



Bachelor of Arts in Global Business

Modulhandbuch

Datum: 11. Februar 2026

Ausführung: 4.0

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
Qualifizierungsziele	4
Studiengangskonzept	5
Lehr- und Lernmethoden	6
Prüfungskonzept	7
Fachgebiete und Module	10
General Business Administration and Economics	10
Systems-oriented Business Administration	10
Financial Management Fundamentals	12
Microeconomics und Macroeconomics	15
Financial Accounting & Reporting	17
Marketing and Sales Management	20
Global Operations & Supply Chain Management	23
Controlling & Management Accounting	25
Laws	27
Law I (CISG - UN law of sale)	27
Comparative International Business Law	29
Quantitative Methods and Research	31
Business Mathematics & Statistics	31
Scientific Methods	33
Process Analysis	35
Applied Research	37
International and Strategic Management	39
Intercultural Management	39
Strategic Organizations & Market Orientation	41
Digitalization and Technology	43
Digital Business Fundamentals	43
Business Informatics	45
Digital Transformation/ Change Management	47
Soft Skills	49
Global Business Communication	49
Human Resource Management	51
Negotiation & Facilitation Skills	53
Electives	55
Neuroscience of Leadership & Decision-Making	57
International Project Management	59
AI Leadership & Technologie-Ethics	61
Purpose Leadership & Corporate Activism	63
Digital Collaboration & Virtual Team Excellence	65
Data Visualization & Communication Skills	67
Multistakeholder Diplomacy & Public Affairs	69
Global Business Specialization: International Management	71
Global Strategic Management	71
International Market Research	73
Cross-Cultural Leadership	79
Global Supply Chain Management	81
Global Business Specialization: Digital Business	84
Data Analytics for Business	84

E-Commerce-Strategies	88
Digital Process Management	92
Artificial Intelligence in Business	94
Work Placement Semester	96
Internship and Presentation	96
Bachelor's Qualification	98
Thesis and Colloquium	98

Qualifizierungsziele

Der Bachelorstudiengang Global Business verfolgt das Ziel, Studierende integrativ und praxisorientiert auf die Übernahme verantwortungsvoller Positionen in international agierenden Unternehmen und Organisationen vorzubereiten. Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, betriebs- und volkswirtschaftliche Zusammenhänge in ihrer globalen Dimension fachlich fundiert zu analysieren, ökonomische, gesellschaftliche und kulturelle Unterschiede zu erkennen und kritisch zu reflektieren.

Der Studiengang fördert die Entwicklung zu selbstständig denkenden, offen und multikulturell agierenden Persönlichkeiten, die mit Innovationskraft Veränderungen gestalten und Führungsaufgaben übernehmen können. Ein besonderer Fokus liegt auf der Vermittlung von interkultureller Kompetenz, der Fähigkeit zur Arbeit in internationalen und diversen Teams sowie dem Verständnis ethischer und nachhaltigkeitsorientierter Handlungsweisen. Die Befähigung zur wissenschaftlichen Arbeitsweise und zur selbstständigen Lösung komplexer Praxisprobleme ist ein weiteres zentrales Ziel, das die Anschlussfähigkeit an internationale Masterprogramme sicherstellt.

Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über fundierte Kenntnisse aus den folgenden Bereichen:

Internationale Betriebswirtschaftslehre und Global Management

- Internationale Geschäftsstrategien und Markteintrittsmodelle
- Global Marketing, internationales Finanzmanagement und grenzüberschreitendes Supply Chain Management
- Interkulturelles Management und Führung multinationaler Teams
- Digitale Geschäftsmodelle und E-Commerce in globalen Märkten

Volkswirtschaftslehre und globale Wirtschaftssysteme

- Mikro- und makroökonomische Zusammenhänge in internationalen Kontexten
- Weltwirtschaft, Handelstheorien und internationale Währungssysteme
- Wirtschaftspolitik und regulatorische Rahmenbedingungen in verschiedenen Regionen
- Nachhaltige Entwicklung und Planetary Boundaries im wirtschaftlichen Kontext

Rechnungswesen, Controlling und Internationales Steuerrecht

- Internationale Rechnungslegungsstandards (IFRS, US-GAAP)
- Finanzanalyse und Management Accounting in multinationalen Unternehmen
- Verrechnungspreise und internationale Steuerplanung
- Controlling-Systeme für globale Organisationen

Internationales Wirtschaftsrecht

- UN-Kaufrecht (CISG) und internationale Vertragsgestaltung
- Rechtssysteme in Europa, Asien und anderen Wirtschaftsräumen
- Compliance, Export- und Sanktionsrecht
- Datenschutz und KI-Regulierung in internationalen Kontexten

Digitalisierung und Technologie im globalen Kontext

- Digital Business Fundamentals und digitale Transformation
- Business Analytics, KI und datengetriebene Entscheidungsfindung
- Cybersecurity und digitales Prozessmanagement
- E-Commerce-Strategien und Plattformökonomie

Quantitative Methoden und empirische Forschung

- Business Mathematics, Statistik und Datenanalyse
- Wissenschaftliche Methoden und Forschungsdesign
- Prozessanalyse und -optimierung
- Anwendungsorientierte Forschungsprojekte

Interkulturelle Kommunikation und Soft Skills

- Business English und professionelle Kommunikation in globalen Teams
- Verhandlungsführung und Mediation in interkulturellen Settings
- Leadership und Change Management
- Projektmanagement und digitale Collaboration

Die Absolventinnen und Absolventen zeichnen sich durch folgende spezifische Kompetenzen aus:

Interkulturelle und globale Kompetenz

- Analyse und Management kultureller Unterschiede in internationalen Geschäftskontexten
- Führung multikultureller und virtueller Teams
- Anpassung von Kommunikations- und Führungsstilen an verschiedene kulturelle Kontexte
- Entwicklung global skalierbarer und lokal angepasster Strategien (Glocalization)

Strategische und analytische Fähigkeiten

- Formulierung und Bewertung internationaler Geschäftsstrategien
- Analyse globaler Märkte und Identifikation von Chancen und Risiken
- Nutzung datengetriebener Methoden für strategische Entscheidungen
- Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle für internationale Märkte

Digital Leadership und Technologiekompetenz

- Gestaltung digitaler Transformationsprozesse in globalen Organisationen
- Einsatz von KI, Analytics und digitalen Plattformen zur Wertschöpfung
- Management von Cybersecurity-Risiken und Compliance-Anforderungen
- Führung in hybriden und remote Arbeitsumgebungen

Ethik, Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung

- Integration von ESG-Kriterien in Geschäftsentscheidungen
- Bewertung ethischer Dilemmata in internationalen Kontexten
- Förderung nachhaltiger und inklusiver Geschäftspraktiken
- Reflexion gesellschaftlicher Auswirkungen unternehmerischen Handelns

Methodische und wissenschaftliche Kompetenz

- Anwendung wissenschaftlicher Forschungsmethoden auf praxisrelevante Fragestellungen
- Durchführung empirischer Studien und internationaler Marktforschung
- Kritische Analyse und Interpretation von Forschungsergebnissen
- Evidenzbasierte Entscheidungsfindung unter Unsicherheit

Kommunikative und soziale Kompetenzen

- Verhandlungsführung und Konfliktlösung in internationalen Settings
- Präsentation komplexer Sachverhalte für diverse Zielgruppen
- Netzwerkaufbau und Stakeholder-Management über Kulturgrenzen hinweg

Studiengangskonzept

Das Studiengangskonzept des Bachelorstudiengangs Global Business ist darauf ausgerichtet, Studierende optimal auf die Herausforderungen einer globalisierten und digitalisierten Wirtschaftswelt vorzubereiten. Es verbindet wissenschaftliche Fundierung mit starkem Praxisbezug und fördert die Entwicklung international ausgerichteter, verantwortungsbewusster Führungspersönlichkeiten.

Der Bachelorstudiengang Global Business verfolgt ein innovatives und zukunftsorientiertes Studienkonzept, das Studierende umfassend auf Führungsaufgaben in internationalen Unternehmen vorbereitet. Das siebensemestrige Studium verbindet wissenschaftliche Fundierung mit intensivem Praxisbezug und ist in drei klar strukturierte Phasen unterteilt.

In der ersten Phase (1.–3. Semester) werden breite betriebs- und volkswirtschaftliche Grundlagen gelegt, ergänzt durch quantitative Methoden, Sprachkompetenz und digitale Grundkenntnisse. Bereits ab dem 2. Semester setzt eine profilbildende Spezialisierung ein, die parallel in zwei Tracks verläuft: International Management (Track A) und Digital Business (Track B).

Die zweite Phase (4.–6. Semester) vertieft diese Spezialisierung durch internationale und strategische Inhalte, ergänzt durch Wahlmöglichkeiten in den Soft Skills. Ein zentrales Element ist die integrierte Praxisphase im 6. Semester, in der die Studierenden ihre Kenntnisse in einem internationalen Unternehmensumfeld anwenden und vertiefen. Diese kann als Praxissemester in einem Unternehmen oder als Auslandssemester an einer unserer Partnerhochschulen absolviert werden. Beide Wege gewährleisten den direkten Theorie-Praxis-Transfer, die Stärkung der persönlichen Profilbildung und den Erwerb wesentlicher internationaler Handlungskompetenzen. Die Praxisphase ist mit 30 ECTS in das Studium integriert. Die abschließende Phase (7. Semester) dient der wissenschaftlichen Vertiefung und der Anfertigung der Bachelorarbeit.

Ein besonderes Merkmal des Studiengangs ist die durchgängige Internationalisierung sowie die Integration interdisziplinärer Inhalte aus Recht, Technologie, Kultur- und Nachhaltigkeitswissenschaften. Zukunftsrelevante Themen wie Künstliche Intelligenz, digitale Geschäftsmodelle, Nachhaltigkeit und globale Lieferketten werden systematisch in das Curriculum eingebunden.

