwerben darüber hinaus ein deutlich erweitertes Rationalitätsverständnis und werden so in die Lage versetzt, grundlegende Prozesse und Strukturen der betrieblichen Praxis auch im Hinblick auf Fragen der sozialen Integration und Gerechtigkeit kritisch zu reflektieren.</p>						
Inhaltliche Beschreibung	<p>Im Rahmen des Seminars „Critical Management Studies“ werden zentrale Ansätze und Perspektiven einer kritischen, emanzipatorischen Sozial. und Managementforschung vorgestellt, und diskutiert.</p> <p>Im Anschluss an die Erörterung grundlegender Theorieströmungen werden verschiedene Anwendungsfelder einer kritischen Management- und Organisationsforschung (HRM, Marketing, Changemanagement etc.) anhand von einschlägigen Studien vertiefend beleuchtet.</p>						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge an der EUF mit wirtschaftswissenschaftlicher Akzentuierung geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	751310561 Critical Management Studies	S	Pfl.	3	5	Präsentation , Hausarbeit	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 64 Wahlpflichtmodul 751310570	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	<b>Arbeitsrecht für Personaler und Führungskräfte</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Auf Grundlage einer fundierten Auseinandersetzung mit arbeitsrechtlichen Praxisproblemlagen sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, personalpolitische Rahmenbedingungen und Entscheidungsprobleme aus struktureller bzw. juristischer Perspektive zu analysieren.						
Inhaltliche Beschreibung	Die Veranstaltung „Arbeitsrecht für Personaler und Führungskräfte“ gewährt einen grundlegenden und praxisnahen Einblick in die arbeitsrechtliche Realität von Unternehmen. Unter der Leitung eines erfahrenen Praktikers und Juristen werden reale und zugleich typische arbeitsrechtliche Problemlagen und Fragestellungen bearbeitet.						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	751310571 Arbeitsrecht für Personaler und Führungskräfte	S	Pfl.	2	5	schriftl. Fallbearbeitun g	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung Schriftliche Fallbearbeitung im Stil eines Rechtsgutachtens.							
Anmerkungen Wöchentliches Seminar mit Vorlesungsteilen, Präsentationen, Praxisfallstudien und Exkursionen. Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.							

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 65 Wahlpflichtmodul 751310580	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	<b>Corporate Governance &amp; Corporate Social Responsibility</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Übergeordnetes Qualifikationsziel des Moduls ist es, den Studierenden einen fundierten wissenschaftlichen Überblick über den Themenkomplex der Unternehmenssteuerung und -kontrolle an die Hand zu geben. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, unterschiedliche Handlungsfelder der Corporate Governance und der Corporate Social Responsibility im Lichte verschiedener theoretischer Zugriffe kritisch zu analysieren und diskutieren.						
Inhaltliche Beschreibung	<p>Im Rahmen der Veranstaltung findet eine theoretische Erörterung einschlägiger thematischer Bereiche der Corporate Governance unter besonderer Berücksichtigung des Begriffs der Corporate Social Responsibility statt. Die thematischen Bereiche umfassen u.a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Geschichte der Gesellschaft mit beschränkter Haftung</li> <li>• Die Trennung von Eigentum und Kontrolle</li> <li>• Was bedeutet „Corporate Social Responsibility“</li> <li>• Die Rolle des Boards/Aufsichtsrates</li> <li>• Der Einfluss unterschiedlicher Anspruchsgruppen auf das Unternehmen</li> <li>• Risiken und Chancen familiengeführter Unternehmen</li> <li>• Beschränkte Haftung und öffentliches Interesse</li> <li>• Fallbesprechung (z. B. „Enron“)</li> </ul>						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Veranstaltung kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge an der EUF oder SDU geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	751310581 Corporate Governance und CSR	S	Pfl.	3	5	Fallweise Prüfung	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung Seminararbeit, Präsentation, schriftliche Ausarbeitung und/oder Klausur. Nach Ankündigung in der ersten Veranstaltung.							
Anmerkungen	Seminar mit Präsentation und Diskussion einschlägiger wissenschaftlicher Texte und Fallstudien. Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.						

