

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	32 h	118 h	1 Semester
Modultitel	Fortgeschrittene Statistik						
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 Re-gressionsverfahren, 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						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Volker Müller-Benedict						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151111011 Fortgeschrittene Statistik	V/ Ü	Pfl.	3	5	Referat, Hausarbeit	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ 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	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Empirische Management- und Organisationsforschung						
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 so- wohl 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; Organizational Survey; Repertory Grid; Strukturierte Beobachtung; Analysemethoden; Erstellung von Interviewleitfaden; Durchführung von Experteninterviews; Auswertung von Experteninterviews mit der qualitativen Inhaltsanalyse; Kritische Würdigung einschlägiger empirischer Studien.						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151111021 Empirische Management- und Organisationsforschung	S/ V/ P	Pfl.	3	5	Präsentation , schriftliche Ausarbeitun g	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung Präsentation und schriftliche Ausarbeitung.							
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Forschungskompetenz.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 3 Wahlpflichtmodul 151111030	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	2 SWS	150 h	60 h	90 h	1 Semester
Modultitel	Empirisches Forschungsprojekt						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden sollen innerhalb eines vorgegebenen Themenfeldes ein Forschungsthema finden und strukturieren können; Sie sollen in der Lage sein, die zu zur Beantwortung der Forschungsfrage nötigen Daten mittels geeigneter Methoden zu erheben; Die Studierenden sollen die erhobenen Daten im Hinblick auf die Forschungsfrage auswerten und mit der relevanten in Beziehung setzen können.						
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 Projekt-studie (Hausarbeit in der Gruppe) dokumentiert.						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
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? ¹
1.	151111031 Empirisches Forschungsprojekt	S/ V/ P	Pfl.	2	5	Hausarbeit	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen -							
³ 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	Sozialwissenschaftliche Methoden und Analysen						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Nach erfolgter Lehre sollte der/die Studierende in der Lage sein: Ein sozialwissenschaftliches Problem abgrenzen und definieren zu können; Fachliche Probleme anhand relevanter sozialwissenschaftlicher Theorien und Methoden untersuchen, analysieren und lösen zu können; Auf wissenschaftlicher Grundlage argumentieren zu können; Einen klaren Fokus und einen klaren Zusammenhang in Aufgabenlösungen zu haben; Quellen kritisch beurteilen zu können und diese an Hand von Hinweisen, Fußnoten und Bibliographie dokumentieren zu können; An Zusammenarbeit teilnehmen zu können, darunter Kritik von eigenen Arbeiten empfangen und konstruktive Kritik an andere weitergeben zu können; Komplexes Wissen und Daten systematisieren zu können sowie wesentliche Umstände für ein Thema auswählen und einordnen zu können; Tiefgehende Analysen mit Ausgangspunkt in geläufigen Modellen erarbeiten zu können; Kenntnisse und das Verständnis von gängigen und zeitgemäßen Modellen demonstrieren zu können; Eine Sprache – schriftlich und/oder mündlich – anwenden zu können, die themenorientiert, präzise und korrekt ist.						
Inhaltliche Beschreibung	Eine Einführung in die Wissenschaftsphilosophie und Methodik sowie deren Rahmen für das Verstehen der verschiedenen Methoden: <ul style="list-style-type: none"> • Übersichten über Wissenschaftstheorien und ihren Paradigmen • Die Bedeutung der Paradigmen für die Untersuchungsmethoden • Wesentliche Untersuchungsmethoden • Die steuernde Funktion der Paradigmen für das Untersuchungsdesign • Diverse Techniken zur "Wahrheitssicherung" (Validität & Reliabilität) • Das Einsammeln von qualitativen Daten • Einführung in qualitative Datenanalysetechniken • Case-Studium als Forschungsstrategie 						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Wiss. Ass. Dennis Marzek						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151111041 Sozialwissenschaftliche Methoden und Analysen	V/ S	Pfl.	2	5	Hausarbeit	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen		-					
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung		Hausarbeit (25-30 Normalseiten).					
Anmerkungen		Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Forschungskompetenz. Lehrsprache Englisch.					

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 5 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	Wirtschaftsethik						
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	Das Modul beschäftigt sich: 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; 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?; 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..						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Stephan Panther						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151121051 Wirtschaftsethik	V/ Ü	Pfl.	3	5	Klausur, Fallstudien- bearbeitung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen - ³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung - Anmerkungen: Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Wirtschaftsethik.							

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 6 Wahlpflichtmodul 151121060	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	Global Ethics						
Qualifikations- und Kompetenzziele	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.						
Inhaltliche Beschreibung	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.						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	James Lovejoy, MA PhD						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151121061 Global Ethics	S	Pfl.	3	5	Fallweise Prüfung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung Aktive Teilnahme, Klausur, Präsentation.							
Anmerkungen Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Wirtschaftsethik. Lehrsprache Englisch.							

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 7 Wahlpflichtmodul 151122070	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	5 SWS	150 h	60 h	90 h	1 Semester
Modultitel	Führungshandeln						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind in der Lage, eigenes und fremdes (Führungs-)Handeln zu analysieren. Die Studierenden kennen aktuelle Methoden der Personalentwicklung im Managementbereich. Die Studierenden verbessern ihre eigenen Sozial- und Personalkompetenzen. 						
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? ¹
1.	151122071 Analyse und Veränderung des Führungshandelns	S	Pfl.	2		Seminararbeit	ja
2.	151122072 Übung Führungstraining	Ü	Pfl.	3		Teilnahme am Führungstraining	nein
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung Die Teilnahme am Führungstraining ist Prüfungsvoraussetzung.							
Anmerkungen Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Management- und Persönlichkeitskompetenz.							

Master of Arts		International Management Studies					
Modul 8 Wahlpflichtmodul 151122080	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes Sem. / jedes 2. Sem.	3 SWS	150 h	50 h	100 h	1 Semester
Modultitel	Case Studies - Management						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden üben konfliktpräventives Kooperations- und Führungsverhalten in Fallstudien ein, um Führungskompetenz zu entwickeln; Die Studierenden können Verhaltens- und Führungskonflikte im Arbeitsalltag erkennen und analysieren; Die Studierenden können konstruktive Lösungsoptionen ableiten und umsetzen.						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> • Konflikte und Konfliktlösung im Arbeitsalltag • Kommunikations- und Führungskonzepte • Faktoren erfolgreicher Führung • Praxistraining durch Fallstudienbearbeitung und Rollenspiele 						
Studienabschnitt	1./2./3. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Werner Fröhlich						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgra d Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151122081 Case Studies - Leadership (Herbst)	S/ Ü	Wpfl.	3	5	Wiss. Hausarbeit	ja
2.	151122082 Case Studies - Aktuelle Wirtschaftsthemen	S/ Ü	Wpfl.	3	5	Wiss. Hausarbeit	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien-leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Wissenschaftliche Hausarbeit (Einzelarbeiten 3000 Wörter, Gruppenarbeiten 2500/Person)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Management- und Persönlichkeitskompetenz. Es besteht die Möglichkeit eine Veranstaltungen aus dem Modul "Case Studies - Management II" zu belegen, um insgesamt 10 CP zu im Modul "Case Studies - Management" angerechnet zu bekommen.						
12.03.2013							

Master of Arts		International Management Studies					
Modul 8 b Wahlpflichtmodul 151122280	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	3 SWS	150 h	50 h	100 h	1 Semester
Modultitel	Case Studies - Management II						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden üben konfliktpräventives Kooperations- und Führungsverhalten in Fallstudien ein, um Führungskompetenz zu entwickeln; Die Studierenden können Verhaltens- und Führungskonflikte im Arbeitsalltag erkennen und analysieren; Die Studierenden können konstruktive Lösungsoptionen ableiten und umsetzen.						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> • Konflikte und Konfliktlösung im Arbeitsalltag • Kommunikations- und Führungskonzepte • Faktoren erfolgreicher Führung • Praxistraining durch Fallstudienbearbeitung und Rollenspiele 						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Werner Fröhlich						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151122281 Case Studies - Management Consulting	S/ Ü	Pfl.	3	5	Wiss. Hausarbeit	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien-leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Wissenschaftliche Hausarbeit (Einzelarbeiten 3000 Wörter, Gruppenarbeiten 2500/Person)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Management- und Persönlichkeitskompetenz. Beachten Sie die Anmerkungen im Modul "Case Studies - Management".						
12.03.2013							

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 9 Wahlpflichtmodul 151122090	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	2 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	Praxisprojekt Strategie – Organisation – Entrepreneurship						
Qualifikations- und Kompetenzziele	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. 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	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							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold Hass						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151122091 Praxisprojekt Strategie – Organisation – Entrepreneurship	P	Pfl.	2	5	Präsentation, Seminararbeit	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen							
-							
³ 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 Uni Flensburg sowie bei Bedarf Videokonferenzen.							