Das didaktische Konzept setzt auf eine ausgewogene Mischung aus Vorlesungen, Seminaren, Fallstudien, Simulationen und projektbasiertem Lernen. Dabei kommen auch digitale und KI-gestützte Lehrformate zum Einsatz. Die Prüfungsformen sind kompetenzorientiert und praxisnah gestaltet.

Ziel ist es, Absolvent:innen auszubilden, die nicht nur über fundiertes Fachwissen verfügen, sondern auch über interkulturelle Kompetenz, strategisches Denkvermögen, digitale Leadership-Fähigkeiten und ein ausgeprägtes Verantwortungsbewusstsein für ethische und nachhaltige Wirtschaftsweisen verfügen.

Lehr- und Lernmethoden

Im Bachelorstudiengang Global Business kommen innovative und vielfältige Lehr- und Lernmethoden zum Einsatz, die konsequent auf den Erwerb internationaler Handlungskompetenzen ausgerichtet sind. Das didaktische Konzept folgt vier zentralen Grundprinzipien:

Studierendenzentriertes Lernen steht im Mittelpunkt, bei dem die aktive Beteiligung der Studierenden durch interaktive Methoden, eigenverantwortliches Lernen und kollaborative Lernformen gefördert wird.

Theorie-Praxis-Integration wird durch die Bearbeitung realer Geschäftsfälle aus internationalen Unternehmen, die Einbindung von Praktikern und Projektarbeiten mit externen Partnern systematisch umgesetzt.

Internationale Ausrichtung zeigt sich in multinationalen Fallstudien, internationalen Quellen, virtueller Zusammenarbeit mit Partnerhochschulen und interkultureller Teamarbeit als zentraler Lernform.

Digitale Kompetenzentwicklung wird durch die Integration digitaler Tools in alle Lernprozesse, den Einsatz von Learning Management Systemen und KI-gestützter Lernunterstützung gefördert.

Der Methodenmix umfasst:

- Vorlesungen zur strukturierten Wissensvermittlung mit interaktiven Elementen
- Seminare zur vertieften Diskussion und kritischen Reflexion
- Übungen zur praktischen Anwendung von Methoden und Tools
- Fallstudienarbeit mit realen Unternehmenssituationen aus verschiedenen Regionen
- Projektbasiertes Lernen in interdisziplinären und internationalen Teams
- Simulationen und Business Games für komplexe Entscheidungssituationen
- Forschungsorientiertes Lernen mit eigener empirischer Forschung
- Digitale und hybride Lernformate mit Blended Learning und virtueller Kollaboration

Begleitet wird dieses Methodenspektrum durch umfassende Unterstützungsangebote wie Mentoring-Programme, Sprachkurse, Career Services und digitale Lernressourcen. Die Prüfungsformen sind konsequent kompetenzorientiert gestaltet und umfassen schriftliche Arbeiten, Präsentationen, Projektarbeiten und simulationsbasierte Prüfungen.

Dieser vielfältige Methodenansatz gewährleistet, dass die Studierenden nicht nur Fachwissen erwerben, sondern auch die für internationale Führungsaufgaben notwendigen analytischen, praktischen und interkulturellen Kompetenzen entwickeln.

Prüfungskonzept

Alle Prüfungen in diesem Studiengang werden in Präsenz durchgeführt. Einige Prüfungsabgaben werden von der zu prüfenden Person selbstständig erstellt und auf einen Abgabeserver hochgeladen.

Der Einsatz von Prüfungen, die zwei Prüfungsformate kombinieren, deren Anteil aber den Rahmen einer Vollprüfung nicht überschreiten sollte und deren Bestandteile sich sinnvoll ergänzen, ist ein wesentliches Merkmal der Modulprüfungen in diesem Studiengang. Sie bilden die Grundlage für die kompetenzbasierte Bewertung.

Diese kompetenzbasierte Bewertung kann durch mehrere zentrale didaktische Prinzipien gerechtfertigt werden:

Fokus auf Kompetenzdemonstration: Kombinierte Assessments setzen direkt auf den Kern des kompetenzbasierten Lernens an, indem sie von den Studierenden verlangen, ihre Fähigkeit zur Anwendung von Wissen und Fähigkeiten in authentischen Kontexten unter Beweis zu stellen. Dies erfasst, was die Schüler tatsächlich tun können.

Förderung von Selbstreflexion und selbstreguliertem Lernen: Der Prozess der Auswahl von Artefakten und des Verfassens reflektierender Statements ermutigt die Studierenden, das eigene Lernen kritisch zu hinterfragen. Dies fördert metakognitive Fähigkeiten und unterstützt das selbstregulierte Lernen, da sich die Schülerinnen und Schüler ihrer Stärken, Schwächen und Lernprozesse bewusster werden.

Ausrichtung mit konstruktiver Ausrichtung: Kombinierte Bewertungen können effektiv an den Prinzipien der konstruktiven Ausrichtung ausgerichtet werden. Die Lernaktivitäten innerhalb des Moduls sollen den Studierenden die Möglichkeit bieten, die im Portfolio bewerteten Kompetenzen zu entwickeln. Die Portfolioinhalte und Bewertungskriterien werden dann direkt mit diesen Lernzielen und Aktivitäten verknüpft, wodurch eine kohärente Lernerfahrung entsteht.

Authentizität und Praxisbezug: Kombinierte Prüfungen können Arbeiten enthalten, die reale Aufgaben und Probleme widerspiegeln, was die Authentizität der Prüfung erhöht. Dies hilft den Studierenden, die Relevanz des Gelernten für die zukünftige berufliche Praxis zu erkennen und steigert ihre Motivation.

Reduzierung von Prüfungsangst und Machtungleichgewicht: Die Kombination verschiedener praktischer und schriftlicher Prüfungsformate in der kombinierten Prüfung sowie die Möglichkeit einer abschließenden Diskussion/Verteidigung fördert die Aktualität der Leistung und kann den hohen Druck reduzieren, der oft mit traditionellen Prüfungen verbunden ist. Die Diskussion kann auch eine dialogischere und weniger hierarchische Beziehung zwischen Prüfer und Student fördern.

Bewertung eines breiteren Kompetenzspektrums: Kombinationsprüfungen eignen sich gut, um nicht nur fachspezifische Kenntnisse und Fähigkeiten, sondern auch interdisziplinäre, soziale und persönliche Kompetenzen wie Reflexion, Kommunikation und Selbstmanagement zu erfassen.

Aussagekraft inhaltlicher Prüfungsformen in Zeiten generativer KI: Mit traditionellen Prüfungsformen, wie Hausarbeiten oder Medienprodukten, werden der Prüferin oder dem Prüfer in Zukunft keine ausreichenden Mittel zur Verfügung stehen, um den Einfluss bzw. die Gewichtung des Einsatzes generativer KI-Tools in der Prüfungsleistung differenziert zu bewerten.

Modulprüfungen kombinieren verschiedene Kompetenzprüfungen. So wird Sach- und Methodenwissen mit praktischen Fertigkeiten und/oder der Fähigkeit, die eigene Arbeit zu präsentieren, kombiniert. Prüfungen, die diesen Ansatz anwenden, zeichnen sich durch folgende Anforderungen/Lernziele aus:

Die schriftlichen Prüfungsleistungen in Form von Hausarbeiten können je nach Modulzielsetzung und didaktischer Ausrichtung verschiedene Formate annehmen. Hierzu zählen unter anderem: klassische wissenschaftliche Hausarbeiten, Projektdokumentationen, Portfolios, Fallstudienanalysen, Exposés oder Business-Pläne. Die konkrete Ausgestaltung wird von den Lehrenden zu Beginn des Moduls bekannt gegeben und orientiert sich an den spezifischen Kompetenzzielen des jeweiligen Moduls.

Die Kombination aus Klausur und Hausarbeit gewährleistet, dass sowohl das grundlegende Fachwissen (geprüft in der Klausur) als auch die Fähigkeit zur strukturierten, tiefgehenden schriftlichen Analyse eines komplexen Problems unter Anwendung wissenschaftlicher Arbeitsmethoden (geprüft in der Hausarbeit) valide abgebildet werden.