Master of Arts				International Management Studies			
<b>Modul 66</b> Wahlpflichtmodul 751310590	<b>Leistungs- punkte</b>	<b>Turnus</b>	<b>Lehrangebot</b>	<b>Workload gesamt</b>	<b>davon Kontaktst.</b>	<b>davon Selbstst.</b>	<b>Dauer</b>
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	<b>Sozial- und Organisationstheorie</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden erhalten einen tiefgehenden Einblick in die interdisziplinäre Vielfalt ausgewählter Sozial- und Gesellschaftstheorien und deren Ursprünge.</li> <li>• Ausgehend von der Vermittlung theoretischer Grundlagen im Bereich der Sozial- und Gesellschaftstheorien werden die Studierenden in die Lage versetzt, die oftmals stillschweigenden Annahmen wichtiger Organisationstheorien offenzulegen und kritisch zu hinterfragen.</li> <li>• Die Veranstaltung versetzt die Studierenden in die Lage, ausgewählte Sozial- und Organisationstheorien in Bezug zueinander zusetzen und diese im Hinblick auf ihre Erklärungskraft für verschiedene empirische Phänomene hinreichend beurteilen zu können.</li> </ul>						
Inhaltliche Beschreibung	<p>Das Modul umfasst eine Einführung in ausgewählte einschlägige Sozialtheorien und die Diskussion zentraler Organisationstheorien. Die Studierenden erhalten einen Einblick in die Vielfalt der verschiedenen Erklärungsansätze im Spannungsfeld zwischen Subjektivismus und Objektivismus. Im Zuge der Veranstaltung werden die verschiedenen sozialtheoretischen Perspektiven eingehend erörtert, deren ontologische, epistemologische und methodologische Fundamente herausgearbeitet und in ihren zeitlichen Entstehungskontext gestellt. Im Weiteren werden ausgewählte prominente Organisationstheorien diskutiert und in Bezug auf ihre (sozialtheoretischen) Einflüsse und Annahmen dekonstruiert.</p>						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Veranstaltung kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge an der EUF oder SDU geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	751310591 Sozial- und Organisationstheorie	S	Pfl.	3	5	Fallweise Prüfung	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung Seminararbeit, Präsentation, schriftliche Ausarbeitung und/oder Klausur. Nach Ankündigung in der ersten Veranstaltung.							
Anmerkungen Seminar mit Präsentationen und Diskussion einschlägiger (ergänzender) wissenschaftlicher Texte und Fallstudien. Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.							
17.12.2013							

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 67 Wahlpflichtmodul 151310540	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	<b>Forschungsseminar Organisational Behaviour &amp; Human Resource Management</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Studierenden lernen durch eine intensive schriftliche Auseinandersetzung mit einem eng eingegrenzten Bereich aus dem Schwerpunkt „Organizational Behaviour &amp; Human Resource Management“ eigene Ergebnisse zu erarbeiten.</li> <li>Durch Erörterung und Diskussion der relevanten Thematik im Plenum lernen die Studierenden ihre Ergebnisse zu präsentieren, zu verteidigen und sich kritisch mit diesen auseinanderzusetzen.</li> </ul>						
Inhaltliche Beschreibung	Die Studierenden sollen sich in ihrer Seminararbeit intensiv mit wechselnden relevanten Themenkomplexen aus dem Bereich „Organisational Behaviour & Human Resource Management“ auseinandersetzen.						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151310541 Forschungsseminar Organisational Behaviour & Human Resource Management	S	Pfl.	2	5	Präsentation, Seminararbeit , Korreferat	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung Seminararbeit, Abschlusspräsentation, Erstellung und Präsentation eines Korreferats zu einer anderen Seminararbeit.							
Anmerkungen Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.							