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 10 Wahlpflichtmodul 151122100	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	50 h	100 h	1 Semester
Modultitel	ADA – Ausbildereignungsprüfung						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>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).</p>						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Grundlagen • Planung der Ausbildung • Mitwirkung bei der Einstellung von Auszubildenden • Ausbildung am Arbeitsplatz • Förderung des Lernprozesses • Ausbildung in der Gruppe • Abschluss der Ausbildung 						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151122101 ADA – Ausbildereignungsprüfung	S	Pfl.	3	5	Präsentation, IHK-Prüfung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen		-					
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung		Präsentation sowie theoretische und praktische IHK-Prüfung.					
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				
Modul 11 Wahlpflichtmodul 151122110	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		Berufswahl, Jobsuche und Recruiting					
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 Zweiergruppen erarbeitet, vor der Gesamtgruppe präsentiert und mit dieser diskutiert.					
Inhaltliche Beschreibung		<ul style="list-style-type: none"> • Persönliche Standortbestimmung zur Berufswahl • Potenzialanalyse & Bedeutung von Schlüsselqualifikationen • Zieldefinition und Ableitung von zukünftigen Schwerpunkten für die Berufswahl • Personalauswahl in Unternehmen und Unternehmensberatungen • Erstellung einer Bewerbungsmappe • Durchführung von Auswahlgespräche • Selbstpräsentation • Thema der Masterarbeit • Praktika • Weiterbildungen • Überblick Unternehmensberatungen • Einstiegsmöglichkeiten in den Arbeitsmarkt für Hochschulabsolventen 					
Studienabschnitt		2. Studiensemester					
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche		Prof. Dr. Thomas Behrends					
Zulassungs- voraussetzungen		Keine					
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151122111 Berufswahl, Jobsuche und Recruiting	S	Pfl.	3	5	Präsentation, schriftliche Ausarbeitung , Bewerbungs	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen		-					
³ 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 74 Wahlpflichtmodul 151122690	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	je nach Angebot	3 SWS	150 h	50 h	100 h	1 Semester
Modultitel	Projektmanagement						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> • 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. • 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. • 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. 						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Projektmanagement • Planung zeitlicher Abläufe • Ressourcen-Management • Kosten- und Risikomanagement • Projektsteuerung und Kontrolle • Kommunikation im Projekt • Erstellung von Projektberichten / Reports • Durchführung anhand eines realen Projektes oder von Fallbeispielen • Einführung Projektmanagementsoftware 						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	keine						

Teilmodule

Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungspunkte	Prüfungsform	benotet? ¹
1.	151122691 Projektmanagement	S/N/P	Pfl.	3	5	Projektarbeit, Hausarbeit, Präsentation	ja

¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen	-
--	---

³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	
---	--

Anmerkungen	<ul style="list-style-type: none"> • Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ - Management- und Persönlichkeitskompetenz. • Seminar mit Vorlesungsbestandteilen und Projektarbeit, Einzelpräsentationen, Praxisfallstudien und Rollenspielen. • Durchführung eines Musterprojektes, wenn möglich als reales Projekt mit Unternehmensbezug. • Die Auswahl relevanter Literatur und Unterlagen zur Prüfungsvorbereitung erfolgt jeweils zu Beginn der Veranstaltung. • Das Modul wird je nach Angebot im Winter- oder Sommersemester angeboten.
-------------	---

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 12 Pflichtmodul 151131120	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	10	jedes 2. Sem. (Herbst)	5 SWS	300 h	75 h	225 h	2 Semester
Modultitel	Dänisch I + II (mündlich)						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>Nach 2 Semestern sollte der/die Studierende in der Lage sein in der Fremdsprache: Fachliches Wissen selbstständig und auf einem reflektierten Niveau mit einem relativ hohen Maß an grammatikalischer, idiomatischer und aussprachemäßiger Korrektheit mündlich zu vermitteln; Bei Analysen und Vermittlungsaufgaben relevantes Wissen und relevante Informationen anhand einer relevanten Methodik auszusuchen und zu vermitteln; Unterschiedliche mündliche Kommunikationssituationen bewältigen zu können (Geschäftsgespräche, Verhandlungen, Vorstellungsgespräche, allgemeine und spezifische Vermittlungsaufgaben); Verschiedene regional, sozial, altersbedingt oder geschlechtsspezifisch gefärbte Sprachvariationen weitgehend zu verstehen; Die dänische (oder skandinavische) Gesellschaft im weitesten Sinne zu verstehen.</p> <p>Um später im weitesten Sinne für den Handel mit dem skandinavischen Sprachraum arbeiten zu können:</p> <p>Texte in der norwegischen Mehrheitssprache „bokmål“ weitgehend lesen und verstehen können sowie den sprachhistorischen Zusammenhang mit dem Dänischen verstehen und vermitteln können; Alltägliche Texte in Schwedisch weitgehend lesen und verstehen können sowie den sprachhistorischen Zusammenhang mit dem Dänischen verstehen und vermitteln können.</p>						
Inhaltliche Beschreibung	<p>Die Pragmatik der Zielsprache (verschiedene Register); Das Arbeiten mit einem erhöhten sprachlichen Bewusstsein (durch Arbeit mit unterschiedlichen textlinguistischen und textanalytischen Elementen); Die Analyse und die Vermittlung von unterschiedlichen allgemeinen, betriebsbedingten und wissenschaftlichen Inhalten; Mündliche Beschreibung und Analyse von verschiedenen Fachsprachen; Betriebsbedingte Kommunikationsformen (intern, extern); Das Üben von mündlichen (betrieblichen) Kommunikationsformen (u.a. Cases in Form von Telefongesprächen, Anstellungs- und Verhandlungsgesprächen); Regional, sozial, altersbedingte oder geschlechtsspezifische Sprache; Eine kurze Einführung in die Sprachentwicklung der skandinavischen Sprachen; Eine Einführung in den sprachgeschichtlichen Hintergrund des norwegischen „bokmål“ und des Schwedischen sowie das Üben des Leseverstehens beider Sprachen; Das Lesen und das Besprechen eines zentralen neueren Werkes eines dänischen oder skandinavischen Autors (auf Dänisch)(Fachliteratur oder Schöne Literatur).</p>						
Studienabschnitt	1. 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? ¹
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) ³					mdl. Examen	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen	-						
³ 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 Sprachausbildung zu erbringen.						
17.12.2013							

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 13 Wahlpflichtmodul 151131130	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	Dänisch I + II (schriftlich)						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Nach 2 Semestern sollte der/die Studierende in der Lage sein schriftlich in der Fremdsprache: Fachliches Wissen/fachliche Informationen selbstständig und auf einem reflektierten Niveau mit einem relativ hohen Maß an grammatikalischer und idiomatischer Korrektheit schriftlich zu vermitteln; Bei Analysen und Vermittlungsaufgaben relevantes Wissen/relevante Informationen anhand einer relevanten Methodik schriftlich zu vermitteln; Fachsprachliche Texte beschreiben und analysieren zu können; Texte zu unterschiedlichen Kommunikationssituationen selbstständig erarbeiten zu können; Ein Dänisch zu schreiben, das allen Situationen angepasst und laut sprachlichen Registern angemessen ist.						
Inhaltliche Beschreibung	Erweiterte Grammatik und schriftliche Sprachübungen; Schriftsprachliche Register; Beschreibung, Analyse und Erarbeitung von verschiedenen fachsprachlichen Texten, u.a. schriftliche, betriebliche Kommunikation; Schriftliche Wiedergabe und sprachliche Analyse von norwegischen und schwedischen Texten.						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist z.B. verwendbar für den SDU Masterstudiengang Cand. merc. int..						
Modulverantwortliche	Cand.mag. Ella Mølgaard						
Zulassungs- voraussetzungen							
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
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) ³					Klausur	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ 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. <u>Dieses Modul ist nur beim Doppelabschluss zu belegen.</u>						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 14 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	Englisch I						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls Englisch I sollen die Studierenden in der Lage sein, 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 wirtschaftlich relevanter Ereignisse mit ihrer sprachdidaktischen Verwertung (Erlernen von Ausdrucksformen, Perfektionierung grammatikalischer Kenntnisse). Dies geschieht anhand der Behandlung verschiedener, variabler Themen, die in engem Zusammenhang mit den Studieninhalten anderer Module stehen (z.B. Englisch Business Law, Global Ethics, Intercultural Communication) und deren sowohl mündlicher als auch schriftlicher Bearbeitung unter besonderer Bezugnahme auf die sprachliche Entwicklung und Fertigkeiten der Studierenden.						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Studienleitung IIM / SDU						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151131141 Englisch I	V/ S	Pfl.	3	5	Fallweise Prüfung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung Fallweise mündliche Prüfung, aktive Teilnahme, Abgabe schriftlicher Arbeiten							
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 15 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	Englisch II						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls Englisch II sollten die Studierenden in der Lage sein, sich auch in unvorbereiteten Situationen verhandlungssicher sowohl in der geschriebenen als auch der gesprochenen Sprache bewegen zu können. Mit besonderem Blick auf Großbritannien, die USA und die EU sollen die Studierenden befähigt werden, globale (wirtschafts)politische Themen in der englischen Sprache zu durchdringen.						
Inhaltliche Beschreibung	Das Modul beinhaltet die nähere Betrachtung zentraler politischer Konzepte, Theorien und Persönlichkeiten aus historischer Perspektive; z.B.. Liberalismus, Realismus, Theoretiker und Philosophen (Niccolò Machiavelli, Thomas Hobbes, Immanuel Kant, David Hume, John Locke, Jean-Jacques Rousseau, Hans Morgenthau, Samuel Huntington, u.a.). Darüber hinaus erfolgt die Behandlung verschiedener ökonomischer Strömungen und Theorien, sowie eine Einführung in die Arbeiten bekannter Ökonomen, die Diskussion von (militärischen) Konflikten, das Konzept von Nationen und Nationalitäten, sowie supranationale und internationale Institutionen und ihr Einfluss auf das Weltgeschehen. Bei der Behandlung aller Themen wird auf die Verknüpfung von Inhalten und sprachdidaktischer Verwertung ebendieser geachtet.						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Studienleitung IIM / SDU						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151131151 Englisch II	V/ S	Pfl.	3	5	Fallweise Prüfung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung Fallweise mündliche Prüfung, Präsentationen, aktive Teilnahme, Abgabe schriftlicher Arbeiten							
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 16 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	English I + II – Written Proficiency						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p><u>English I:</u> The course aims at developing the students' writing skills in legal contexts, particularly business law.</p> <p><u>English II:</u> The objective is to develop the students' writing skills in the field of international relations and business.</p>						
Inhaltliche Beschreibung	<p><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.</p> <p><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.</p>						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist z.B. verwendbar für den SDU Masterstudiengang Cand. merc. int..						
Modulverantwortliche	Associate Professor Simon Clement						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
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) ³					Klausur	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	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 Inter-national Management sind gemäß deutscher PO insgesamt 10 CP in der jeweils gewählten Sprachausbildung zu erbringen. Dieses Modul ist nur beim Doppelabschluss zu belegen.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 17 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	Spanisch I – Spanisch in Wirtschaft und Gesellschaft I						
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 C5Studiengänge geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Stephan Panther						
Zulassungsvoraussetzungen	Das Modul setzt ein Sprachniveau von B2.1 voraus.						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151131171 Spanisch I – Spanisch in Wirtschaft und Gesellschaft I	V/ Ü	Pfl.	4	5	Klausur, Tests, mdl. Teilnahme	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Abschlussklausur, Tests während des Semesters, mündliche Teilnahmeleistungen.						
Anmerkungen	Pflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Sprachkompetenz Spanisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 18 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	Spanisch II – Spanisch in Wirtschaft und Gesellschaft II						
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 geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Stephan Panther						
Zulassungs- voraussetzungen	Empfehlung: Das Modul baut auf das Modul 151131171 "Spanisch in Wirtschaft und Gesellschaft I" auf. Sprachniveau B2.1						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151131181 Spanisch II – Spanisch in Wirtschaft und Gesellschaft II	V/ Ü	Pfl.	4	5	Klausur, Tests, mdl. Teilnahme	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen		-					
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung		Abschlussklausur, Tests während des Semesters, mündliche Teilnahmeleistungen.					
Anmerkungen		Pflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Sprachkompetenz Spanisch.					