Kombination von Prüfungsformen	Didaktische Begründung
Sc, Mü Schriftlich: Hausarbeit, Seminararbeit, Praxisbericht im Umfang von 6 bis 15 Seiten Mündlich: Präsentation 10 bis 30 Minuten oder Reflexionsgespräch, 15 Minuten	▪ Mit der Ausarbeitung einer Thematik, die schriftlich in Form einer Seminar- bzw. Hausarbeit entsteht, wird die Befähigung zur Analyse und darauf aufbauend der Darstellung von Lösungsansätzen sowie der Herleitung von angemessenen Schlüssen geprüft. Gleichzeitig wird die Kompetenz erfasst, mit einem Zielpublikum in angemessener Weise zu kommunizieren. ▪ In der Präsentation zeigen Studierende, dass sie eigene Erkenntnisse und das eigene Vorgehen in einer Präsentation oder einem Referat in mündlicher Form ggf. auch mediengestützt. Damit zeigen sie die Befähigung zur Wiedergabe eigener Erkenntnisse in einer neuen Form und deren Vermittlung in einer zielgruppenangemessenen Darstellung. ▪ Sie reflektieren ihre Arbeits- und Vorgehensweise sachkritisch und ziehen daraus Schlüsse ihre eigene Arbeitsweise zu verbessern.
Sc, Mü Schriftlich: Klausur, 60 Minuten Mündlich: Fachgespräch, 15 Minuten	▪ Die Kombination aus Klausur und mündlicher Prüfung in Form eines Fallgesprächs gewährleistet, dass sowohl das grundlegende Fachwissen (geprüft in der Klausur) als auch die Fähigkeit zur spontanen, analysierenden Diskussion und argumentativen Vertretung von Lösungen in praxisnahen Situationen (geprüft im Fallgespräch) valide abgebildet werden.
Sc, Pr Schriftlich: Klausur, 60 Minuten Praktische Prüfung, 60 Minuten	▪ In einer Klausur wird das faktische Wissen und dessen Anwendung auf fachtypische Fragestellungen erfasst. ▪ In der praktischen Prüfung wird erfasst, inwieweit das erlernte Wissen anwendungsbereit eingesetzt werden kann.
Sc, Pr Schriftlich: Klausur, 60 Minuten Praktisch: Projekt: Dokumentation 4 Seiten	▪ In einer Klausur wird das faktische Wissen und dessen Anwendung auf fachtypische Fragestellungen erfasst. ▪ In der praktischen Prüfung wird eine angemessene Projektarbeit durchgeführt und das Vorgehen dokumentiert. Durch die Dokumentation wird die Befähigung zur Reflexion des eigenen Vorgehens erfasst.
SC, Pr Schriftlich: Hausarbeit 6 Seiten Praktische Prüfung, 15 Minuten	▪ Mit der Ausarbeitung einer Thematik, die schriftlich in Form einer Seminar- bzw. Hausarbeit entsteht, wird die Befähigung zur Analyse und darauf aufbauend der Darstellung von Lösungsansätzen sowie der Herleitung von angemessenen Schlüssen geprüft. Gleichzeitig wird die Kompetenz erfasst, mit einem Zielpublikum in angemessener Weise zu kommunizieren. ▪ In der praktischen Prüfung wird die Vorgehensweise in der Umsetzung einer Aufgabenstellung und die Anwendung fachpraktischer bzw. methodischer Kompetenzen erfasst.
Sc, Mü	▪ Mit der Bachelorarbeit zeigen die Studierenden, dass sie komplexe Fragestellungen analysieren, bewerten und reflektieren können. Sie sollen auch die Kompetenz zur Erarbeitung mindestens einer angemessenen

Schriftlich: Bachelorarbeit, 40 – 50 Seiten Mündlich: Kolloquium, 30 Minuten	Lösung zeigen. Dazu nutzen sie wissenschaftliche Methoden und wählen geeignete Literaturen, Methoden, Forschungsdesigns usw. zur Erarbeitung der Lösung und Begründung der Auswahl des Endergebnisses. ▪ Im Kolloquium stellen sie das Ergebnis sowie das eigene Vorgehen der Erarbeitung der Bachelorarbeit dar und stellen sich den Prüfungsfragen.
--	--

Fachgebiete und Module

Fachgebiet	General Business Administration and Economics	GBB 1
Modul	Systems-oriented Business Administration	GBB 1.1

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage in 6 h
Lernzeit (h)	82	
Semester	1	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 30 %/ Seminar 40 %/ Übung 30 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten)	
Prüfungsleistung	Undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, die Kernprinzipien des systemischen Denkens (z. B. Interdependenzen, Feedbackschleifen, Emergenz) zu erklären, die auf die Wirtschaft angewendet werden. Sie können ein globales Unternehmen anhand eines bestimmten Geschäftsmodell-Frameworks (z. B. Business Model Canvas, V4 Framework) analysieren. Schließlich werden sie in der Lage sein zu bewerten, wie sich verschiedene Managementmodelle (z.B. hierarchisch, vernetzt, agil) auf die Reaktionsfähigkeit von Organisationen in globalen Kontexten auswirken. Die Studierenden sind in der Lage, ▪ wichtige Abhängigkeiten innerhalb eines globalen Geschäftssystems und seiner externen Umgebung zu modellieren, ▪ Geschäftsmodelle für spezifische internationale Marktchancen oder -herausforderungen zu entwerfen oder anzupassen, ▪ Systemischen Auswirkungen (z. B. finanzielle, operative, reputationsbezogene) globaler Risiken (z. B. politische Instabilität, Währungsschwankungen, Pandemie) auf ein multinationales Unternehmen zu analysieren, ▪ Strategien zu entwickeln, die die Systemdynamik nutzen, um Wettbewerbsvorteile in einem globalen Umfeld zu erzielen
--------------------------------	--

Inhalte	1. Systemdenken im Business: Traditionelles vs. systemisches Management, Interdependenzen in globalen Unternehmen 2. Business Model als System: Business Model Canvas, VP Canvas, Plattform- Geschäftsmodelle (Netzwerkeffekte verstehen, Zwei-/Mehrseitige Märkte) 3. Systemische Grundkonzepte: Systemelemente & Beziehungen (Supply Chain), Feedback-Loops (Reinforcing Loops, Balancing Loops), Emergenz und Komplexität 4. Managementmodell in der Praxis: Traditionelle Hierarchie, Matrix-Strukturen und Agile Organisationen 5. Globaler Kontext: Globale Wertschöpfungsketten als Systeme, Internationale Institutionen, Nachhaltigkeit als Systemherausforderung 6. Anwendung & Integration: Stakeholder-Mapping, Szenario-Denken 7. Donut Economics (Kate Raworth) für systemische Nachhaltigkeit 8. Digital Twin Konzepte für Geschäftsmodelle 9. Web3 und Decentralized Business Models 10. Impact Measurement Frameworks (B Lab, IRIS+)
Literatur	Iansiti, M., & Lakhani, K. R. (2020). Competing in the Age of AI: Strategy and Leadership When Algorithms and Networks Run the World. Harvard Business Review Press. Gassmann, O., et al. (2020). The Business Model Navigator (2nd ed.). FT Press. Kim, D. H., & Anderson, V. (2019). Systems Thinking Tools: A User's Reference Guide. Pegasus Communications. Laloux, F., & Appert, E. (2023). Reinventing Organizations Illustrated. Nelson Parker. Meadows, D. H. (2008). Thinking in Systems: A Primer. Chelsea Green Publishing. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries. Wiley. Parker, G. G., et al. (2016). Platform Revolution. Norton. Raworth, K. (2024). Donut Economics in Practice. Chelsea Green. Rockström, J., et al. (2023). Safe and Just Earth System Boundaries. Nature 619. World Economic Forum (2024). Stakeholder Capitalism Metrics 2.0.

Fachgebiet	General Business Administration and Economics	GBB 1
Modul	Financial Management Fundamentals	GBB 1.2

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage in 6 h
Lernzeit (h)	82	
Semester	1	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 35 %/ Seminar 30 %/ Übung 35 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten)	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können die Kernbestandteile der Hauptabschlüsse (Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Kapitalflussrechnung) definieren, erläutern und deren wechselseitige Zusammenhänge erklären, das Konzept des Zeitwerts des Geldes (TVM) erläutern und seine entscheidende Rolle als Grundlage für finanzwirtschaftliche Entscheidungsfindung begründen, die fundamentale Beziehung zwischen Risiko und Rendite beschreiben, gemeinsame Finanzierungsquellen (Fremdkapital und Eigenkapital) identifizieren und deren grundlegende Merkmale gegenüberstellen sowie wichtige Finanzkennzahlen zur Bewertung von Rentabilität, Liquidität, Solvenz und Effizienz erkennen und deren Aussagekraft interpretieren. Die Studierenden sind in der Lage, ▪ grundlegende Finanzberechnungen durchzuführen (z. B. PV, FV, NPV, einfache Kennzahlen), ▪ die finanzielle Leistung und Position eines Unternehmens anhand seiner Jahresabschlüsse und Kennzahlen zu analysieren, ▪ die finanzielle Attraktivität einfacher Investitionsprojekte anhand des NPV und der Amortisationszeit zu bewerten, ▪ die Auswirkungen grundlegender Finanzierungsentscheidungen (z. B. Fremdkapital vs. Eigenkapital) auf den Jahresabschluss und das Risikoprofil eines Unternehmens zu bewerten und
--------------------------------	---

	▪ grundlegende Finanzinformationen und -analysen klar und prägnant zu kommunizieren
Inhalt	1. Grundlagen der Finanzbuchhaltung: Zweck und Struktur der Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Kapitalflussrechnung. Rechnungsabgrenzung vs. Kassenabrechnung. Grundlegende Grundlagen der Rechnungslegung. 2. Analyse des Jahresabschlusses: Kennzahlen (Liquidität: Kurzfristig/Schnell; Solvenz: Fremd-/Eigenkapital; Rentabilität: ROA/ROE/ROS; Effizienz: Bestands-/Forderungsumschlag). Interpretieren von Trends und vergleichen. 3. Zeitwert des Geldes (TVM), Barwert (PV), Zukunftswert (FV), Renten, Ewigkeiten. 4. Grundlagen der Kapitalbudgetierung: Kapitalwert (NPV), Interner Zinsfuß (IRR), Amortisationszeit (Konzepte und Berechnung). 5. Risk & Return Fundamentals: Risikobegriff, Diversifikation (Grundidee), risikofreier Zinssatz, Risikoprämie. 6. Finanzierungsquellen: Merkmale von Fremdkapital (Kredite, Anleihen) und Eigenkapital (Stammaktien, Gewinnrücklagen). Kapitalkosten (Grundkonzept). 7. Grundlagen des Working Capital Managements: Konzepte des Bargeld-, Bestands-, Forderungs- und Verbindlichkeitsmanagements, CCC- Berechnung, Liquidität vs. Rentabilität (z. B. Amazon) 8. Globaler Kontext (Einleitung): Einfluss von Wechselkursen auf Abschlüsse (Einführung in die Umrechnungsrisiken), Kenntnis der International Financial Reporting Standards (IFRS) im Vergleich zu lokalen GAAP, Sales-driven Forecasting, Proforma Statements 9. Digitale Finance-Tools: Fintech-Grundlagen (Payment, Lending, Robo-Advisors), Einführung Power BI (Dashboards), Sustainable Finance & ESG Integration, ESG-Rating-Agenturen und ihre Rolle, Green Bonds, Social Bonds, Sustainability-Linked Loans, EU Taxonomy für nachhaltige Aktivitäten, Impact Investing und Blended Finance. 10. Globaler Kontext: Währungsrisiko-Basics (Transaction vs. Translation Exposure), IFRS vs. US-GAAP: Hauptunterschiede, Wechselkurs-Impact auf NPV, Digital Assets & Alternative Finance: Blockchain-basierte Finanzen (DeFi-Grundlagen), Tokenomics und Utility Tokens, Central Bank Digital Currencies (CBDCs).
Literatur	Atrill, P., & McLaney, E. (2023). Buchhaltung und Finanzen für Nicht-Spezialisten (12. Aufl.). Pearson. Berk, J., DeMarzo, P., & Harford, J. (2023). Grundlagen der Unternehmensfinanzierung (5. Aufl.). Pearson. Brealey, RA, Myers, SC, Allen, F., & Edmans, A. (2023). Prinzipien der Unternehmensfinanzierung (14. Aufl.). McGraw-Hill. Damodaran, A. (2023). Damodaran on Valuation: Security Analysis for Investment and Corporate Finance (3. Aufl.). Wiley. Damodaran, A. (2024). Corporate Finance: Theory and Practice (6th ed.). Wiley. Hillier, D., Clacher, I., Ross, S., Westerfield, R., & Jordan, B. (2023). Grundlagen der Unternehmensfinanzierung (4. Europäische Auflage). McGraw-Hill.