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 68 Wahlpflichtmodul 151320550	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	10	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	5 SWS	300 h	150 h	150 h	1 Semester
Modultitel	<b>Medien- und Kommunikationsmanagement</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Vorlesung führt in die grundlegenden Fragen und Problembereiche des Medien- und Kommunikationsmanagements ein. Studierende verstehen grundlegende Aspekte des Managements von Medienunternehmen und können sich wesentliche theoretische Ansätze aneignen.</li> <li>• Sie verstehen dabei insbesondere die enge Beziehung zwischen Medien und Werbung und kennen die Chancen und Grenzen alter und neuer Medien für das Kommunikationsmanagement.</li> <li>• Sie können darüber hinaus diese Grundlagen und Konzepte in wichtigen Teilbereichen des Medien- und Kommunikationsmanagements anwenden. Besonderer Wert wird dabei auf die Herausforderungen gelegt, die durch neue Informations- und Kommunikationstechnologien (inkl. Mobile und Social Media) entstehen.</li> </ul>						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung</li> <li>• Theorie der Werbung</li> <li>• Grundlagen der Mediaplanung</li> <li>• Grundlagen der Online-Kommunikation</li> <li>• Theorie der Information</li> <li>• Theorien der Mediennutzung</li> <li>• Theorie der Medien und Konvergenz</li> <li>• Netzeffekte und Standards</li> <li>• Medienwandel</li> <li>• Content Management</li> <li>• Preisstrategien</li> </ul>						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151320551 Medien- und Kommunikationsmanagement	V / Ü	Pfl.	5	10	Klausur, Gruppenarbeit	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen		-					
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung		-					
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4. Lehrsprache Deutsch oder Englisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 69 Wahlpflichtmodul 151320560	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	<b>Strategic Marketing</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>Der/die Studierende ist am Ende der Veranstaltung im Stande:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ein strategisches Marketingproblem abzugrenzen und zu definieren,</li> <li>• ein strategisches Marketingproblem anhand von relevanter Theorie und Methodik untersuchen, analysieren und lösen zu können,</li> <li>• komplexes Wissen und komplexe Daten zu systematisieren sowie Sachverhalte auszusuchen und zu bewerten, die für die Lösung eines konkreten strategisches Marketingproblem wichtig sind,</li> <li>• die unterschiedlichen Theorien und Methoden des Faches kritisch zu bewerten.</li> </ul>						
Inhaltliche Beschreibung	<p>Das Strategische Marketing umfasst alle strategischen Fragestellungen, die ein Unternehmen zu identifizieren und zu lösen hat. Insbesondere werden folgende Inhalte berücksichtigt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die strategische Position (Umfeld, strategische Fähigkeiten und Zielsetzung, Unternehmenskultur)</li> <li>• Strategische Wahlmöglichkeiten (Strategie auf Geschäftsbereichsebene, Ausrichtungen und Strategien auf Gesamtunternehmensebene, internationale Strategien, Innovation und Entrepreneurship, strategische Methoden und Bewertung)</li> <li>• Strategie in Aktion (Strategieentwicklungsprozesse, Organisieren für den Erfolg, ressourcenbezogene Strategien, Management des strategischen Wandels)</li> <li>• Entwicklung von Strategien</li> </ul>						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist verwendbar für den SDU Mas-terstudiengang Cand. merc. int.						
Modulverantwortliche	Dr. Britta Boyd						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151320561 Strategic Marketing	V/ Ü	Pfl.	2	5	Klausur	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen		-					
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung							
Anmerkungen		Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4. Lehrsprache Englisch.					

Master of Arts		International Management Studies					
Module 70 Elective course 151320570	ECTS-Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	5	every 2. Sem. (Spring)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Name of module	<b>International Marketing</b>						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	<p>The aim of the course is:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>To introduce the student to the main concepts of international marketing management.</li> <li>To offer the student an analytic framework for the development, implementation and control of international marketing programmes that respond simultaneously to both global integration and national responsiveness.</li> </ul> <p>Consequently, the student is able to analyze, select and evaluate the appropriate frameworks for firms approaching international markets. Having followed this course, the student is equipped to understand how the firm can achieve global competitiveness through the design and implementation of market-responsive programmes.</p>						
Contents of the module	<p>The course has a clear decision-oriented approach. It is structured according to the following five main management decisions connected with the international marketing process:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>The decision whether to internationalize <ul style="list-style-type: none"> <li>Motives (proactive and reactive) for starting export</li> <li>Triggers of export initiation</li> <li>Export barriers/risks</li> <li>Internationalization behaviour</li> <li>International competitiveness.</li> </ul> </li> <li>Deciding which markets/countries to enter <ul style="list-style-type: none"> <li>Description and evaluation of the international environment (political/economic/cultural)</li> <li>Deciding which foreign markets are most attractive for the firm's product or service <ul style="list-style-type: none"> <li>Preliminary screening</li> <li>Analyzing market potential</li> <li>Evaluating company sales potential</li> </ul> </li> <li>Market expansion strategies: Incremental versus simultaneous entry.</li> </ul> </li> <li>Deciding how to enter the foreign markets <ul style="list-style-type: none"> <li>Classification of entry modes: export, intermediate and hierarchical modes</li> <li>Export modes: Distributors, agents, piggy back, export management company</li> <li>Intermediate modes: Licensing, franchising and joint ventures</li> <li>Hierarchical modes: Subsidiaries (Acquisition or Greenfield investment)</li> <li>Foreign divestment</li> <li>Internet as an entry mode.</li> </ul> </li> <li>Designing the international marketing programme <ul style="list-style-type: none"> <li>Product/services decisions</li> <li>Pricing decisions and terms of doing business</li> <li>Distribution decisions (international retailing)</li> <li>Communication decisions (promotion strategies).</li> </ul> </li> <li>Implementing and coordinating the international marketing programme <ul style="list-style-type: none"> <li>International (cross-cultural) sales negotiations</li> <li>Global Account Management (GAM)</li> <li>Transfer of knowledge and 'best practices' from one market to another</li> <li>International business ethics</li> <li>Transnational bribery.</li> </ul> </li> </ol>						
Study section	2. semester						
Applicability	Can be opened for other Master programmes of the EUF or SDU (e.g. for Cand. merc. int.).						
Person responsible	Associate Prof. Dr. Svend Hollensen						
Prerequisites	Keine						
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS-Credits	Method of examination	graded? <sup>1</sup>
1.	151320571 International Marketing	V/ Ü	Obl.	2	5	(written) exam or essay	yes
<sup>1</sup> Explanation regarding graded study achievements		-					
<sup>3</sup> Explanation regarding module examination		-					
Remarks	Elective course in specialization S4. Language of instruction: English.						