Master of Arts			International Management Studies				
Modul 19 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		Institutional and Constitutional Economics					
Qualifikations- und Kompetenzziele		Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls sollen Studierende in der Lage sein, 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		Prof. Dr. Stephan Panther					
Zulassungsvoraussetzungen		Keine					
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151132191 Institutional and Constitutional Economics	V	Pfl.	1	1,25	Paper	ja
2.	151132192 Readings in Institutional and Constitutional Economics	Ü	Pfl.	2	3,75	Kurzreferate	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen		-					
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung		Klausur, Kurzreferate und andere mündliche Teilnahmeleistungen (Vorlesung und begleitender Lektürekurs).					
Anmerkungen		Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Interkulturelle Kompetenz. Lehrsprache Englisch.					

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 20 Wahlpflichtmodul 151132200	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	Intercultural Communication						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Awareness of and ability to deal with different cultures and especially their business idiosyncracies is a core skill for International Management Studies.						
Inhaltliche Beschreibung	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.						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Studienleitung						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151132201 Intercultural Communication	S	Pfl.	3	5	Fallweise Prüfung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen -							
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung							
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Interkulturelle Kompetenz. Lehrsprache Deutsch, Englisch oder Dänisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 21 Wahlpflichtmodul 151132210	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	Project on Intercultural Communication						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Awareness of and ability to deal with different cultures and especially their business idiosyncracies is a core skill for International Management Studies.						
Inhaltliche Beschreibung	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 culturo-geographical areas and approaches these at a more advanced level than the basic culture classes.						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Studienleitung						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151132211 Project on Intercultural Communication	S	Pfl.	3	5	Fallweise Prüfung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Interkulturelle Kompetenz. Lehrsprache Deutsch, Englisch oder Dänisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 73 Wahlpflichtmodul 151132240	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	Intercultural Communication I						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Awareness of and ability to deal with different cultures and especially their business idiosyncracies is a core skill for International Management Studies.						
Inhaltliche Beschreibung	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 culturo-geographical areas and approaches these at a more advanced level than the basic culture classes.						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	James Lovejoy, MA PhD						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151132241 Intercultural Communication I	S	Pfl.	3	5	Fallweise Prüfung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Interkulturelle Kompetenz. Lehrsprache Englisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 75 Wahlpflichtmodul 151132250	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	Intercultural Communication II						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Awareness of and ability to deal with different cultures and especially their business idiosyncracies is a core skill for International Management Studies.						
Inhaltliche Beschreibung	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.						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	James Lovejoy, MA PhD						
Zulassungs- voraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme am Modul 151132240 (Intercultural Communication I)						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151132251 Intercultural Communication II	S	Pfl.	3	5	Fallweise Prüfung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen		-					
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung		Short test in the first week of term on the previous module's content (Intercultural Communication I)					
Anmerkungen		Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Interkulturelle Kompetenz. Lehrsprache Englisch.					

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 22 Wahlpflichtmodul 151132220	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	10	jedes 2. Sem. (Herbst)	4 SWS	300 h	60 h	240 h	2 Semester
Modultitel	Intercultural Communication in Business Contexts						
Qualifikations- und Kompetenzziele	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.						
Inhaltliche Beschreibung	In order to reach the goals of the seminar in a research-based way we will: Compare different concepts and theories of "communication", "culture" and "identity"; Reflect on how research methodologies have an impact on findings and application; 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.						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist z.B. verwendbar für den SDU Masterstudiengang Cand. merc. int..						
Modulverantwortliche	Maria Egbert, PhD, Dr. habil, Associate Professor						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151132221 Intercultural Communication in Business Contexts, Part I (Herbst)	V/ S/ Ü	Pfl.	2	5	oral presentation	ja

2.	151132222 Intercultural Communication in Business Contexts, Part II (Frühjahr)	V/ S/ Ü	Pfl.	2	5	take-home exam	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	<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)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ - Interkulturelle Kompetenz.						
17.12.2013							

Master of Arts		International Management Studies					
Modul 23 Wahlpflichtmodul 151132230	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	10	jedes 2. Sem. (Herbst)	4 SWS	300 h	60 h	240 h	2 Semester
Modultitel	Interkulturelle Kommunikation und Unternehmenskommunikation						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden sollen: Problemstellungen in einem betrieblichen/interkulturellen Zusammenhang bestimmen, analysieren und lösen können; Komplexes Wissen und komplexe Daten in einem betrieblichen/interkulturellen Zusammenhang systematisieren können; Für die Wahl der Theorie und Methode zum Lösen betrieblicher/kommunikativer Aufgaben auf einer stichhaltigen Grundlage argumentieren können.						
Inhaltliche Beschreibung	<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. <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..						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist z.B. verwendbar für den SDU Masterstudiengang Cand. merc. int..						
Modulverantwortliche	Dr. Anne Marie Hulgaard						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
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
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ 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 24 Wahlpflichtmodul 151210240	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5 o. 10	jedes Semester	5 SWS	300 h	75 h	225 h	2 Semester
Modultitel	Small Business Management						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden erhalten einen grundlegenden Einblick in die Besonderheiten mittelständischer Arbeits-wirklichkeiten. Ausgehend von einer Vermittlung zentraler theoretischer Zugänge für eine wissenschaftlich gehaltvolle Auseinandersetzung mit KMU erlernen die Studierenden einschlägige Management- und Ge- staltungskonzepte aus verschiedenen betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen hinsichtlich ihrer Ein- setzbarkeit (auch) in Klein- und Mittelbetrieben zu analysieren und ggf. größenspezifische Lösungsäquiva-lente zu entwickeln.						
Inhaltliche Beschreibung	Das Modul beinhaltet eine theoretisch fundierte Erörterung der spezifischen Charakteristika und Problem-lagen 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. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151210241 Small Business Management	V/ Ü	Wpfl.	3	5	Präsentation und Ausarbeitung	ja
2.	151210242 Unternehmensführung im Mittelstand (Frühjahr)	S	Wpfl.	2	5	wiss. Arbeitspapier	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S1.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 25 Wahlpflichtmodul 151210250	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5 o. 10	jedes Semester	5 SWS	300 h	75 h	225 h	2 Semester
Modultitel	Organizational Change and Development						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden erhalten einen umfassenden Einblick in die disziplinäre Vielfalt des Diskurses zum Phänomen organisationaler Innovations- und Veränderungsprozesse; Ausgehend von einer Vermittlung theoretischer Grundlagen werden die Teilnehmer für das Spannungsfeld von „deterministischem Wandel“ und voluntaristischer Entwicklung“ in Organisationen sensibilisiert; Die Studierenden erlernen den reflek-tierten Umgang mit einschlägigen Instrumenten des betrieblichen Innovationsmanagements.						
Inhaltliche Beschreibung	Das Modul umfasst sowohl eine (organisations-)soziologisch informierte Erörterung einschlägiger theore-tischer 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. Studiensemester						
Verwendbarkeit	kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge an der Universität Flensburg oder SDU geöffnet werden [z.B. M.Eng. Energie- und Umweltmanagement, Master Erziehungswissenschaft (in Planung)]						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151210251 Wachstum, Wandel und Organisationsentwicklung (Frühjahr)	S	Wpfl.	2,5	5	Seminararbeit , Präsentation und schriftliche Ausarbeitung	ja
2.	151210252 Innovationsmanagement (Herbst)	S	Wpfl.	2,5	5	Seminararbeit , Präsentation und schriftliche Ausarbeitung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen -							
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung -							
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S1.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 26 Wahlpflichtmodul 151210260	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	Entrepreneurship Theory and Practice						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Ziel des Moduls ist, dass die Studierenden die erforderlichen Fähigkeiten erlernen, ein eigenes Unternehmen zu gründen und die Gründungsinitiativen anderer zu beurteilen. In diesem Zusammenhang ist es entscheidend, neue Unternehmensideen zu identifizieren, zu konzeptionalisieren, zu planen, zu finanzieren und erfolgreich zu managen.						
Inhaltliche Beschreibung	In diesem Modul sollen die Studierenden in das Feld Entrepreneurship eingeführt und mit den notwendigen Planungen für neue Geschäftsideen in einem globalen Umfeld vertraut gemacht werden. Themenkomplexe sind z. B. Einstellungen von Unternehmensgründern, deren Fähigkeiten und Verhaltensweisen, die Entwicklung von Gründerkultur, das Erkennen von Chancen und Risiken, Strategien zur Risikoreduktion, First-Mover-Vorteile und Nachteile sowie der Schutz geistigen Eigentums.						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann auch für andere Studiengänge an der Universität Flensburg oder SDU geöffnet werden (z.B. für den Studiengang Kultur-Sprache-Medien oder Energie und Umweltmanagement).						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Susanne Royer						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151210261 Entrepreneurship Theory and Practice	V/ Ü	Pfl.	3	5	Fallstudienpr äsentation, schriftl. Ausarbeitung mdl	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen -							
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung Mündliche Mitarbeit, Teilnahme an den Fallstudien Diskussionen sowie die Erstellung einer Fallstudienpräsentation (Präsentation und Diskussionsleitung, Abgabe einer Ausarbeitung dazu).							
Anmerkungen Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S1. Lehrsprache Englisch.							