	Kimmel, PD, Weygandt, J. J., & Kieso, D. E. (2023). Finanzbuchhaltung: Werkzeuge für die unternehmerische Entscheidungsfindung (9. oder 10. Can. Aufl.). Wiley. Libby, R., Libby, P., & Hodge, F. (2023). Finanzbuchhaltung (11. Aufl.). McGraw-Hill. Ross, S. A., et al. (2022). Corporate Finance (13th ed.). McGraw-Hill. Schoenmaker, D. & Schramade, W. (2024). Principles of Sustainable Finance. 3rd ed. Oxford. Shapiro, A. C. (2022). Multinational Financial Management (11th ed.). Wiley.
--	---

Fachgebiet	General Business Administration and Economics	GBB 1
Modul	Microeconomics und Macroeconomics	GBB 1.3

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage in 6 h
Lernzeit (h)	82	
Semester	1	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 40 %/ Seminar 30 %/ Übung 30 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten)	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, mikroökonomische Modelle von Angebots-, Nachfrage- und Marktstrukturen anzuwenden, um das Geschäftsumfeld zu analysieren und die Auswirkungen von Interventionen vorherzusagen. Sie werden die Kompetenz entwickeln, wichtige makroökonomische Indikatoren zu interpretieren, um die wirtschaftliche Stabilität und Gesundheit verschiedener Länder zu bewerten. Darüber hinaus werden sie in der Lage sein, zu bewerten, wie die Fiskal- und Geldpolitik Wechselkurse, Zinssätze und die allgemeinen Geschäftsbedingungen beeinflusst. Letztendlich werden sie in der Lage sein, wirtschaftliches Denken zu nutzen, um fundierte, evidenzbasierte Entscheidungen in einer komplexen globalen Wirtschaftslandschaft zu treffen. Die Studierenden sind in der Lage, ▪ am Rande zu denken, Anreize zu verstehen und Kompromisse zu erkennen, was für die strategische Entscheidungsfindung von entscheidender Bedeutung ist. (Wirtschaftliches Denken) ▪ vereinfachte Wirtschaftsmodelle zu verwenden, um die Komplexität der realen Welt zu durchbrechen und überprüfbare Vorhersagen über das Marktverhalten zu erstellen. (Modellbasierte Analyse) ▪ Wirtschaftsnachrichten, Datenberichte und politische Ankündigungen zu lesen und zu interpretieren und ihre unmittelbaren Auswirkungen auf die globale Wirtschaft zu verstehen. (Globale Wirtschaftskompetenz)
--------------------------------	--

	die Politik von Regierungen und Zentralbanken kritisch zu bewerten, nicht nur im Hinblick auf ihre innenwirtschaftlichen Auswirkungen, sondern auch auf ihre Spill Over-Auswirkungen auf die Weltwirtschaft. (Policy Assessment)
Inhalt	Mikroökonomie Inhalt: - Ökonomisches Denken und Grundprinzipien: Knappheit, Opportunitätskosten, Grenzanalyse, Trade-offs & Production Possibility Frontier - Märkte, Preise & Elastizität: Angebot und Nachfrage, Elastizität, - Produktion & Kosten: Short-Run vs. Long-Run, Fixed vs. Variable Costs, Marginal Cost & Average Cost, Economies of Scale - Marktformen und Wettbewerb: Perfekter Wettbewerb, monopolistischer Wettbewerb, Oligopol, Monopolen I; Analyse des strategischen Zusammenspiels und der Preissetzungsmacht. - Behavioral Economics: Heuristiken, Biases, Nudging-Theorie - Digital Economics: Netzwerkeffekte, Multi-sided Markets, Lock-in-Effekte - Marktversagen und staatliche Eingriffe: Externalitäten, öffentliche Güter, die wirtschaftlichen Gründe für (und gegen) Regulierung, Handelsprotektionismus. Makroökonomischer Inhalt - Messung der Wirtschaft: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung (BIP), Inflationsindizes, Arbeitslosenquoten. - Konjunktur und Wachstum: Faktoren, die das Wirtschaftswachstum und die Produktivität antreiben, Business Cycle, langfristiges Wachstum (Produktivität, Technologie und Innovation), Planetary Boundaries und ökonomisches Wachstum: Degrowth vs. Green Growth, Circular Economy Makromodelle. - Kurzfristige Schwankungen: Aggregierte Nachfrage und aggregiertes Angebotsmodell, der Konjunkturzyklus. - Makroökonomische Politik: Fiskalpolitik: Staatsausgaben und Steuern. - Geldpolitik: Die Rolle der Zentralbanken, die Zinssätze, die Geldmenge. - Die offene Wirtschaft: Wechselkurse, Zahlungsbilanz, Kapitalströme und die Verflechtung der Volkswirtschaften, Geoeconomics: Wirtschaftssanktionen, Lieferketten-Resilienz, Economic Statecraft
Literatur	Acemoglu, D., Laibson, D., & List, J. A. (2019). Volkswirtschaftslehre (2. Aufl.). Pearson. Hubbard, R. G., & O'Brien, A. P. (2021). Volkswirtschaftslehre (8. Aufl.). Pearson. Krugman, P., Obstfeld, M., & Melitz, M. J. (2023). Internationale Wirtschaft: Theorie und Politik (12. Aufl.). Pearson. Krugman, P., & Wells, R. (2023). Economics (6th ed.). Worth Publishers. Mankiw, N. G. (2023). Grundlagen der Ökonomie (10. Aufl.). Cengage Lernen. Raworth, K. (2017). Doughnut Economics. Random House. Rochet, J.-C. & Tirole, J. (2023). Platform Competition. MIT Press. Thaler, R. & Sunstein, C. (2021). Nudge: The Final Edition. Penguin.

Fachgebiet	General Business Administration and Economics	GBB 1
Modul	Financial Accounting & Reporting	GBB 1.4

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage in 6 h
Lernzeit (h)	82	
Semester	1	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 30 %/ Seminar 35 %/ Übung 35 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten)	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, - die drei Kernabschlüsse – Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz und Kapitalflussrechnung – gemäß den wichtigsten Rechnungslegungsgrundsätzen zu erstellen und zu interpretieren und diese Aussagen mithilfe der Verhältnisanalyse zu analysieren, um die Rentabilität, Liquidität und allgemeine finanzielle Gesundheit eines Unternehmens zu bewerten. - die wichtigsten Unterschiede zwischen internationalen Rechnungslegungsrahmen, insbesondere IFRS und US-GAAP, zu erläutern. - die Qualität von Finanzberichten kritisch zu bewerten, die Auswirkungen von Rechnungslegungsentscheidungen zu verstehen und die Rolle der Wirtschaftsprüfung bei der Gewährleistung der Glaubwürdigkeit zu schätzen. Die Studierenden können - einen Jahresbericht eines Unternehmens lesen und verstehen. (Finanzielle Bildung) - quantitative Daten verarbeiten, Trends erkennen und aussagekräftige Schlussfolgerungen über die finanzielle Gesundheit eines Unternehmens ziehen. (Numerische und analytische Kompetenz)
--------------------------------	--