Master of Arts				International Management Studies			
Modul 71 Elective course 151320580	ECTS-Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	5	every 2. Sem. (Spring)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Name of module	<b>Business Marketing</b>						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	<p>Having participated in the teaching activities the students are able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• define and delimit a business marketing problem in a company or organisation</li> <li>• examine, analyze and solve a business marketing problem by means of relevant theories and methods</li> <li>• evaluate different business marketing theories and methods in a critical way</li> <li>• use business marketing concepts in an exact, consequent and appropriate way</li> <li>• be active in a dialogue based on appropriate use of the most important business marketing concepts, models, theories and methods.</li> </ul>						
Contents of the module	<p>The objective of the course is to provide the students with an overall knowledge of the special conditions that apply to the industrial market. The industrial market as opposed to the consumer market is characterized by having a higher degree of formalization in the buying decision process. The students are provided with in depth knowledge about issues concerning buying behavior and buying decision which apply to industrial enterprises on the basis of which appropriate strategies and parameter constellations are to be developed.</p>						
Study section	2. semester						
Applicability	No						
Person responsible	Ass. Prof. Dr. Susanne Gretzinger						
Prerequisites	None						
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS-Credits	Method of examination	graded? <sup>1</sup>
1.	151320581 Business Marketing	V/ Ü	Obl.	2	5	(written) exam or essay	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen		-					
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung		(Written) exam or essay (will be announced at the beginning of the semester).					
Anmerkungen		Elective course in specialization S4. Language of instruction: English.					

Master of Arts		International Management Studies					
Module 72 Elective course 751320700	ECTS- Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	10	every 2. Sem. (Autumn)	3 SWS	300 h	45 h	255 h	1 Semester
Name of module	<b>Global E-Business</b>						
	<p>Knowledge Students must:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Know the general and specific e-business issues, theories, models and tools within e-business, in connection with the interaction between the physical and virtual value chain.</li> <li>• Know about Web site promotion and tracking.</li> <li>• Know about basic Web site promotion, tracking, and use of social media strategies.</li> </ul> <p>Skills Students must be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Understand the interaction between the physical and virtual value chain.</li> <li>• Understand the interaction role that the Internet can play in the value chain from the supplier to the customer.</li> <li>• Demonstrate a competent overview of the advantages and disadvantages of e-Technologies in researching and reaching customer markets on a global scale.</li> <li>• Demonstrate compelling insight into the basic assumptions behind the relevant theories, models and tools in the development of the company's Global e-business Strategy.</li> </ul> <p>Competencies Students are able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Discuss the interaction role that the Internet can play in the value chain from the supplier to the customer.</li> <li>• Discuss the advantages and disadvantages of e-Technologies in researching and reaching international customer markets.</li> <li>• Discuss how information technology can be used to target individual customers with customized marketing presentations.</li> <li>• Discuss how the new technological environment will impact on international marketing practice.</li> <li>• Discuss the guiding principles in building international Web communities.</li> <li>• Discuss legal and ethical issues in e-business.</li> </ul>						
Contents of the module	<p>This course in international e-business aims at providing the student with a platform for the development of a strategy for e-business and the implementation of this strategy. Focus will be put on how to integrate the Internet into the company's general corporate strategy, as well as on giving an introduction to the techniques of customer communication, establishment of relations, and arrangement of electronic business. It is designed to expose the student to the modern enterprise in the e-business environment. Emphasis will be on tapping the enormous potential of the World Wide Web as a new business medium, and exploring the unique characteristics of computer-mediated marketing environments that distinguish them in significant ways from traditional markets of opportunity.</p>						
Study section	1. semester						
Applicability	Can be opened to other study programmes of the EUF or SDU, if required.						
Person responsible	SDU						
Prerequisites	None						
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS- Credits	Method of examination	graded? <sup>1</sup>
1.	751320701 Global E-Business	V	Obl.	3	10	(written) exam	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen	-						
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung	4 hours written examination.						
Anmerkungen	Elective course in specialization S4. Language of instruction: English.						