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 27 Wahlpflichtmodul 151210270	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	2 SWS	150 h	50 h	100 h	1 Semester
Modultitel	Entwicklung zur Gründerpersönlichkeit						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden verfügen über soziale, personale und methodische Basiskompetenzen. Hierzu zählen unter anderem Team- und Problemlösungsfähigkeit, Führungskompetenz sowie sicheres Kommunikations- und Konfliktverhalten; Die Studierenden können durch den mit der Hausarbeit einhergehenden Umsetzungsprozess strukturiert und selbstverantwortlich Handeln und Entscheiden; Die vermittelten Kompetenzen können im praktischen Handeln angewandt und gefestigt werden; Die Studierenden als „Gründer von Morgen“ können sich reflektieren.						
Inhaltliche Beschreibung	<u>Workshop - Teil 1:</u> Reflexion der eigenen Persönlichkeit, Motivationsstruktur, Solist oder Teamplayer. <u>Workshop - Teil 2:</u> Umgang mit Erfolg und Misserfolgen, Niederlagen bewältigen, Umgang mit Krisen, Führung der eigenen Person, Führungspersönlichkeit. <u>Workshop - Teil 3:</u> Kommunikations- und Konfliktverhalten, Wirkung nach außen, Rhetorik, Präsentation der eigenen Person, Umgang mit der Öffentlichkeit, Projektmanagement.						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Ilona Ebbers						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
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) ³					Workshopteilnahme, Hausarbeit, Präsentation	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Besuch aller Workshops, Hausarbeit/Projektarbeit, Präsentation. SWS je Workshop 1/3 von Gesamt-SWS.						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S1.						
17.12.2013							

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 28 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	Decision Making in Organizations						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Gerade in kleinen und mittelständischen Unternehmen markieren die Entscheidungsfähigkeiten und der Führungsmannschaft eine erfolgskritische Größe. Im Zuge des Moduls erhalten die Teilnehmer einen Überblick über die Strukturen, Teilaktivitäten und potentiellen Rationalitätsbeschränkungen individueller und kollektiver Entscheidungsprozesse. Auf diese Weise werden die Studierenden für die Anforderungen an eine möglichst umsichtige und rationale Entscheidungsfindung sensibilisiert.						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der deskriptiven Entscheidungstheorie • Individuelle Entscheidungsprozesse • Gruppenentscheidungen • Organisationale Entscheidungsprozesse • Entscheidungsdefekte • Mikropolitik in Organisationen • Entscheidungsunterstützende Instrumente 						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151210281 Decision Making in Organizations	V/ Ü	Pfl.	3	5	Cas-Study Präsentation, schriftl. Ausarbeitung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung -							
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S1.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 29 Wahlpflichtmodul 151210290	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	Forschungsseminar Small Business Management & Entrepreneurship						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>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.</p> <p>Durch Erörterung und Diskussion der relevanten Thematik im Plenum lernen die Studierenden ihre Ergebnisse zu präsentieren, zu verteidigen und sich kritisch mit diesen auseinanderzusetzen.</p>						
Inhaltliche Beschreibung	<p>Die Studierenden sollen sich in ihrer Seminararbeit intensiv mit wechselnden relevanten Themenkomplexen aus dem Bereich „Entrepreneurship and Small Business Management“ auseinandersetzen.</p>						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151210291 Forschungsseminar Small Business Management & Entrepreneurship	S	Pfl.	2	5	Präsentation, Seminararbeit , Korreferat	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen							
-							
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung							
Seminararbeit, Abschlusspräsentation, Erstellung und Präsentation eines Korreferats zu einer anderen Seminararbeit.							
Anmerkungen							
Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S1.							

Master of Arts		International Management Studies					
Modul 30 Wahlpflichtmodul 151220300	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	10	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	5 SWS	300 h	75 h	225 h	1 Semester
Modultitel		Strategic Management: Theory and Practice					
Qualifikations- und Kompetenzziele		Die Vorlesung vermittelt den Studierenden die theoretischen Grundlagen und gängigen Konzepte des strategischen Managements. In der Übung werden verschiedene Fallstudien diskutiert, um die Möglichkeiten der Anwendung der theoretischen Konzepte vor dem Hintergrund realer (oder realitätsnaher) Fälle zu erproben. Ziel des Moduls ist es, die Bestimmungsfaktoren des Unternehmens- und Branchenerfolges zu verstehen.					
Inhaltliche Beschreibung		Um in ihrem jeweiligen Wettbewerbsumfeld überleben zu können, müssen Unternehmen ihr Verhalten und die Beziehung zu den entscheidenden Kunden kontinuierlich überdenken und anpassen. Die Veranstaltung fokussiert auf die Frage, welche Entscheidungen ein Unternehmen treffen sollte, um einen Wettbewerbsvorteil gegenüber seinen Wettbewerbern zu realisieren. Sollte das Unternehmen in einen neuen Markt eintreten? Sollte es die Preise senken oder erhöhen? Sollte das Unternehmen sich diversifizieren, integrieren? Wie werden die Wettbewerber auf diese Entscheidungen reagieren? Wie werden diese Entscheidungen vom Umfeld des Unternehmens beeinflusst?					
Studienabschnitt		2. Studiensemester					
Verwendbarkeit		Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge an der Universität Flensburg 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? ¹
1.	151220301 Strategic Management	V	Pfl.	3	5	Impulsreferat	ja
2.	151220302 Case Studies in Strategy	Ü	Pfl.	2	5	Fallstudienpräsentation	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen		-					
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung		Mündlichen Mitarbeit, Erstellung eines Impulsreferats und einer Fallstudienpräsentation (jeweils Präsentation und Diskussionsleitung, Abgabe einer Ausarbeitung).					
Anmerkungen		Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2. Lehrsprache Englisch.					

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 31 Wahlpflichtmodul 151220310	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	Management strategischer Kooperationen und Unternehmensgrenzen						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden verfügen über die theoretischen und praktischen Grundlagen im Hinblick auf die zwischenbetriebliche Organisationsgestaltung. Sie können nationale und internationale Kooperationsaktivitäten beurteilen, um diese im nächsten Schritt aktiv zu gestalten. Um das zu erreichen, werden theoretisch fundierte Aspekte der unternehmens-übergreifenden Organisation diskutiert und anhand von Fallbeispielen angewendet.						
Inhaltliche Beschreibung	Die Vorlesung/Fallstudienübung vermittelt den Studierenden die Grundlagen der Organisation der wettbewerblichen Rahmenbedingungen und nationaler sowie internationaler zwischenbetrieblicher Beziehungen. Nur wenn es für das Marktgeschehen grundlegende Institutionen gibt, können Märkte entstehen. Diese grundlegenden Institutionen (wie z. B. Eigentums- und Vertragsrecht) bilden deshalb neben der Fokussierung auf zwischenbetriebliche Formen der Zusammenarbeit (marktmachtorientierte und effizienzorientierte Kooperationsformen) sowie die Unternehmensgrenzen den Inhalt dieser Vorlesung.						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge an der Universität Flensburg 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? ¹
1.	151220311 Management strategischer Kooperationen und Unternehmensgrenzen	V/ Ü	Pfl.	3	5	Fallstudienpräse- ntation, schriftl. Ausarbeitung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung Mündlichen 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 32 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	Organisationsgestaltung internationaler Unternehmen						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden verfügen über 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	Die Vorlesung/Fallstudienübung vermittelt den Studierenden die Grundlagen der Organisation international tätiger Unternehmen. In diesem Zusammenhang steht der Prozess der Internationalisierung 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 spielt 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 internationaler Unternehmen behandelt werden, die unterschiedliche Kontexte der internationalen Unternehmenstätigkeit verdeutlichen.						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Susanne Royer						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151220321 Organisationsgestaltung internationaler Unternehmen	V/ Ü	Pfl.	2	5	Fallstudienpräse- ntation, schriftl. Ausarbeitung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ 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 33 Wahlpflichtmodul 151220330	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	Finance						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>Finance is the study of how people allocate scarce resources over time</p> <ul style="list-style-type: none"> • costs and benefits are distributed over time, • but the actual timing and size of future cash flows are often known only probabilistically. Understanding finance helps you evaluate these uncertain cash flows. Students shall be able to understand and perform basic principles of accounting while also looking at the management side of financial decision making. 						
Inhaltliche Beschreibung	<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"> 1. What is Finance? 2. The Financial Environment 3. What is Accountin? 4. Discussion, Review Session 1 5. Accounting Statements 6. Financial Planning 7. Allocation Resources over time 8. Discussion, Review Session 2 9. Analysis of Investment Projects 10. Principles of Market Valuation 11. Valuation of Bonds and Stocks 12. Discussion, Review Session 3 13. Principles of Risk Management 14. Derivatives: Forwards, Futures, Options 15. Exercises 16. Wrap-up of sessions #1-#4 						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Holger Hinz						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						

Teilmodule

Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungspunkte	Prüfungsform	benotet? ¹
1.	151220331 Finance	V	Pfl.	3	5	Klausur	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen		-					
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung		-					
Anmerkungen		Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2. Lehrsprache Englisch.					