	- Finanzdaten zur Unterstützung von Geschäftsentscheidungen wie Investitionen, Kreditvergabe und Leistungsbewertung verwenden. (Entscheidungsfähigkeit) Die Studierenden wissen und verstehen - die präsentierten Zahlen zu hinterfragen. Sie verstehen der Subjektivität, die mit buchhalterischen Schätzungen (z. B. Abschreibungen, Rückstellungen) verbunden ist, und Erkennen von Potenzialen für ein "Ertragsmanagement". (Kritisches Denken) - finanzielle Erkenntnisse und deren Auswirkungen für ein nicht-technisches Publikum zu artikulieren. (Kommunikationsfähigkeiten)
Inhalte	- Gründe für die Rechnungslegung: Stakeholder & Informationsbedürfnisse, Agency Problem, Financial vs. Managerial Accounting, Grundprinzipien (Accrual, Going Concern, Materiality, Conservatism) - Die Bilanz (Balance Sheet): Grundgleichung: Assets = Liabilities + Equity, Asset-Seite, Liability-Seite: Current Liabilities, Non-Current Liabilities, Contingent Liabilities, Equity, Struktur-Analyse, Asset-Heavy vs. Asset-Light Geschäftsmodelle, Liquidity vs. Solvency - Gewinn- & Verlustrechnung (Income Statement): Struktur (Top-Down), Kritisches Verständnis, Praxisbeispiele - Cashflow Statement: Abschnitte Operating, Investing, Financing Activities), Free Cash Flow Berechnung (FCF = Operating CF – CapEx) - Verbindung der 3 Statements: Articulation (Net Income, Cash Bilanz), von Accrual zu cash Timing-Differenzen, Non-Cash Items) - Financial Ratio Analysis: Liquidität, Profitabilität (ROA, ROE, DuPont Analysis), Solvenz, Effizienz (Asset Turnover etc.) - Markt-Kennzahlen & Bewertung: Price-to-Earnings (P/E), Price-to-Book (P/B) Price-to-Sales (P/S) etc., Integrated Reporting & Natural Capital Accounting: IIRC Framework und <IR>, Natural Capital Protocol (Capitals Coalition), True Cost Accounting für Externalitäten" - Kritisches Lesen von Geschäftsberichten: Struktur eines Annual Reports (MD&A, Financial Statements etc.), Off-Balance-Sheet Items - Red Flags & Earnings Quality: Bedeutung, Earnings Quality-Indikatoren, - Internationale Rechnungslegung: IFRS vs. US-GAAP, CTA (Cumulative Translation Adjustment), Konvergenz-Bemühungen (IASB + FASB)
Literatur	Deloitte (2024): ESG and Financial Reporting Integration: Practical Guide Ernst & Young (2024): Transfer Pricing in the Digital Economy: OECD Guidelines EU Commission (2024): CSRD Implementation Guidelines: Sustainability Reporting Standard. IFRS Foundation (2024). ISSB Standards: IFRS S1 & S2. International Accounting Standards Board (IASB). (2024). IFRS-Standards: Verpflichtend für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2024 erscheinen. IFRS-Stiftung.

	Robinson, T. R., Henry, E., Pirie, W. L., & Broihahn, M. A. (2020). Analyse des internationalen Jahresabschlusses (4. Aufl.). Wiley. KPMG (2024): Digital Finance Transformation: AI in Accounting and Reporting PwC (2024): IFRS and US GAAP: Similarities and Differences. Pricewaterhouse-Coopers LL Weiß, G. I., Sondhi, A. C., & Fried, D. (2012). Die Analyse und Verwendbarkeit von Jahresabschlüssen (3. Aufl.). Wiley. Weygandt, J. J., Kimmel, PD, & Kieso, D. E. (2024). Finanzbuchhaltung mit internationalen Rechnungslegungsstandards (5. Aufl.). Wiley.
--	---

Fachgebiet	General Business Administration and Economics	GBB 1
Modul	Marketing and Sales Management	GBB 1.5

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage in 6 h
Lernzeit (h)	82	
Semester	2	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 25 %/ Seminar 45 %/ Übung 30 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 6 Seiten) und mündlich (Präsentation, 15 Minuten)	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, - den STP-Prozess (Segmentierung, Targeting, Positionierung) in unterschiedlichen kulturellen/wirtschaftlichen Kontexten zu erläutern. - die wichtigsten digitalen Marketingkanäle (SEO, SEM, Social, E-Mail) und ihre globalen Variationen zu beschreiben. - Die Komponenten einer globalen Markenstrategie und Herausforderungen des Markenmanagements über Kulturen hinweg zu identifizieren. - den Verkaufsprozess und die Prinzipien des Key Account Managements für multinationale Kunden zu beschreiben. - grundlegende internationale Marktforschung und Analyse des interkulturellen Konsumverhaltens durchzuführen. - ein lokalisiertes Marketing-Mix (4Ps/7Ps) für ein spezifisches internationales Markteintrittsszenario zu entwickeln. - eine digitale Marketingkampagne, die an regionale Plattformen (z. B. WeChat vs. WhatsApp) und Vorschriften (z. B. DSGVO) angepasst ist, zu entwerfen. - einen Vertriebsplan und eine Verhandlungsstrategie für einen globalen B2B-Account unter Berücksichtigung kultureller Normen zu formulieren. - Marketing-/Vertriebs-KPIs (ROI, CLV, Konversionsraten, Länge des Verkaufszyklus) in einem globalen Kontext zu messen und zu interpretieren.
--------------------------------	--

Inhalte	1. Global Consumer Insights: Interkulturelles Konsumentenverhalten, Consumer Psychology Integration, internationale Marktforschungsmethoden, globale Buyer Journeys. 2. Globale Marketingstrategie (STP): Internationale Marktsegmentierungskriterien, Targeting-Strategien (standardisiert vs. angepasst), Positionierung in verschiedenen Kulturen. 3. Globaler Marketing-Mix (4Ps/7Ps): Produkt (Anpassung vs. Standardisierung, globaler Produktlebenszyklus, globales Portfoliomanagement. 4. Preis (Internationale Preisstrategien (Skimming, Penetration usw.), Incoterms®, Währungs-/Verrechnungspreisprobleme, Graumärkte. 5. Place (Distribution) (Globales Channel-Design, Management von Vermittlern (Agenten, Distributoren), E-Commerce-Logistik, internationale Omnichannel-Strategien. 6. Promotion (Globale IMC-Strategie, Anpassung von Werbung/Kreativität, Management globaler Agenturen, Digital-/Social-Media-Marketing in verschiedenen Regionen, PR weltweit). 7. Menschen, Prozesse, physische Beweise (Dienstleistungen) (Globale Herausforderungen des Service-Marketings. 8. Global Brand Management: Aufbau und Management globaler Marken, Markenarchitektur (House of Brands vs. Branded House), Bekämpfung von Fälschungen. 9. Digitales Marketing im globalen Kontext: Customer Journey Mapping, Marketing Analytics, Plattformvariationen, Lokalisierung von digitalen Inhalten, globales SEO/SEM, Social Media Marketing, Datenschutzbestimmungen (DSGVO, CCPA). 10. Grundlagen des Vertriebsmanagements: Gestaltung des Vertriebsprozesses (Lead-Generierung bis zum Abschluss), B2B- vs. B2C-Vertriebsmodelle, Vertriebsstruktur (Gebiet, Produkt, Kunde). 11. Globales Vertriebsmanagement: Leitung internationaler Vertriebsteams, kulturelle Aspekte des Verkaufs und der Verhandlung, Key/Global Account Management (KAM/GAM), Vertriebstechnologie (CRM - z.B. Salesforce). 12. Marketing & Sales Performance: Wichtige Marketing-KPIs (Markenbekanntheit, Marktanteil, ROI, CLV, NPS, CSAT, CAC), Wichtige Vertriebs-KPIs (Quotenerreichung, Conversion-Rate, Verkaufszyklus, durchschnittliche Geschäftsgröße. SCL). 13. Ethik & Nachhaltigkeit (Nachhaltige Marketing-/Vertriebspraktiken, Greenwashing, nachhaltige globale Wertversprechen). 14. Internationale Marktforschung: Digitale Marktforschungstools, interkulturelle Herausforderungen, Forschungsprozess. 15. Next-Gen Digital Marketing: Creator Economy und Influencer-Partnerships, Community-Building Strategies (Discord, Slack-Communities), Conversational Commerce (WhatsApp Business, Chatbots), Web3 Marketing (NFTs, Token-Gated Content). 16. Privacy-First Marketing: Post-Cookie Tracking (First-Party Data, CDPs), Privacy Sandbox und FLoC, Consent Management Platforms (CMPs)
Literatur	Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2023). Digitales Marketing: Strategie, Implementierung und Praxis (8. Auflage). Pearson.

	De Mooij, M. (2023). Globales Marketing und Werbung: Kulturelle Paradoxien verstehen (6. Aufl.). Salbei. Hollensen, S. (2023). Globales Marketing (8. Aufl.). Pearson. Ingram, T. N., LaForge, R. W., Avila, R. A., Schwepker Jr., C. H., & Williams, M. R. (2023). Vertriebsmanagement: Analyse und Entscheidungsfindung (11. Auflage). Routledge. Jobber, D., & Lancaster, G. (2023). Verkauf und Vertriebsmanagement (12. Aufl.). Pearson. Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2023). Marketing-Management (16. Europäische Auflage). Pearson. Lin, J. (2024). The Creator Economy: How to Build It, Scale It, and Make It Last. Wiley. Usunier, J-C., & Lee, J. A. (2023). Marketing über Kulturen hinweg (7. Aufl.). Pearson.
--	--

Fachgebiet	General Business Administration and Economics	GBB 1
Modul	Global Operations & Supply Chain Management	GBB 1.6

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage in 6 h
Lernzeit (h)	82	
Semester	3	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 20 %/ Seminar 50 %/ Übung 30 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 8 Seiten)	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden in der Lage, ▪ die Kernprinzipien des globalen Supply Chain Designs zu analysieren und zu artikulieren, einschließlich der strategischen Kompromisse zwischen zentralisierten und dezentralen Netzwerken. ▪ sich kritisch mit Lean-Production-Techniken auseinanderzusetzen und die spezifischen Herausforderungen zu bewerten, die mit ihrer Implementierung in unterschiedlichen kulturellen Kontexten verbunden sind. ▪ die wichtigsten Treiber des operationellen Risikos in internationalen Umgebungen zu identifizieren und zu bewerten, wie z. B. Zölle, Logistikverzögerungen und andere geopolitische und regulatorische Faktoren. Die Studierenden können ▪ eine globale Lieferkette mithilfe von Flussdiagrammen/SIPOC-Diagrammen kartieren und analysieren. ▪ Kapazitätsmetriken (z. B. Durchsatz, Auslastung) für Einrichtungen in mehreren Ländern berechnen. ▪ Qualitätsmanagement-Tools (z. B. Six Sigma, SPC) in verschiedenen Teams anwenden. ▪ eine belastbare Sourcing-Strategie für geopolitische Risiken entwerfen.
--------------------------------	---