Master of Arts				International Management Studies			
<b>Modul 73</b> Wahlpflichtmodul 151320600	<b>Leistungs- punkte</b>	<b>Turnus</b>	<b>Lehrangebot</b>	<b>Workload gesamt</b>	<b>davon Kontaktst.</b>	<b>davon Selbstst.</b>	<b>Dauer</b>
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	<b>Unternehmenskommunikation</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Vorlesung führt in die grundlegenden Fragen und Problembereiche der Unternehmenskommunikation ein.</li> <li>• Studierende verstehen die zentrale Bedeutung von Information und Kommunikation für arbeitsteiliges Wirtschaften und haben sich wichtige Kommunikationstheorien angeeignet.</li> <li>• Sie können darüber hinaus diese Grundlagen und Konzepte in wichtigen Teilbereichen der Unternehmenskommunikation (Mitarbeiter, Kunden, Öffentlichkeit) anwenden.</li> </ul>						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung</li> <li>• Ökonomische Bedeutung von Information und Kommunikation</li> <li>• Theorien der Kommunikation</li> <li>• Medien- und Kommunikationswege</li> <li>• Kundenkommunikation</li> <li>• Mitarbeiterkommunikation</li> </ul>						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge an der EUF oder SDU geöffnet werden (z.B. MSc Energy and Environmental Management, MA Kultur Sprache Medien).						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold Hass						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151320601 Unternehmenskommunikation	V/ Ü	Pfl.	3	5	Klausur	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4.						
17.12.2013							

Master of Arts				International Management Studies			
<b>Modul 74</b> Wahlpflichtmodul 151320610	<b>Leistungs- punkte</b>	<b>Turnus</b>	<b>Lehrangebot</b>	<b>Workload gesamt</b>	<b>davon Kontaktst.</b>	<b>davon Selbstst.</b>	<b>Dauer</b>
	5	je nach Angebot	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	<b>Medienökonomie</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Veranstaltung analysiert wesentliche Teilbranchen des Mediensektors. Studierende lernen wichtige Rahmenbedingungen und Problemfelder der jeweiligen Sektoren kennen.</li> <li>• Sie können darüber hinaus diese Grundlagen und Konzepte auf konkrete Managementprobleme anwenden.</li> <li>• Sie beherrschen überdies Methoden der Branchen- und Fallstudienanalyse aktiv.</li> </ul>						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung</li> <li>• Theoretischer Bezugsrahmen</li> <li>• Zeitungsmarkt</li> <li>• Buchmarkt</li> <li>• Filmmarkt</li> <li>• Fernsehmarkt</li> <li>• Radiomarkt</li> <li>• Spielmarkt</li> </ul>						
Studienabschnitt	unregelmäßig						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151320611 Medienökonomie	V	Pfl.	2	5	Klausur, Huarbeit	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen - <sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung - Anmerkungen Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4.							

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 75 Wahlpflichtmodul 151320620	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	<b>Medienrecht</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Das Modul vermittelt einen Einblick in den rechtlichen Handlungskontext von Medienunternehmen. Diese determinieren ganz entscheidend das Feld der strategischen und operativen Handlungsoptionen von Medienunternehmen. Mit dem Abschluss des Moduls gewinnen die Studierenden einen Überblick zu den medienrelevanten Rechtsbereichen. Systematik, Formen und grundlegende Inhalte des Medienrechts werden deutlich.						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung</li> <li>• Verfassungsrechtliche Grundlagen</li> <li>• Foto- und Bildrecht</li> <li>• Urheberrecht</li> <li>• Domainrecht</li> </ul>						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151320621 Medienrecht	V/ Ü	Pfl.	3	5	Präsentation, Hausarbeit	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung -							
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 76 Wahlpflichtmodul 151320650	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	je nach Angebot	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	<b>Medienwissenschaft</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Veranstaltung bietet einen Einblick in die Medienwissenschaften. Die Studierenden kennen medien- und kommunikationswissenschaftliche Zugänge zu Medien, verstehen diese und können sie anwenden. Sie sind in der Lage, sie mit wirtschaftswissenschaftlichen Ansätzen zu verknüpfen.						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung</li> <li>• Einzelmedientheorien</li> <li>• Linguistische Ansätze</li> <li>• Kommunikationstheoretische Ansätze</li> <li>• Intermedialität</li> <li>• Interkulturelle Perspektiven</li> </ul>						
Studienabschnitt	unregelmäßig						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151320651 Medienwissenschaft	V/ Ü/ S	Pfl.	2	5	Klausur / Seminararb.	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung Klausur oder Seminararbeit							
Anmerkungen Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4. Lehrsprache Deutsch oder Englisch.							