17.12.2013

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 34 Wahlpflichtmodul 151220340	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		Seminar on Industry Studies					
Qualifikations- und Kompetenzziele		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.; Facilitate and support students in utilising personal resources and materials so that they can carry out independent research into an aspect of the inter-national economy, using research methods appropriate to the task; Develop the researching, analysing data, presenting data, communication, problem solving, interpersonal and crea-tive skills of students; Be able to critically analyse the major operations of the multinational business.					
Inhaltliche Beschreibung		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.					
Studienabschnitt		2. Studiensemester					
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche		Prof. Dr. Holger Hinz					
Zulassungs- voraussetzungen		Keine					
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet ? ¹
1.	151220341 Seminar on Industry Studies	V/ S	Pfl.	3	5	Präsentation, Forschungsaufs atz	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen		-					
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung		Präsentation und Forschungsaufsatz (2.500 Wörter). Gewichtung: jeweils zu 50%.					
Anmerkungen		Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2. Lehrsprache Englisch.					

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 35 Wahlpflichtmodul 151220350	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	Semest er
Modultitel	International Business						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Apply economic analysis to the study of key aspects of the rationale for the operations of multinational busi-nesses; Analyse the major economic implications of and issues arising from foreign direct investment (FDI); Facilitate and support students in utilising personal resources and materials so that they can carry out indepen-dent research into an aspect of the international economy, using research methods appropriate to the task; Deve-lop the researching, analysing data, presenting data, communication, problem solving, interpersonal and creative skills of students; Be aware of the extent of and the reasons for FDI in the world economy; Be able to critically analyse the major operations of the multinational business; Be in a position to analyse the implications of the increase in FDI, including its impact on the globalisation process and national economies; Be aware of some of the major contemporary issues impinging on multinational businesses' activities.						
Inhaltliche Beschreibung	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.						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Holger Hinz						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151220351 International Business	V	Pfl.	3	5	Klausur, Forschungsaufsatz	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung Klausur und Forschungsaufsatz (2.500 Wörter). Gewichtung: jeweils 50%.							
Anmerkungen Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2. Lehrsprache Englisch.							

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 36 Wahlpflichtmodul 151220360	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	50 h	100 h	1 Semester
Modultitel	Strategic Global Business I - Perspektiven einer globalisierten Wirtschaft: Länderreports						
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							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Werner Fröhlich						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151220361 Strategic Global Business I	S	Pfl.	3	5	wiss. Hausarbeit	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ 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 37 Wahlpflichtmodul 151220370	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	3 SWS	150 h	50 h	100 h	1 Semester
Modultitel	Strategic Global Business II - Perspektiven einer globalisierten Wirtschaft: Internationalisierungsstrategien von Unternehmen						
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							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Werner Fröhlich						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151220371 Strategic Global Business II	S	Pfl.	3	5	wiss. Hausarbeit	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ 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 38 Wahlpflichtmodul 151220380	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		Europe in the Global Economy					
Qualifikations- und Kompetenzziele		Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls sollen Studierende in der Lage sein, sich selbständig For-suchungskontexte 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 For-suchungsliteratur, 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 „Interdisziplin“ (Lake) hat sich im vergangenen Jahrzehnt im Überschneidungsbereich zwischen Politischer Wissenschaft und Ökonomik gebildet und befasst sich mit den Wechselwirkungen zwischen internationaler Politik und internationaler Wirtschaft. Sie reagiert damit auf eine zunehmend globalisierte Ökonomie und Politik. Im Zentrum stehen u.a. Internationale Organisationen, die Organisation globalisierter Wertschöpfungsketten oder auch die Auswirkungen internationaler Wirtschaftsbeziehungen auf nationale Politik. Ausgangspunkt ist Lehrbuchliteratur. Insbesondere im vorlesungsbegleitenden Lektürekurs wird dies durch die Lektüre und Diskussion von Originaltexten vertieft. Dabei kommen aktuelle Beiträge zum Zuge. Inter-disziplinäre Bezüge, insbesondere zwischen politischer Wissenschaft und Ökonomik, sind Kernbestandteil des Moduls.					
Studienabschnitt		2. Studiensemester					
Verwendbarkeit		Modul ist z.B. für den Masterstudiengang European Studies verwendbar und kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge geöffnet werden.					
Modulverantwortliche		Prof. Dr. Stephan Panther					
Zulassungs- voraussetzungen		Keine					
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151220381 Europe in the Global Economy	V	Pfl.	3	5	Hausarbeit, mdl. Teilnahme	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung Hausarbeit und mündliche Teilnahmeleistungen.							
Anmerkungen		Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2. Lehrsprache Englisch. 2-stündige Vorlesung, vorlesungsbegleitender Lektürekurs mit Kurzreferaten und Diskussion.					

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 39 Wahlpflichtmodul 151220390	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		International Development					
Qualifikations- und Kompetenzziele		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.					
Inhaltliche Beschreibung		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.					
Studienabschnitt		2. Studiensemester					
Verwendbarkeit		Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge geöffnet werden.					
Modulverantwortliche		James Lovejoy, MA PhD					
Zulassungs- voraussetzungen		Keine					
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet?¹
1.	151220391 International Development	S	Pfl.	3	5	Klausur, Präsentation	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen		-					
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung		-					
Anmerkungen		Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2. Lehrsprache Englisch.					

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 40 Wahlpflichtmodul 151220400	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	10	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	300 h	45 h	255 h	1 Semester
Modultitel	Comparative Economic Systems						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<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"> • Comparative Economic Systemanalysis • The concept of competitiveness • Comparative analysis of competitiveness • Frameworks for Regional Economic Integration • The Theories of Economic Integration • Common Policies of the EU • Regional Economic Integration and the International Trading System. <p>Regional and sectoral studies i.e. business development programs.</p>						
Inhaltliche Beschreibung	<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"> • Structure the chosen subject and to write a comprehensive research/ seminar-paper • Provide an multi-structural and comprehensive presentation of the topic • Analyze the issue and compare and relate to empirical examples as well as theoretical concepts <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>						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist z.B. für den Masterstudiengang Cand .merc. int. verwendbar.						
Modulverantwortliche	Associate Professor Andreas P. Cornett						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151220401 Comparative Economic Systems	V/ S	Pfl.	3	10	Seminar paper	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung Including oral presentation of preliminary seminar paper during seminar session.							
Anmerkungen Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2. Lehrsprache Englisch.							

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 41 Wahlpflichtmodul 151220410	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	Distance Learning Project on Cooperation						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Veranstaltung vermittelt den Studierenden neben der intensiven Auseinandersetzung mit wechselnden, aktuellen Themen aus dem Bereich der Unternehmenskooperation, reale Kooperationserfahrungen in einem internationalen Kontext.						
Inhaltliche Beschreibung	Im Distance Learning Projekt zur Gestaltung zwischenbetrieblicher Beziehungen wird nicht nur auf aktuelle Themen aus dem Bereich der Unternehmenskooperation (wie z.B. virtuelle Unternehmen oder strategische Allianzen) eingegangen. Zudem wird reale Kooperationserfahrung gesammelt: Die Studierenden arbeiten in räumlich verteilten (nationalen oder internationalen) Teams an einem gemeinsamen Projekt, und zwar unter Nutzung moderner Kommunikationsmedien wie Videokonferenzen, Internet-foren, gemeinsamen Datenbanken, etc..						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge an der Universität Flensburg 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? ¹
1.	151220411 Distance Learning Project on Cooperation	P	Pfl.	3	5	Seminararbeit inkl. Verteidigung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung Aktive Teilnahme an den Projektaktivitäten wird vorausgesetzt. Erarbeitung und Verteidigung der gemeinsamen Seminararbeit.							
Anmerkungen vvanipflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2. Lehrsprache Englisch. 2x3-tägige Workshops in der gesamten Gruppe, zusätzlich Veranstaltungen an der Uni Flensburg sowie Videokonferenzen)							
17.12.2013							

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 70 Wahlpflichtmodul 151220700	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	je nach Angebot	2 SWS	150 h	60 h	90 h	1 Semester
Modultitel	Organisation						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Das Modul vertieft spezielle Fragen und Anwendungsgebiete aus dem Bereich Organisation (z.B. Makro- oder Mikroorganisationsformen, Organisational Behaviour). Die Studierenden sollen in der Lage sein, sich in Spezialthemen der Organisation einzuarbeiten und allgemeine Kenntnisse in speziellen Kontexten sinnvoll anwenden können.						
Inhaltliche Beschreibung	Wechselnd je nach Spezialthema.						
Studienabschnitt	2. oder 3. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Susanne Royer						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151220701 Organisation	V/S	Pfl.	2	5	Fallweise Prüfung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ 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 71 Wahlpflichtmodul 151220710	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	je nach Angebot	2 SWS	150 h	60 h	90 h	1 Semester
Modultitel	General Management						
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 sollen in der Lage sein, sich in Spezialthemen des General Managements einzuarbeiten und allgemeine Kenntnisse in speziellen Kontexten sinnvoll anwenden können.						
Inhaltliche Beschreibung	Wechselnd je nach Spezialthema.						
Studienabschnitt	2. oder 3. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Susanne Royer						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151220711 General Management	V/S	Pfl.	2	5	Fallweise Prüfung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ 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 72 Wahlpflichtmodul 151220720	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	je nach Angebot	2 SWS	150 h	60 h	90 h	1 Semester
Modultitel	Strategie						
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 sollen in der Lage sein, sich in Spezialthemen des Strategischen Managements einzuarbeiten und allgemeine Kenntnisse in speziellen Kontexten sinnvoll anwenden können.						
Inhaltliche Beschreibung	Wechselnd je nach Spezialthema.						
Studienabschnitt	2. oder 3. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Susanne Royer						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	Strategie 151220721	P	Pfl.	3	5	Fallweise Prüfung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ 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 41 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	Strategie und Organisation: aktuelle Themen aus der Praxis						
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 die Studierenden 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							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Susanne Royer						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151220731 Strategie und Organisation: aktuelle Themen aus der Praxis	V/P/S	Pfl.	2	5	Seminararbeit , Präsentation und Koreferat	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen		-					
³ 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. Lehrsprache Deutsch oder Englisch. Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.					