	Bestandsrichtlinien unter Berücksichtigung internationaler Vorlaufzeiten und Nachfrageschwankungen optimieren.
Inhalte	- Globales Supply Chain Design: Netzwerkkonfiguration, Offshoring/Nearshoring, Trade-offs (Kosten vs. Flexibilität) - Prozessmanagement: Lean/Just-in-Time (JIT), Theory of Constraints, Prozessabbildung - Qualitätsmanagement: (TQM, Six Sigma, ISO-Normen, kulturelle Barrieren für die Qualität) - Capacity & Forecasting: Bedarfsplanung in volatilen Märkten, Kapazitätsskalierungsstrategien - Logistik & Inventar: Incoterms®, Global Warehousing, EOQ mit Währungs-/Transportrisiken - Digital Operations: Industrie 4.0 (IoT, KI in der vorausschauenden Wartung), Blockchain für Rückverfolgbarkeit - Nachhaltigkeit und Ethik: zirkuläre Lieferketten, Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks, ethische Beschaffung (z. B. Konfliktmineralien) - Risikomanagement: Rahmenwerke für Unterbrechungen der Lieferkette (z. B. SCOR-Modell), Dual-Sourcing, geopolitische Notfallplanung - Smart Operations & Industrie 4.0: IoT-Sensorik und Predictive Maintenance, Digital Twin in der Produktion, Cobots (Collaborative Robots) und Human-Machine Interaction, 3D-Printing und On-Demand Manufacturing. - Circular Operations Management: Design for Disassembly und Remanufacturing, Reverse Logistics und Product-as-a-Service, Material Passports und Digital Product Passports (DPP)
Literatur	Chopra, S., & Meindl, P. (2023). Supply Chain Management (8. Auflage). Pearson. Christopher, M. (2023). Logistik & Supply Chain Management (6. Aufl.). FT Presse. Ellen MacArthur Foundation (2024). Circular Economy in Manufacturing. Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2023). Betriebsmanagement (14. Aufl.). Pearson. Ivanov, D. (2023). Digitales Lieferkettenmanagement und Technologie. Springer. Weltwirtschaftsforum. (2023). Globaler Risikobericht (Schwerpunkt Resilienz der Lieferkette). Shen, Z-J. (Hrsg.). (2022). Nachhaltige Lieferketten: Modelle, Methoden und politische Erkenntnisse. Springer. Simchi-Levi, D. (2023). Betriebsregeln: Bereitstellung von Kundennutzen durch flexible Abläufe. MIT Press. Slack, N., Brandon-Jones, A., & Burgess, N. (2024). Betriebsmanagement (10. Auflage). Pearson.

Fachgebiet	General Business Administration and Economics	GBB 1
Modul	Controlling & Management Accounting	GBB 1.7

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage in 6 h
Lernzeit (h)	82	
Semester	3	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 25 %/ Seminar 40 %/ Übung 35 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten)	
Prüfungsleistung	Undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, ▪ die Rolle des Controllings bei der Unterstützung strategischer Managemententscheidungen in multinationalen Konzernen (MNCs) zu erläutern. ▪ Definieren und unterscheiden Sie zwischen verschiedenen Kostenkonzepten (fix, variabel, direkt, indirekt, Opportunität). ▪ Beschreiben Sie die wichtigsten Budgetierungstechniken (inkrementell, nullbasiert, rollierend) und ihre Eignung für volatile globale Märkte. ▪ Key Performance Indicators (KPIs) für verschiedene Organisationsebenen und Funktionen im globalen Kontext zu identifizieren. Die Studierenden können ▪ Produkt-/Servicekosten mit den Methoden der Lohnkalkulation, der Prozesskostenrechnung und der Prozesskostenrechnung (ABC) berechnen. ▪ Cost-Volume-Profit-Analysen (CVP) für Produktlinien mit mehreren Währungen durchführen. ▪ Sie erstellen Betriebsbudgets (Verkauf, Produktion, Einkauf) unter Berücksichtigung internationaler Nachfrageschwankungen. ▪ Abweichungen (Preis, Effizienz, Volumen) analysieren und die Ursachen in verschiedenen Ländern identifizieren.
--------------------------------	---

	▪ die Rentabilität von Segmenten (Produkte, Regionen, Kanäle) mit Hilfe der Deckungsbeitragsanalyse bewerten. ▪ einfache Dashboards mit finanziellen und nicht-finanziellen KPIs, die für globale Manager relevant sind, entwerfen.
Inhalt	1. Kostenkonzepte und -verhalten: Kostenklassifikation (fix, variabel, direkt, indirekt, versunken, Opportunität), Kostentreiber, Kostenschätzungsmethoden. 2. Kalkulationssysteme: Lohnkalkulation, Prozesskalkulation, Prozesskostenrechnung (ABC) und Management (ABM). 3. Unterstützung bei der Entscheidungsfindung: Relevante Kosten für Entscheidungen (Make-or-Buy, Sonderbestellungen, Produktmix), Preisstrategien (Cost-Plus, Target Costing). 4. Planung und Budgetierung: Master-Budgetkomponenten (operative und finanzielle Budgets), Budgetierungsansätze (inkrementell, nullbasiert, rollierend), Verhaltensaspekte der Budgetierung. 5. Leistungsmessung: Abweichungsanalyse (Material, Arbeit, Gemeinkosten), Standardkalkulation, Verantwortungsrechnung (Kosten, Gewinn, Investitionszentren). 6. Management-Kontrollsysteme: Gestaltung effektiver Kontrollsysteme, Balanced Scorecard (BSC)-Perspektiven (Finanzen, Kunden, interne Prozesse, Lernen und Wachstum) und Strategieabbildung. 7. Global Context: Verrechnungspreismodelle und -herausforderungen, Leistungsbeurteilung ausländischer Tochtergesellschaften (Währungsumrechnungsanpassungen), Management verschiedener Berichtsanforderungen, Controlling für globale Projekte/Teams, Integration von ESG-Kosten/-Nutzen in Controlling-Systeme. 8. Sustainability Accounting: Carbon Accounting (GHG Protocol), Social Return on Investment (SROI), Full Cost Accounting für Externalitäten, Integrated Reporting.
Literatur	Atkinson, A. A., Kaplan, R. S., Matsumura, E. M., & Young, S. M. (2023). Controlling (8. Auflage). Pearson. Bhimani, A., Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2023). Controlling und Kostenrechnung (7. Aufl.). Pearson. Cokins, G. (2023). Predictive Analytics für Manager: Nutzung von Big Data zur Steuerung strategischer Entscheidungen. Wiley. Choi, F.D.S., & Meek, G.K. (2023). Internationale Rechnungslegung (9. Aufl.). Pearson. Drury, C. (2024). Management und Kostenrechnung (11. Aufl.). Cengage Lernen. Horngren, C. T., Datar, S. M., Rajan, M. V., Wynder, M., Maguire, W., & Tan, R. (2023). Kostenrechnung: Ein Schwerpunkt des Managements (4. Aus/NZ-Auflage oder globale Auflage). Pearson. Kaufmann, K. A., & Van der Stede, W. A. (2023). Management-Kontrollsysteme: Leistungsmessung, Bewertung und Anreize (5. Aufl.). Pearson. Kaplan, R. S., & Atkinson, A. A. (2015). Erweitertes Management Accounting (3. Auflage). Pearson. Schaltegger, S. et al. (2024). Sustainability Accounting and Reporting. 3rd ed. Springer.

Fachgebiet	Laws	GBB 2
Module	Law I (CISG - UN law of sale)	GBB 2.1

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage in 6 h
Lernzeit (h)	82	
Semester	2	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 30 %/ Seminar 40 %/ Übung 30 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten)	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Studierende sind in der Lage, - den Anwendungsbereich des CISG (Art. 1–6) einschließlich Ausschluss und Rechtswahlklauseln zu bestimmen und die Auslegungsgrundsätze (Art. 7) anzuwenden. - den Vertragsabschluss nach CISG (Art. 14–24: Angebot/Annahme, Widerruf, Schweigen) rechtlich einzuordnen. - Pflichten von Verkäufer und Käufer (Liefer-, Übereignungs-, Qualitäts-, Zahlungs- und Abnahmepflichten; Art. 30–44, 53–60) systematisch darzustellen. - Gefahrübergang (Art. 66–70) einschließlich der Schnittstelle zu Incoterms® 2020 praxistauglich zu bestimmen. - Rechtsbehelfe bei Vertragsverletzung (Nacherfüllung, Minderung, Schadensersatz, Vertragsaufhebung; Art. 45 ff., 61 ff.) sowie wesentliche Vertragsverletzung (Art. 25) und Nachfrist (Art. 47/49, 63/64) fallbezogen zu prüfen. - Schadensersatz inkl. Vorhersehbarkeit (Art. 74–77) und Zinsen (Art. 78) zu berechnen und zu begründen. - Hindernisse/Force Majeure (Art. 79) rechtlich zu bewerten und vertraglich abzusichern. - Beweis- und Darlegungslasten, AGB-Einbeziehung sowie das Verhältnis des CISG zu nationalem Recht/UNIDROIT-Prinzipien praxisorientiert zu adressieren.
--------------------------------	--