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 77 Wahlpflichtmodul 151320660	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	je nach Angebot	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	<b>Kulturwissenschaft</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Veranstaltung bietet einen Einblick in die Kulturwissenschaft. Die Studierenden kennen kulturwissenschaftliche Zugänge zu Medien, verstehen diese und können sie anwenden. Sie sind in der Lage, sie mit wirtschaftswissenschaftlichen Ansätzen zu verknüpfen.						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung</li> <li>• Grundlagen der Kulturwissenschaften</li> <li>• Kulturwissenschaftliche Medientheorien</li> <li>• Ausgewählte Fragestellungen</li> </ul>						
Studienabschnitt	unregelmäßig						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151320661 Kulturwissenschaft	V/ Ü/ S	Pfl.	2	5	Klausur / Seminararb.	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen - <sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung -							
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4. Lehrsprache Deutsch oder Englisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
<b>Modul 78</b> Wahlpflichtmodul 151320670	<b>Leistungs- punkte</b>	<b>Turnus</b>	<b>Lehrangebot</b>	<b>Workload gesamt</b>	<b>davon Kontaktst.</b>	<b>davon Selbstst.</b>	<b>Dauer</b>
	5	je nach Angebot	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	<b>Marketing</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Das Modul vertieft spezielle Fragen und Anwendungsgebiete des Marketings (z.B. Online Marketing, Tourismusmarketing, PR). Die Studierenden sollen in der Lage sein, sich in Spezialthemen des Marketings einzuarbeiten und allgemeine Kenntnisse in speziellen Kontexten sinnvoll anwenden können.						
Inhaltliche Beschreibung	Wechselnd je nach Spezialthema.						
Studienabschnitt	unregelmäßig						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151320671 Topics in Marketing	V/ S	Pfl.	2	5	Klausur/ mündl./Haus- arbeit	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen		-					
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung		Klausur, mündliche Prüfung oder Hausarbeit					
Anmerkungen		Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4. Lehrsprache Deutsch oder Englisch.					



Master of Arts				International Management Studies			
Modul 79 Wahlpflichtmodul 151320680	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	je nach Angebot	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	<b>Medienmanagement</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Das Modul vertieft spezielle Fragen und Anwendungsgebiete des Medienmanagements (z.B. Online Media Management, Social Media Management oder Management ausgewählter Teilbranchen). Die Studierenden sollen in der Lage sein, sich in Spezialthemen des Medienmanagements einzuarbeiten und allgemeine Kenntnisse in speziellen Kontexten sinnvoll anwenden können.						
Inhaltliche Beschreibung	Wechselnd je nach Spezialthema.						
Studienabschnitt	unregelmäßig						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151320681 Topics in Media Management	V/ S	Pfl.	2	5	Klausur/ mündl./ Hausarbeit	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4. Lehrsprache Deutsch oder Englisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 80 Wahlpflichtmodul 151320690	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	<b>Praxisprojekt Marketing &amp; Medienmanagement</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden können ein Problem aus der Praxis aufnehmen, konkretisieren und strukturieren. Die Studierenden können das Problem im Team wissenschaftsbasiert bearbeiten, fundierte Lösungsansätze entwickeln und konkrete Empfehlungen abgeben. Die Studierenden können das entwickelte Konzept vor Praxisvertretern präsentieren und verteidigen.						
Inhaltliche Beschreibung	Im Rahmen dieses Kurses werden konkrete Aufgabenstellungen eines Praxispartners (typischerweise ein Unternehmen oder sonstige Organisation aus der Region) in den Themenfeldern Marketing und Medienmanagement bearbeitet. Die Studierenden übernehmen die Rolle externer Berater, die das Problem konkretisieren und mit unterschiedlichen Methoden bearbeiten. Die erarbeiteten Lösungsvorschläge werden dem Praxispartner präsentiert.						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151320691 Praxisprojekt Marketing & Medienmanagement	P	Pfl.	2	5	Präsentatio n und deren Vorstellung beim Praxis- partner	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung -							
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4. Lehrsprache Deutsch oder Englisch. Die Projektarbeit findet in Kooperation mit einem realen Praxispartner statt. Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.						
06.06.2015							