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 42 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	Forschungsseminar Strategie und Organisation						
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 auseinandersetzen.						
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							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Susanne Royer						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151220421 Forschungsseminar Strategie und Organisation	S	Pfl.	3	5	Präsentation, Seminararbeit, Korreferat	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung Abgabe einer Seminararbeit, Abschlusspräsentation, Erstellung und Präsentation eines Korreferats zu einer anderen Seminararbeit.							
Anmerkungen Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2.							

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 43 Pflichtmodul 151310430	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	90 h	60 h	1 Semester
Modultitel	Organizational Behaviour						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>Die Studierenden haben ein vertieftes Verständnis der Rolle des Menschen im wirtschaftlichen Geschehen und kennen Konzepte der Personal- und Organisationsentwicklung.</p> <p>Die Studierenden können theoretische Konzepte und Modelle praktisch umsetzen und diese Umsetzung begleiten und überprüfen.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, komplexere empirische Studien konzeptionell und methodisch nachzuvollziehen und für eigene Arbeiten zu nutzen.</p>						
Inhaltliche Beschreibung	<p>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.</p>						
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? ¹
1.	151310431 Organizational Behaviour	S/ Ü	Pfl.	3	5	Seminararbeit	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung -							
Anmerkungen	Pflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 44 Pflichtmodul 151310440	Leistungspunkte	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	Human Resource Management						
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							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungspunkte	Prüfungsform	benotet? ¹
1.	151310441 Human Resource Management	V/ Ü	Pfl.	3	5	Präsentation und schriftliche Ausarbeitung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen - ³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung - Anmerkungen Pflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.							

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 45 Pflichtmodul 151310450	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	Organisationssoziologie						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden erlernen die Analyse komplexer organisationaler Problemlagen unter Rückgriff auf verschiedene sozial- bzw. organisationstheoretische Erklärungsperspektiven; Sie werden für den verhaltensprägende Einfluss überindividueller Wirkkräfte (Kultur, Struktur etc.) in sozialen Systemen sensibilisiert und erhalten auf diese Weise ein Verständnis für die Notwendigkeit, aber auch für die Grenzen einer gezielten Steuerung korporativer/ kollektiver Akteure.						
Inhaltliche Beschreibung	Die Veranstaltung bietet einen grundlegenden Einstieg in die Organisationssoziologie. Vorgestellt werden zunächst wesentliche Elemente, Argumentationsbausteine und theoretische Perspektiven der organisations-soziologischen Forschung. Darüber hinaus werden ausgewählte sozialtheoretische Erklärungsansätze von/ mit den Studierenden erarbeitet und hinsichtlich ihres jeweiligen Beitrags zur Entwicklung der Management- und Organisationsforschung kritisch diskutiert.						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151310451 Organisationssoziologie	S	Pfl.	3	5	Präsentation und Aufsatz	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen - ³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung - Anmerkungen Pflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.							

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 46 Wahlpflichtmodul 151310460	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	Industrial Relations and Law						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Auf Grundlage eines fundierten (und international vergleichenden) Überblicks über die Funktionsweise des deutschen Systems der „Industriellen Beziehungen“ sowie die Auseinandersetzung mit arbeitsrechtlichen Praxisproblemlagen die Studierenden in die Lage versetzt, personalpolitische Rahmenbedingungen und Entscheidungsprobleme aus struktureller bzw. juristischer Perspektive zu analysieren.						
Inhaltliche Beschreibung	Im Rahmen des Seminars „ <i>Industrial Relations</i> “ werden zentrale Institutionen, Akteure und Entwicklungen des deutschen Wirtschaftssystems bzw. Arbeitsmarktes vorgestellt, erörtert und anhand eines internationalen Ländervergleichs kritisch diskutiert. Die Veranstaltung „ <i>Arbeitsrecht für Personaler und Führungskräfte</i> “ gewährt einen grundlegenden und praxis-nahen Einblick in die arbeitsrechtliche Realität von Unternehmen. Unter der Leitung eines erfahrenen Praktikers und Juristen (Dr. Fabian Geyer, GF des hiesigen Arbeitgeberverbandes) werden reale und zugleich typische arbeitsrechtliche Problemlagen und Fragestellungen bearbeitet.						
Studienabschnitt	1. oder 3. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151310461 Industrial Relations	S	Pfl.	2	3	Fallweise Prüfung	ja
2.	151310462 Arbeitsrecht für Personaler und Führungskräfte	S	Pfl.	2	2	Fallweise Prüfung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 47 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	Methods of Analysis and Design						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden kennen die psychologischen Grundlagen und Kriterien zur Analyse und Bewertung von Arbeitstätigkeiten und die diese umgebenden Bedingungen; Die Studierenden haben einen Überblick über die gängigen psychologischen Arbeitsanalyseverfahren und können ausgewählte Verfahren selbst anwenden; Die Studierenden wissen, wie Analyseverfahren in umfassendere Reorganisations- bzw. Veränderungsprozesse eingebettet werden; Die Studierenden sind in der Lage, ausgewählte Methoden der Personal- und Organisationsentwicklung in einem betrieblichen/organisatorischen Kontext zu bearbeiten und praxisorientierte Gestaltungsvorschläge zu entwickeln.						
Inhaltliche Beschreibung	Wesentliche Inhalte des Moduls sind: Gütekriterien und Standards; Erhebungsmethoden; Verfahren der Arbeits- und Organisationsanalyse; Verfahren der Personalrekrutierung und –auswahl; Personalentwicklung; Organisations-entwicklung; Evaluation; Internationaler Personaleinsatz; Arbeits- und Gesundheitsschutz						
Studienabschnitt	1. 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? ¹
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) ³					Projektpräsen- tation	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Pflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 48 Wahlpflichtmodul 151310480	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	3 SWS	150 h	60 h	90 h	1 Semester
Modultitel	Life Domain Balance						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden kennen Konzepte und Maßnahmen des Life Domain Balance; Die Studierenden kennen die wirtschaftlichen Effekte familienfreundlicher Maßnahmen bzw. können diesen anhand der vermittelten Methoden selbst beurteilen; Die Studierenden sind in der Lage, betriebliche Projekte zu analysieren, zu begleiten und Gestaltungsempfehlungen zu geben.						
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 Analyse-instrumente; 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						
Zulassungsvoraussetzungen	Empfehlung: Der vorherige Besuch der Module 151310430 „Organisational Behaviour“ und 151310470 „Methods of Analysis and Design“.						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
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) ³					Projektpräsentation	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 49 Wahlpflichtmodul 151310490	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	3 SWS	150 h	60 h	90 h	1 Semester
Modultitel	Expatriation and Repatriation						
Qualifikations- und Kompetenzziele	The students know the basics and key concepts of international assignments; The students know the reasons for using international assignments, various types of international assignments and the role of expatriates in supporting international activities; The students are able to use the common strategies and methods to support the expatriates and the ex-patriation/repatriation process; The students have an overview about best practice examples in different areas and cultures.						
Inhaltliche Beschreibung	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.						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Heiner Dunckel						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151310491 Expatriation and Repatriation	V	Pfl.	2	2		nein
2.	151310492 Expatriation and Repatriation: Best Practice	P	Pfl.	1	3		nein
x	Prüfung über gesamtes Modul ("Modulprüfung" - 151310495) ³					Präsentation	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3. Lehrsprache Englisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 50 Wahlpflichtmodul 151310500	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	4 SWS	150 h	120 h	30 h	1 Semester
Modultitel	Gruppen in Organisationen						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden kennen verschiedene Arten von (betrieblichen) Gruppen. Die Studierenden wissen, von welchen Faktoren Gruppenleistung und Gruppenerfolg bestimmt werden. Die Studierenden können Gruppenprozesse analysieren und sind in der Lage, Gruppen zu begleiten und in ihrer Leistung zu verbessern.						
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	Empfehlung: Der vorherige Besuch der Module 151310430 „Organizational Behaviour“ und 151310470 „Methods of Analysis and Design“.						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
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) ³					Referat	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 51 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	Health and Stress at Work						
Qualifikations- und Kompetenzziele	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; Die Studierenden kennen theoretische Modelle über den Zusammenhang von Arbeit und Krankheit bzw. Gesundheit sowie entsprechende empirische Befunde; Die Studierenden sind in der Lage, eine gesundheitsbezogene Fragestellung im betrieblichen Kontext zu bearbeiten und betriebliche Gestaltungs-vorschläge zu entwickeln.						
Inhaltliche Beschreibung	Wesentliche Inhalte des Moduls sind: Arbeitsbegriff und gesellschaftliche Organisation der Arbeit; Gesundheits-begriff; Stresskonzepte; Ressourcen-konzepte; 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						
Zulassungs- voraussetzungen	Empfehlung: Der vorherige Besuch der Module 151310430 „Organisational Behaviour“ und 151310470 „Methods of Analysis and Design“.						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
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) ³					Projektpräsen- tation	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 52 Wahlpflichtmodul 151310520	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	50 h	100 h	1 Semester
Modultitel	Management Consulting I: Theorie und Prozesse der Unternehmensberatung						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden haben vertiefte Kenntnisse über die ständig wachsende Geschäftsbranche „Unternehmensberatung/Management Consulting“ insbesondere in Bezug auf theoretische Fundierung und Prozess-abläufe.						
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	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Werner Fröhlich						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151310521 Management Consulting I	S	Pfl.	3	5	wiss. Hausarbeit	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ 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 53 Wahlpflichtmodul 151310530	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	3 SWS	150 h	50 h	100 h	1 Semester
Modultitel	Management Consulting II: Konzepte und Fallstudien der Unternehmensberatung						
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, Organisations-beratung, Personalberatung usw.); Auftragsdefinition und Angebotserstellung; BeraterInnenqualifikation; Durchführung und Evaluation von Beratungsprojekten; Fallstudien zur Praxis der Unternehmensberatung.						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Werner Fröhlich						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151310531 Management Consulting II	S	Pfl.	3	5	wiss. Hausarbeit	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ 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 54 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	Forschungsseminar Organisational Behaviour & Human Resource Management						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden lernen durch eine intensive schriftliche Auseinandersetzung mit einem eng eingegrenzten Bereich aus dem Schwerpunkt „Organisational Behaviour & Human Resource 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 „Organisational Behaviour & Human Resource Management“ auseinandersetzen.						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151310541 Forschungsseminar Organisational Behaviour & Human Resource Management	S	Pfl.	2	5	Präsentation, Seminararbeit , Korreferat	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ 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 55 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	Medien- und Kommunikationsmanagement						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Vorlesung führt in die grundlegenden Fragen und Problembereiche des Medien- und Kommunikations-managements ein. Studierende sollen grundlegende Aspekte des Managements von Medienunternehmen ver-standen lernen und sich wesentliche theoretische Ansätze aneignen. Sie sollen dabei insbesondere die enge Beziehung zwischen Medien und Werbung verstehen und die Chan-cen und Grenzen alter und neuer Medien für das Kommunikationsmanagement kennen; Sie sollen darüber hinaus diese Grundlagen und Konzepte in wichtigen Teilbereichen des Medien- und Kommunikationsmanagements anwenden können. Besonderer Wert wird dabei auf die Herausforderungen gelegt, die durch neue Informations- und Kommunikationstechnologien (inkl. Mobile und Social Media) entstehen.						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung • Theorie der Werbung • Grundlagen der Mediaplanung • Grundlagen der Online-Kommunikation • Theorie der Information • Theorien der Mediennutzung • Theorie der Medien und Konvergenz • Netzeffekte und Standards • Medienwandel • Content Management • Preisstrategien 						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151320551 Medien- und Kommunikationsmanagement	V / Ü	Pfl.	5	10	Klausur, Gruppenarbeit	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4. Lehrsprache Deutsch oder Englisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 56 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		Strategic Marketing					
Qualifikations- und Kompetenzziele		Der/die Studierende sollte am Ende der Veranstaltung im Stande sein: Ein strategisches Marketingproblem abzugrenzen und zu definieren; Ein strategisches Marketingproblem anhand von relevanter Theorie und Methodik untersuchen, analysieren und lösen zu können; Komplexes Wissen und komplexe Daten zu systematisieren sowie Sachverhalte auszusuchen und zu bewerten, die für die Lösung eines konkreten strategisches Marketingproblem wichtig sind; Die unterschiedlichen Theo-rien und Methoden des Faches kritisch zu bewerten.					
Inhaltliche Beschreibung		Das Strategische Marketing umfasst alle strategischen Fragestellungen, die ein Unternehmen zu identi-fizieren und zu lösen hat. Insbesondere werden folgende Inhalte berücksichtigt: Die strategische Position (Umfeld, strategische Fähigkeiten und Zielsetzung, Unternehmenskultur); Strate-gische Wahlmöglichkeiten (Strategie auf Geschäftsbereichsebene, Ausrichtungen und Strategien auf Gesamtunternehmensebene, internationale Strategien, Innovation und Entrepreneurship, strategische Methoden und Bewertung); Strategie in Aktion (Strategieentwicklungsprozesse, Organisieren für den Erfolg, ressourcenbezogene Strategien, Management des strategischen Wandels); Entwicklung von Strategien.					
Studienabschnitt		1. Studiensemester					
Verwendbarkeit		Modul ist z.B. verwendbar für den SDU Masterstudiengang 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? ¹
1.	151320561 Strategic Marketing	V/ Ü	Pfl.	2	5	Klausur	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen		-					
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung		-					
Anmerkungen		Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4. Lehrsprache Englisch.					