	Kompetenzen: ▪ Falllösungskompetenz: Strukturierte Subsumtion von CISG-Sachverhalten (Klausur/Case). ▪ Vertragsgestaltung: Entwurf und Bewertung von Rechtswahl-, Gerichtsstands-/Schiedsklauseln, Gewährleistungs- und Incoterms®-Klauseln. ▪ Risikosteuerung: Identifikation und vertragliche Allokation von Leistungs-, Preis- und Logistikkrisiken im grenzüberschreitenden Warenkauf. ▪ Kommunikation: Prägnante schriftliche/ mündliche Argumentation gegenüber kaufmännischen Stakeholdern und Jurist:innen.
Inhalte	1. Einführung & Systematik des UN-Kaufrechts; Abgrenzung zu nationalem Kaufrecht. 2. Anwendungsbereich, Parteiautonomie, Auslegung (Art. 1–7). 3. Vertragsabschluss: Angebot/Annahme, Bindungswirkung, Widerruf, battle of forms. 4. Vertragliche Pflichten: Lieferung, Qualität/Übereinstimmung der Ware (Art. 35), Dokumente; Zahlung/Abnahme. 5. Gefahrübergang und Lieferklauseln: Art. 66–70 und Interaktion mit Incoterms® 2020. 6. Vertragsverletzung & Rechtsbehelfe: Nacherfüllung, Ersatzlieferung/Reparatur, Minderung, Aufhebung (Fundamental Breach), Schadensersatz inkl. Deckungskauf, Mitwirkungspflichten. 7. Nachfristmechanismen (Art. 47, 63) und Aufhebungsrechte (Art. 49, 64). 8. Schadensersatz: Berechnung, Vorhersehbarkeit, Schadensminderung (Art. 74–77), Zinsen (Art. 78). 9. Höhere Gewalt/Hardship nach Art. 79; vertragliche Gestaltung. 10. AGB-Einbeziehung, Beweisfragen, Bezug zu UNIDROIT Principles (vergleichend, optional). 11. Praxisfälle & Vertragsklauseln: Rechtswahl, Gerichtsstand/Schiedsgericht, Quality-Specs, Inspektions-/Rügepflicht, Gewährleistungsfristen.
Literatur	Schlechtriem, P.; Schwenzer, I. (Hrsg.): Kommentar zum Einheitlichen UN-Kaufrecht (CISG), 7. Aufl., C.H. Beck/Hart/Nomos, 2019. Huber, P.; Mullis, A.: The CISG – A New Textbook for Students and Practitioners, Sellier European Law Publishers, 2007. Kröll, S.; Mistelis, L.; Perales Viscasillas, P. (eds.): UN Convention on Contracts for the International Sale of Goods (CISG): A Commentary, Beck/Hart/Nomos, 2011.

Fachgebiet	Laws	GBB 2
Modul	Comparative International Business Law	GBB 2.2

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage in 6 h
Lernzeit (h)	82	
Semester	3	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 25 %/ Seminar 45 %/ Übung 30 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten)	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Studierende sind in der Lage, ▪ die Grundstrukturen und Rechtsquellen des europäischen, indischen und chinesischen Wirtschaftsrechts zu erläutern und deren Relevanz für Unternehmensentscheidungen einzuordnen. ▪ Markt- und Unternehmenszugänge zu analysieren (Gesellschafts- und Investitionsrecht, FDI-Regime, Zulassungen, Joint Ventures). ▪ Vertrags- und Haftungsfragen in grenzüberschreitenden Geschäften zu prüfen (Kauf-, Dienstleistungs-, Vertriebs- und Lizenzverträge; Gewährleistung/Haftung; AGB-Kontrolle). ▪ Regulatorische Kernfelder systematisch zu bewerten: EU-Binnenmarktrecht/Grundfreiheiten, Wettbewerbs-/Kartellrecht, Verbraucherschutz, Compliance & Anti-Korruption, Exportkontrolle/Sanktionen, Arbeits- und Steuergrundzüge. ▪ Daten- und Cybersicherheitsrecht vergleichend einzuordnen (EU-GDPR, Indien: DPDP-Act, China: PIPL/Cybersicherheits- & Datensicherheitsgesetz) und Risiken vertraglich/organisatorisch zu adressieren. ▪ Schutzrechte (IPR) zu managen (Registrierung, Lizenzierung, Durchsetzung; Fälschungsbekämpfung). ▪ Streitbeilegung zu planen (Mediation, Schiedsgerichtsbarkeit — z. B. ICC, SIAC, HKIAC, CIETAC — Vollstreckung nach New-York-Übereinkommen).
--------------------------------	--

	Kompetenzen: ▪ Falllösung & Risikoanalyse (Issue-Spotting, Subsumtion, Risiko-Heatmaps). ▪ Vertragsgestaltung (Rechtswahl-/Gerichtsstands-/Schiedsklauseln, Datenschutz- und Compliance-Anhänge, IP-/Lizenzklauseln). ▪ Regulatory Strategy für Markteintritt und laufenden Betrieb (Governance, interne Kontrollen, Third-Party-Management). ▪ Interkulturelle Rechtskommunikation: adressatengerechte, prägnante Aufbereitung für Management/Stakeholder.
Inhalte	1. Rechtsrahmen & Institutionen: EU (Primär-/Sekundärrecht, EuGH), Indien (Verfassung, zentrale Wirtschaftsgesetze), China (Gesetzgebungsarchitektur, Verwaltungsdurchsetzung). 2. Gesellschafts-/Investitionsrecht: Unternehmensformen, Companies Act (Indien), Foreign Exchange Management/FDI-Regeln, China Foreign Investment Law, Negativlisten, Joint-Venture-/WFOE-Modelle. 3. Vertragsrecht & Vertrieb: Vertragstypen, AGB-Einbeziehung, Vertreter/Distributor, Produkthaftung/Produktsicherheit. 4. Binnenmarkt & Wettbewerb (EU): Grundfreiheiten, Beihilfen, Kartellverbot/Fusionskontrolle (Vergleich Indien/China). 5. Daten, Tech & Compliance: GDPR, DPDP-Act (Indien), PIPL/DSL/CSL (China), Querdatenflüsse, Datentransfers, IT-Sicherheitsauflagen. 6. IP-Rechte: Marken/Patente/Urheberrecht, Registrierung (EUIPO/CNIPA), Lizenz- und Technologie-Transfer. 7. Handels- & Sanktionsrecht: Exportkontrolle, Dual-Use, Embargos – Auswirkungen auf Supply Chains. 8. Arbeits- und Steuergrundzüge: Beschäftigung, Betriebsstätten-Risiken (Überblick). 9. Dispute Resolution: Gerichtsstands-/Schiedsklauseln (ICC, SIAC/HKIAC/CIETAC), Beweis-/Vollstreckungsfragen (NY-Übereinkommen). 10. Praxisfälle & Vertragsklauseln: Rechtswahl, Datenverarbeitung, Compliance-Garantien, Audit-/Exit-Regelungen. 11. AI Regulation im Vergleich: EU AI Act (2024) vs. China's Algorithm Regulation, India's Digital Personal Data Protection Act (2023), Cross-Border AI Deployment Challenges. 12. Supply Chain Due Diligence: German Supply Chain Act (LkSG), EU Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD), US Uyghur Forced Labor Prevention Act
Literatur	Craig, P.; de Búrca, G. (2021): EU Law: Text, Cases, and Materials (7th ed.). Oxford University Press. Singh, A. (aktuelle Aufl.): Business Law (Schwerpunkte: Indian Contract Act, Companies Act). Eastern Book Company. Chen, J.; Clarke, D. C.; Zhang, M. (eds.) (aktuelle Aufl.): Chinese Business Law (Gesellschafts-, Investitions-, Daten- & Wettbewerbsrecht). Edward Elgar/Kluwer.

Fachgebiet	Quantitative Methods and Research	GBB 3
Modul	Business Mathematics & Statistics	GBB 3.1

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage in 6 h
Lernzeit (h)	82	
Semester	1	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 30 %/ Seminar 20 %/ Übung 50 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 60 Minuten) und Praktische Prüfung (Datenanalyse, 60 Minuten)	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, ▪ mathematische Konzepte, einschließlich Infinitesimalrechnung und Finanzmathematik, anzuwenden, um Geschäftsprobleme zu modellieren und zu lösen, die mit Optimierung und Zeitwert des Geldes zu tun haben. ▪ Daten mithilfe deskriptiver Statistiken zu organisieren, zu visualisieren und zu interpretieren, um relevante Trends und Muster zu identifizieren. ▪ statistische Inferenzen durchzuführen, wie z. B. die Konstruktion von Konfidenzintervallen und die Durchführung von Hypothesentests, um die datengesteuerte Entscheidungsfindung unter Unsicherheit zu unterstützen. ▪ den Unterschied zwischen klassischer inferenzstatistischer Analyse und prädiktiver Modellierung (Maschinelles Lernen) zu erklären und fundamentale Konzepte des überwachten maschinellen Lernens (z. B. Training/Test-Split, Überanpassung) von denen der unüberwachten Lernverfahren (z.B. Clustering) zu unterscheiden. ▪ grundlegende Regressionsmodelle zu erstellen und zu interpretieren, um Beziehungen zwischen Variablen zu analysieren und Prognosen für die Geschäftsplanung zu erstellen.
Inhalte	Mathematische Inhalte: 1. Algebra for Business: Lineare und nichtlineare Funktionen, Gleichungssysteme.