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 81 Wahlpflichtmodul 151320640	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	<b>Forschungsseminar Marketing und Medien</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Studierenden können innerhalb eines vorgegebenen Themenfeldes ein Forschungsthema finden und strukturieren.</li> <li>Sie können sich die relevante Literatur erarbeiten und wissenschaftlich aufbereiten.</li> <li>Sie sind in der Lage, Daten mittels qualitativer Methoden zu erheben und diese im Hinblick auf die Forschungsfrage auszuwerten.</li> </ul>						
Inhaltliche Beschreibung	<p>Im Rahmen des Moduls führen die Studierenden eigenständige Forschungsarbeiten in aktuellen Themen-gebieten (z.B. Virtuelle Güter, Social Media Marketing etc.) durch. Durch entsprechende Vorlesungsanteile zum wissenschaftlichen Arbeiten sowie insb. zur Erhebung und Analyse qualitativer Daten werden die Studierenden in die Lage versetzt, selbst Interviews durchzuführen und auszuwerten. Das Modul bietet damit nicht zuletzt eine gute Vorbereitung für die Masterarbeit.</p>						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151320641 Forschungsseminar Marketing und Medien	S	Pfl.	2	5	Hausarbeit, Präsentation	ja
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4. Lehrsprache Deutsch oder Englisch.						

Master of Arts		International Management Studies					
Modul Praktikum Wahlpflichtmodul 151340000	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes Semester	Entfällt				mind. 4 Wochen
Modultitel	<b>Praktikum</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Das Praktikum dient als Vorbereitung auf eine spätere berufliche Tätigkeit in vielerlei Hinsicht: Sammeln von studienrelevanten Berufserfahrungen; Integration von Theorie und Praxis/ Gelegenheit zur praktischen Anwendung und Erprobung der während des Studiums erlernten Fähigkeiten und Kenntnisse; Wirklichkeitsgetreuer Eindruck vom Arbeitsmarkt und dessen Erfordernissen; Selbstständigkeit bei der Angebots- und Stellensuche; Erstellen von Bewerbungsdokumenten und Durchlaufen eines Bewerbungsverfahrens; Profil- und Schwerpunktbildung innerhalb des Studiums; Orientierung am Arbeitsmarkt u. Identifikation möglicher späterer Arbeitsfelder; Kontakte zu potentiellen zukünftigen Arbeitgebern; Möglicherweise Erwerb eines interessanten Angebots für eine Masterarbeit; Erstellen eines Praktikumsberichts.						
Inhaltliche Beschreibung	Innerhalb der Spezialisierung kann im Umfang von 5 CP ein mindestens vierwöchiges studienrelevantes Praktikum in Vollzeit anerkannt werden. Das Praktikum muss deutliche Bezüge zu den Inhalten des Studiums aufweisen. Dafür ist vor Beginn des Praktikums ein Antrag bei der Professur zu stellen, die für die jeweilige Spezialisierung, in der das Praktikum eingebracht werden soll, verantwortlich ist. Nähere Spezifikationen zur Anmeldung und zum Antrag sind auf der Internetseite des IIM im Bereich Prüfungsangelegenheiten - Anträge/Formulare zu finden.						
Studienabschnitt							
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends (S1); Prof. Dr. Susanne Royer (S2), Prof. Dr. Heiner Dunckel (S3); Prof. Dr. Berthold Hass (S4)						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	151340001 Praktikum	P	Pfl.		5	Bericht	nein
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung Der Leistungsnachweis erfolgt durch einen Bericht, der mit bestanden/nicht bestanden bewertet wird. Das Ergebnis fließt nicht in die Endnote ein.							
Anmerkungen Wahlpflichtveranstaltung, die in allen Spezialisierungen (1 - 4) eingebracht werden kann. Nähere Spezifikationen zur Anmeldung und zum Antrag sind auf der Internetseite des IIM im Bereich Prüfungsangelegenheiten - Anträge/Formulare zu finden.							