Master of Arts		International Management Studies					
Modul 57 Wahlpflichtmodul 151320570	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	International Marketing						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>The aim of the course is: To introduce the student to the main concepts of international marketing management; 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. Consequently, the student should be able to analyze, select and evaluate the appropriate frameworks for firms approaching international markets. Having followed this course, the student should be better equipped to understand how the firm can achieve global competitiveness through the design and implementation of market-responsive programmes.</p>						
Inhaltliche Beschreibung	<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> <p>1. <i>The decision whether to internationalize</i>: Motives (proactive and reactive) for starting export; Triggers of export initiation; Export barriers/risks; Internationalization behaviour; International competitiveness.</p> <p>2. <i>Deciding which markets/countries to enter</i>: Description and evaluation of the international environment (political/economic/cultural); Deciding which foreign markets are most attractive for the firm's product or service; Preliminary screening; Analyzing market potential; Evaluating company sales potential; Market expansion strategies: Incremental versus simultaneous entry.</p> <p>3. <i>Deciding how to enter the foreign markets</i>: Classification of entry modes: export, intermediate and hierarchical modes; Export modes: Distributors, agents, piggy back, export management company; Intermediate modes: Licensing, franchising and joint ventures; Hierarchical modes: Subsidiaries (Acquisition or Greenfield investment); Foreign divestment; Internet as an entry mode.</p> <p>4. <i>Designing the international marketing programme</i>: Product/services decisions; Pricing decisions and terms of doing business; Distribution decisions (international retailing); Communication decisions (promotion strategies);</p> <p>5. <i>Implementing and coordinating the international marketing programme</i>: International (cross-cultural) sales negotiations; Global Account Management (GAM); Transfer of knowledge and 'best</p>						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist z.B. verwendbar für den SDU Masterstudiengang Cand. merc. int..						
Modulverantwortliche	Associate Prof. Dr. Svend Hollensen						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151320571 International Marketing	V/ Ü	Pfl.	2	5	Klausur oder Hausarbeit	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung -							
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4. Lehrsprache Englisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 58 Wahlpflichtmodul 151320580	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	Business Marketing						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>Having participated in the teaching activities the students should be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • define and delimit a business marketing problem in a company or organisation, • examine, analyze and solve a business marketing problem by means of relevant theories and methods, • evaluate different business marketing theories and methods in a critical way, • use business marketing concepts in an exact, consequent and appropriate way, • be active in a dialogue based on appropriate use of the most important business marketing concepts, models, theories and methods. 						
Inhaltliche Beschreibung	<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>						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Ass. Prof. Dr. Susanne Gretzinger						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151320581 Business Marketing	V/ Ü	Pfl.	2	5	Klausur oder Hausarbeit	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen		-					
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung		Klausur oder Hausarbeit (wird am Semesteranfang bekanntgegeben).					
Anmerkungen		Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4. Lehrsprache Englisch.					

Master of Arts		International Management Studies					
Modul 59 Wahlpflichtmodul 151320590	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	Consumer Marketing						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>Having participated in the teaching activities the students should be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • define and delimit a consumer marketing problem in a company or organisation, • examine, analyze and solve a consumer marketing problem by means of relevant theories and methods, • systematize complex knowledge and data about consumer behavior and select and give priority to circumstances that are essential for the solution of a specific consumer marketing problem, • evaluate different consumer marketing theories and methods in a critical way, • use consumer marketing concepts in an exact, consequent and appropriate way, • argue for the solution of a consumer marketing problem on a valid scientific basis, be active in a dialogue based on appropriate use of the most important consumer marketing concepts, models, theories and methods. 						
Inhaltliche Beschreibung	<p>In the course the special problems that are related to strategic marketing decision-making in companies serving the final consumers are highlighted, e.g. problems that are related to segmentation, differentiation, positioning and the implementation of a chosen marketing strategy. These problems are outlined, defined and understood based on the most recent scientific knowledge of consumer behaviour that includes the consumers' product interpretation, information-processing and decision-making based on individual characteristics and influence from relevant social groups and culture at large.</p> <p>Specific course contents:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Affect, cognition and behaviour 2. Product knowledge and involvement 3. Awareness, comprehension, attitudes and buying intentions 4. Decision-making and problem-solving 5. Customer value and satisfaction 6. Influence from family, reference groups and culture 7. Segmenting consumer markets, targeting and positioning 8. Product and distribution strategy 						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf für andere Studiengänge geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Ph.d. Anna Marie Dyhr Ulrich						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benötet? ¹
1.	151320591 Consumer Marketing	V	Pfl.	2	5	Klausur	ja
¹ Erläuterung bezügl. benöteter Studienleistungen - ³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung - Anmerkungen Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4. Lehrsprache Englisch.							

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 60 Wahlpflichtmodul 151320600	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	90 h	60 h	1 Semester
Modultitel	Unternehmenskommunikation						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Vorlesung führt in die grundlegenden Fragen und Problembereiche der Unternehmenskommunikation ein. Studierende sollen die zentrale Bedeutung von Information und Kommunikation für arbeitsteiliges Wirtschaften verstehen lernen und sich wichtige Kommunikationstheorien aneignen. Sie sollen darüber hinaus diese Grundlagen und Konzepte in wichtigen Teilbereichen der Unternehmenskommunikation (Mitarbeiter, Kunden, Öffentlichkeit) anwenden können.						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung • Ökonomische Bedeutung von Information und Kommunikation • Theorien der Kommunikation • Medien- und Kommunikationswege • Kundenkommunikation • Mitarbeiterkommunikation 						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge an der Universität Flensburg 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? ¹
1.	151320601 Unternehmenskommunikation	V	Pfl.	3	5	Klausur	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 61 Wahlpflichtmodul 151320610	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	je nach Angebot	2 SWS	150 h	60 h	90 h	1 Semester
Modultitel	Medienökonomie						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Veranstaltung analysiert wesentliche Teilbranchen des Mediensektors. Studierende sollen wichtige Rahmenbedingungen und Problemfelder der jeweiligen Sektoren kennen lernen. Sie sollen darüber hinaus diese Grundlagen und Konzepte auf konkrete Managementprobleme anwenden können. Sie sollen überdies Methoden der Branchen- und Fallstudienanalyse aktiv beherrschen.						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung • Theoretischer Bezugsrahmen • Zeitungsmarkt • Buchmarkt • Filmmarkt • Fernsehmarkt • Radiomarkt • Spielmarkt 						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151320611 Medienökonomie	V	Pfl.	2	5	Klausur, Hauarbeit	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung -							
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 62 Wahlpflichtmodul 151320620	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	90 h	60 h	1 Semester
Modultitel	Medienrecht						
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 Medien-unternehmen. Mit dem Abschluss des Moduls gewinnen die Studierenden einen Überblick zu den medienrele-vanten Rechtsbereichen. Systematik, Formen und grundlegende Inhalte des Medienrechts werden deutlich.						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung • Verfassungsrechtliche Grundlagen • Foto- und Bildrecht • Urheberrecht • Domainrecht 						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151320621 Medienrecht	V/ Ü	Pfl.	3	5	Präsentation, Hausarbeit	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen		-					
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung		-					
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 63 Wahlpflichtmodul 151320630	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	Marketing and Media Ethics						
Qualifikations- und Kompetenzziele	This module is one of a series of modules related to business ethics and reflects the commitment in the degree course towards a focus on "values". Competence in ethics helps managers formulate and justify decisions, and predict, avoid or deal with ethical pitfalls which their companies may encounter.						
Inhaltliche Beschreibung	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. This class looks, inter alia, at ethical dilemmas and phenomena which are related to marketing, media and journalism. Examples of past topics include: racial and gender stereotyping in advertising; Benetton; Chicita Banana (journalism ethics/greenwash); viral marketing; advertising to children; media freedom in China; Enron's marketing strategies.						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	James Lovejoy, MA PhD						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151320631 Marketing and Media Ethics	S	Pfl.	3	5	Klausur, Präsentation	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen		-					
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung		-					
Anmerkungen		Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4. Lehrsprache Englisch.					

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 64 Wahlpflichtmodul 151320640	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	2 SWS	150 h	60 h	90 h	1 Semester
Modultitel	Forschungsseminar Marketing und Medien						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden sollen innerhalb eines vorgegebenen Themenfeldes ein Forschungsthema finden und strukturieren können; Sie sollen sich die relevante Literatur erarbeiten und wissenschaftlich aufbereiten können; Sie sollen in der Lage sein, Daten mittels qualitativer Methoden zu erheben und diese im Hinblick auf die Forschungsfrage auszuwerten.						
Inhaltliche Beschreibung	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.						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151320641 Forschungsseminar Marketing und Medien	S	Pfl.	2	5	Hausarbeit, Präsentation	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen -							
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung -							
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4. Lehrsprache Deutsch oder Englisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 65 Wahlpflichtmodul 151320650	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	je nach Angebot	2 SWS	150 h	60 h	90 h	1 Semester
Modultitel	Medienwissenschaft						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Veranstaltung bietet einen Einblick in die Medienwissenschaften. Die Studierenden sollen medien- und kommunikationswissenschaftliche Zugänge zu Medien kennen, verstehen und anwenden können. Sie sollen in der Lage sein, sie mit wirtschaftswissenschaftlichen Ansätzen zu verknüpfen.						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung • Einzelmedientheorien • Linguistische Ansätze • Kommunikationstheoretische Ansätze • Intermedialität • Interkulturelle Perspektiven 						
Studienabschnitt	2. oder 3. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151320651 Medienwissenschaft	V / Ü / S	Pfl.	2	5	Klausur / Seminararb.	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung Klausur oder Seminararbeit							
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4. Lehrsprache Deutsch oder Englisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 66 Wahlpflichtmodul 151320660	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	je nach Angebot	2 SWS	150 h	60 h	90 h	1 Semester
Modultitel	Kulturwissenschaft						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Veranstaltung bietet einen Einblick in die Kulturwissenschaft. Die Studierenden sollen kulturwissenschaftliche Zugänge zu Medien kennen, verstehen und anwenden können. Sie sollen in der Lage sein, sie mit wirtschaftswissenschaftlichen Ansätzen zu verknüpfen.						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung • Grundlagen der Kulturwissenschaften • Kulturwissenschaftliche Medientheorien • Ausgewählte Fragestellungen 						
Studienabschnitt	2. oder 3. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151320661 Kulturwissenschaft	V / Ü / S	Pfl.	2	5	Klausur / Seminararb.	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen -							
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung -							
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4. Lehrsprache Deutsch oder Englisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 67 Wahlpflichtmodul 151320670	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	je nach Angebot	2 SWS	150 h	60 h	90 h	1 Semester
Modultitel	Marketing						
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	2. oder 3. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151320671 Topics in Marketing	V / S	Pfl.	2	5	Klausur/ mündl./Haus- arbeit	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen							
-							
³ 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 68 Wahlpflichtmodul 151320680	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	je nach Angebot	2 SWS	150 h	60 h	90 h	1 Semester
Modultitel	Medienmanagement						
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 Marketings einzuarbeiten und allgemeine Kenntnisse in speziellen Kontexten sinnvoll anwenden können.						
Inhaltliche Beschreibung	Wechselnd je nach Spezialthema.						
Studienabschnitt	2. oder 3. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151320681 Topics in Media Management	V / S	Pfl.	2	5	Klausur/ mündl./Hau- sarbeit	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4. Lehrsprache Deutsch oder Englisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 69 Wahlpflichtmodul 151320690	Leistungspunkte	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	Praxisprojekt Marketing & Medienmanagement						
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	1. oder 3. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungspunkte	Prüfungsform	benotet? ¹
1.	151320691 Praxisprojekt Marketing & Medienmanagement	P	Pfl.	2	5	Präsentation und deren Vorstellung beim Praxispartner	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen	-						
³ 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.						

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	Praktikum						
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 eingericht werden soll, verantwortlich ist. Das Antragsformular ist auf der Homepage des Studienganges verfügbar.						
Studienabschnitt							
Verwendbarkeit							
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? ¹
1.	151340001 Praktikum	P	Pfl.		5	Bericht	nein
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ 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 151330650	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	30	jedes Sem.	5 SWS	900 h	50 h	850 h	6 Monate
Modultitel	Masterthesis						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>Ausgehend von zentralen Themen des Studiengangs sollen die Studierenden bei der Lösung eines eingegrenzten Problems Modelle und Theorien aus verschiedenen im Studiengang vertretenen Disziplinen integrieren können. Die Studierenden sollen nachweisen, dass sie komplexe relevante und interessante Problemstellungen identifizieren und zu ihrer Lösung beitragen können. 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 sollen die erlernten Methoden, Modelle und Theorien auf die jeweilige Problemstellung angewendet werden. 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 sollen Studierende in Form einer mündlichen Präsentation und in einer daran anschließenden Diskussion die wesentlichen Ergebnisse und Thesen der Masterthesis verteidigen.</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>						
Studienabschnitt	4. Studiensemester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Jede Professur						
Zulassungs- voraussetzungen	Abschluss des ersten Teils der Masterprüfung gemäß § 18 PO. Studierende können mit begründetem Sonderantrag ihre Masterthesis vorzeitig beginnen, sofern höchstens noch ein Leistungsnachweis bzw. eine Prüfung/Wiederholungsprüfung aussteht.						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	151330651 Masterthesis		Pfl.	5	30	Abschlussar- beit	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen		-					
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung		Die Masterthesis umfasst im Regelfall 15.000 – 20.000 Wörtern zzgl. vorhandener Verzeichnisse und muss in gebundener und digitaler Form innerhalb von sechs 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.					
Anmerkungen		Der Gesamtworkload beträgt 900 Stunden. Davon entfallen 50h auf Kontaktzeit in Form von Besprechungen und Kolloquium. Die Masterthesis ist nach Absprache mit den Prüfenden in deutscher oder einer Fremdsprache abzufassen.					