Master of Arts		International Management Studies					
Modul Masterthesis Pflichtmodul 751330750	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	30	jedes Sem.	5 SWS	900 h	75 h	825 h	5 Monate
Modultitel	<b>Masterthesis</b>						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>Ausgehend von zentralen Themen des Studiengangs können die Studierenden bei der Lösung eines eingegrenzten Problems Modelle und Theorien aus verschiedenen im Studiengang vertretenen Disziplinen integrieren. Die Studierenden können nachweisen, dass sie komplexe relevante und interessante Problemstellungen identifizieren und zu ihrer Lösung beitragen. Dabei besteht die Erwartung darin, einen kleinen Beitrag zur Bearbeitung eines neuen Feldes zu leisten oder schon bearbeitete Problemfelder unter einer neuen Perspektive zu betrachten. Ziel ist die eigenständige, originelle Lösung eines komplexen Problems aus betriebswirtschaftlichen Theorie oder Praxis. Dabei werden die erlernten Methoden, Modelle und Theorien auf die jeweilige Problemstellung angewendet. Ziel des Hauptteils einer Masterarbeit ist die Entwicklung einer logisch aufeinander aufbauenden, stringenten Argumentation, die zur Beantwortung der Fragestellung dient. Am Ende steht eine eigenständig erstellte wissenschaftliche Arbeit, mit der die Studierenden zeigen, dass sie das im Studium erworbene Wissen eigenständig in eine wissenschaftliche Problembearbeitung transferieren können. Ein weiteres Ziel ist, dass die Studierenden Kenntnisse über die Möglichkeiten und Begrenzungen, die mit der praktischen Anwendung der Theorien verknüpft sind, erwerben.</p> <p>In der Disputation verteidigen die Studierenden in Form einer mündlichen Präsentation und in einer daran anschließenden Diskussion die wesentlichen Ergebnisse und Thesen der Masterthesis.</p> <p>Kolloquium: Die Teilnahme am Kolloquium ist verpflichtend für alle Studierenden, die ihre Abschlussarbeit in der jeweiligen Abteilung schreiben wollen. Das Kolloquium hat zum Ziel, während des Erstellungsprozesses der Masterarbeiten eine begleitende Betreuung zu gewährleisten und die Qualität der wissenschaftlichen Arbeiten zu verbessern. Es bietet ein Forum für die Vorstellung der laufenden Arbeiten sowie für die Diskussion grundlegender Fragen zum wissenschaftlichen Arbeiten.</p>						
Inhaltliche Beschreibung	<p>Die Studierenden suchen sich jeweils einen Themenbereich aus ihrer Spezialisierung aus, entwickeln eine eigene, spezifische Fragestellung und werden im Laufe einer eingehenden Auseinandersetzung zu Spezialisten in diesem Bereich. Die Masterthesis baut systematisch auf den in Seminar- und Projektarbeiten geübten Fähigkeiten auf. Das jeweilige Thema wird möglichst in einem Literaturteil und einem empirischen Untersuchungsteil abgehandelt und sowohl das deskriptive und theoretische als auch das pragmatische Ziel der Betriebswirtschaftslehre adressiert.</p> <p>Kolloquium: Im Rahmen des Kolloquiums werden den Teilnehmer*innen verschiedene Themen rund um das wissenschaftliche Arbeiten nähergebracht wie bspw. Phasen einer Abschlussarbeit, Themensuche und -eingrenzung, Literaturquellen und -datenbanken, Literatursoftware, Bewertungskriterien, formale Anforderungen, Zitationsstile, Exposé-Erstellung sowie die Fallstudienmethodik. Zusätzlich gibt es an verschiedenen Terminen die Möglichkeit, Probleme und Fragen in der Gruppe untereinander zu erörtern. Ferner dient das Format dem Austausch über wissenschaftliche Fragestellungen.</p>						
Studienabschnitt	4. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Jede Professur						
Zulassungsvoraussetzungen	keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? <sup>1</sup>
1.	751330751 Masterthesis		Pfl.	5	30	Abschlussarbeit	ja
2.	751330752 Kolloquium	K	Pfl.			Exposé, Präsentation	nein
<sup>1</sup> Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen							
-							
<sup>3</sup> Erläuterung bezügl. Modulprüfung							
<p>Die Masterthesis umfasst im Regelfall zwischen 60 – 80 Seiten zzgl. vorhandener Verzeichnisse. Näheres wird in Absprache mit dem jeweiligen Betreuer festgelegt. Die Masterthesis muss in gebundener und digitaler Form innerhalb von fünf Monaten abgegeben werden. Die Masterthesis umfasst insgesamt 30 CP. Hiervon entfallen 5 CP auf die daran anschließende Disputation. Die Masterthesis kann auch als Gruppenarbeit verfasst werden.</p> <p>Kolloquium: Entwicklung eines Exposés und Präsentationen zum jeweiligen Stand der Abschlussarbeit.</p>							
Anmerkungen							
Der Gesamtworkload beträgt 900 Stunden. Davon entfallen 75h auf Kontaktzeit in Form von Besprechungen und Kolloquium. Die Masterthesis ist nach Absprache mit den Prüfenden in deutscher oder einer Fremdsprache abzufassen.							