	2. Kalkül für die Optimierung: Ableitungen zum Finden von Maxima und Minima (z.B. Gewinnmaximierung, Kostenminimierung). 3. Finanzmathematik: Zeitwert des Geldes, einfacher Zins und Zinseszins, Bar- und Zukunftswert von Renten, Kapitalwert (NPV) für die Anlagebewertung. Statistische Inhalte: 4. Deskriptive Statistik: Messungen der zentralen Tendenz (Mittelwert, Median) und Streuung (Varianz, Standardabweichung), Datenvisualisierung (Histogramme, Boxplots, Streudiagramme). 5. Wahrscheinlichkeit: Grundkonzepte, Wahrscheinlichkeitsverteilungen (z. B. Normal, Binomial). 6. Inferenzstatistik: Stichprobenverteilungen, Konfidenzintervalle und Hypothesentests für Mittelwerte und Anteile. 7. Einführende Regressionsanalyse: Korrelation, einfache lineare Regression, Interpretation von Koeffizienten, R-Quadrat. 8. Anwendungen: Verwendung von Software für alle statistischen Berechnungen. 9. Prädiktiven Analytik & Maschinelles Lernens 10. Konzepte: Überwachtes vs. unüberwachtes Lernen. Grundidee von Klassifikation und Regression. Trainings-, Validierungs- und Testdaten. 11. Einführung in Algorithmen: Logistische Regression für Klassifikation (z.B. Kundenabwanderung vorhersagen). Einfache Entscheidungsbäume zur Visualisierung von Entscheidungsregeln. 12. Anwendung & Ethik: Praktische Übung mit einer benutzerfreundlichen Bibliothek (z. B. scikit-learn in Python oder via einer GUI-Lösung wie Orange Data Mining). Kritische Diskussion von Verzerrungen (Bias) in Trainingsdaten und deren gesellschaftlichen Auswirkungen. 13. Causal Inference Basics: Unterschied Korrelation vs. Kausalität, A/B-Testing und Randomized Controlled Trials (RCTs), Difference-in-Differences (DiD) für Policy Evaluation
Literatur	Anderson, D. R., Sweeney, D. J., Williams, T. A., Camm, J. D., & Cochran, J. J. (2022). Statistik für Betriebs- und Volkswirtschaftslehre (15. Aufl.). Cengage Lernen. Arya, J. C., & Lardner, R. W. (2022). Mathematics for Business and Economics (Custom Edition). Pearson. Pearl, J. & Mackenzie, D. (2024). The Book of Why: The New Science of Cause and Effect. 2nd ed. Basic Books. Sharpe, N. D., De Veaux, R. D., & Velleman, P. F. (2019). Unternehmensstatistik (4. Aufl.). Pearson.

Fachgebiet	Quantitative Methods and Research	GBB 3
Modul	Scientific Methods	GBB 3.2

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage in 6 h
Lernzeit (h)	82	
Semester	1	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 20 %/ Seminar 50 %/ Übung 30 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 10 Seiten) und Präsentation (15 Minuten)	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, - wissenschaftliche Forschungsprozesse von der Problemidentifikation bis zur Ergebnispräsentation systematisch zu planen und zu begründen - geeignete Forschungsdesigns (qualitativ, quantitativ, Mixed-Methods) für komplexe Business-Fragestellungen auszuwählen und methodisch zu fundieren - digitale Forschungstools und KI-gestützte Methoden reflektiert einzusetzen und deren ethische Implikationen kritisch zu bewerten - Forschungsarbeiten nach wissenschaftlichen Standards zu verfassen und Ergebnisse adressatengerecht für verschiedene Zielgruppen aufzubereiten - Forschungsdaten nach ethischen und datenschutzrechtlichen Standards (DSGVO) zu managen und zu dokumentieren
Inhalte	- Wissenschaftliche Grundlagen & Forschungsethik: Forschungsphilosophien und wissenschaftstheoretische Grundlagen, Ethische Prinzipien, DSGVO-Compliance, AI-Ethik in der Forschung, Forschungsprozess-Phasen und Qualitätskriterien - Forschungsdesigns & Methoden: Qualitative Ansätze: Interviews, Fokusgruppen, Fallstudien, Quantitative Designs: Surveys, Experimente, Stichprobenplanung, Mixed-Methods: Integrationsstrategien, Triangulation

	3. Digitale Forschungspraxis: Online-Survey-Tools (Qualtrics), Social Media Listening, Web Scraping, AI-gestützte Recherche, Literaturanalyse und Datenauswertung, Forschungsdatenmanagement und digitale Dokumentation 4. Forschungskommunikation & Transfer: Wissenschaftliches Schreiben, Zitierstandards, Publikationsstrategien, Datenvisualisierung und adressatengerechte Präsentation, Transfer in Praxis: Business Cases, Bachelorarbeitsvorbereitung
Literatur	Easterby-Smith, M., Jaspersen, L. J., Thorpe, R., & Valizade, D. (2021). Management und Unternehmensforschung (7. Aufl.). Salbei. Saunders, M. N. K., Lewis, P., & Thornhill, A. (2023). Forschungsmethoden für Wirtschaftsstudenten (9. Aufl.). Pearson. Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2021). Business Research Methods (11. Aufl.). Cengage Lernen.

Fachgebiet	Quantitative Methods and Research	GBB 3
Modul	Process Analysis	GBB 3.3

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	8 Tage á 6 h
Lernzeit (h)	82	
Semester	7	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 15 %/ Seminar 50 %/ Übung 35 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 8 Seiten) und mündlich (Reflexionsgespräch, 15 Minuten)	
Prüfungsleistung	Undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden wissen und verstehen ▪ Geschäftsprozesse mit standardisierten Notationen abzubilden und zu dokumentieren, um Arbeitsabläufe zu visualisieren und Teilnehmer zu identifizieren. (Process Thinking) ▪ wichtige Leistungskennzahlen wie Zykluszeit und Engpassraten zu messen, um die Prozesseffizienz quantitativ zu bewerten. (Systemanalyse) ▪ sowohl qualitative als auch quantitative Analysetechniken anzuwenden, um die Ursachen von Ineffizienzen und Qualitätsproblemen zu diagnostizieren. (Quantitative Diagnose) ▪ datengesteuerte Verbesserungen für Prozesse zu entwerfen und vorzuschlagen, indem sie Methoden wie Lean und Six Sigma nutzen, um die Leistung zu verbessern. (Design for Efficiency & Quality)
Inhalte	1. Prozessgrundlagen. Prozessdefinition und -typen: Zusammenhang zwischen Prozessexzellenz und Wettbewerbsvorteil

	2. Prozessmodellierung und -dokumentation Flussdiagramme und Swimlane-Diagramme, Wertstromanalyse (Value Stream Mapping), Business Process Model and Notation (BPMN) 3. Prozessmessung und Kennzahlen: Zeitkennzahlen (Durchlaufzeit, Zykluszeit) Kapazitäts- und Durchsatzkennzahlen, Qualitätskennzahlen (Fehlerraten) 4. Analysetechniken: Root Cause Analysis (5-Why, Ishikawa), Prozesssimulation und -optimierung, Benchmarking und Best Practices 5. Prozessverbesserung und -design: Lean-Prinzipien und Verschwendungsarten, Six Sigma (DMAIC-Zyklus), Business Process Reengineering 6. Digital Process Analysis Tools: Process Mining Software (Celonis, UiPath Process Mining), Value Stream Mapping Digital (Lucidchart, Miro), Simulation Tools (AnyLogic, Arena) 7. Robotic Process Automation (RPA) Basics: RPA-Potenzialanalyse, Rule-Based vs. AI-Enhanced Automation, Hyperautomation-Konzept (Gartner)
Literatur	Dumas, M., La Rosa, M., Mendling, J., & Reijers, H. A. (2018). Grundlagen des Geschäftsprozessmanagements (2. Aufl.). Springer. George, M. L., Rowlands, D., Kastle, B., & Upton, D. (2004). Was ist Lean Six Sigma? McGraw-Hill. Laguna, M., & Marklund, J. (2018). Geschäftsprozessmodellierung, Simulation und Design (3. Aufl.). CRC Presse. Liker, J. K. (2021). Der Toyota Way: 14 Managementprinzipien des größten Herstellers der Welt (2. Aufl.). McGraw-Hill. Rother, M., & Shook, J. (2009). Lernen zu sehen: Wertstromanalyse zur Wertschöpfung und Eliminierung von Muda. Lean Enterprise Institut. van der Aalst, W. (2023). Process Mining in Action. Springer.

Fachgebiet	Quantitative Methods and Research	GBB 3
Modul	Applied Research	GBB 3.4

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	10	
Gesamtworkload (h)	260	
Lehrzeit (h)	96	z. B. 16 Tage á 6 Stunden
Lernzeit (h)	164	
Semester	7	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 10 %/ Seminar 50 %/ Übung 40 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 12 Seiten) und mündlich (Präsentation/Verteidigung, 15 min.)	
Prüfungsleistung	Undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, - eigenständig ein methodisch fundiertes Forschungsvorhaben zu entwerfen und zu entwickeln, um ein konkretes globales Geschäftsproblem anzugehen. - den gesamten Forschungszyklus durchzuführen, einschließlich der Sammlung und Analyse quantitativer Daten mit geeigneten statistischen Techniken und Software. - analytische Ergebnisse zu interpretieren, um valide, aussagekräftige Schlussfolgerungen zu ziehen und sie in umsetzbare Geschäftsempfehlungen umzusetzen. - ihren Forschungsprozess, ihre Ergebnisse und strategischen Erkenntnisse sowohl durch einen umfassenden schriftlichen Bericht als auch durch eine überzeugende Präsentation professionell zu kommunizieren.
Inhalte	1. Implementierung des Forschungsdesigns: Operationalisierung von Variablen, Stichprobenstrategien und -ziehung, Entwicklung von Datenerhebungsinstrumenten

	2. Datenmanagement: Datenbereinigung und -vorbereitung, Datenkodierung und -transformation, Qualitätssicherung in der Datenerhebung 3. Statistische Analyseverfahren: Deskriptive Statistik und Datenvisualisierung, Inferenzstatistische Verfahren (Hypothesentests), Regressionsanalyse und Modellierung 4. Interpretation und Synthese: Kritische Ergebnisinterpretation, Diskussion von Limitationen, Ableitung praktischer Implikationen 5. Forschungskommunikation: Strukturierung wissenschaftlicher Berichte, Visuelle Präsentation von Ergebnissen, Wissenschaftliches Präsentieren und Verteidigen 6. Reproducibility & Open Science: Pre-Registration von Studien (OSF, AsPredicted), Open Data und FAIR-Prinzipien, Replication Crisis und p-Hacking-Awareness
Literatur	Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2023). Business Research Methods (14. Aufl.). McGraw-Hill. Easterby-Smith, M., Jaspersen, L. J., Thorpe, R., & Valizade, D. (2021). Management und Unternehmensforschung (7. Aufl.). Salbei. Feld, A. (2017). Ermitteln von Statistiken mit IBM SPSS Statistics (5. Auflage). Salbei. Saunders, M. N. K., Lewis, P., & Thornhill, A. (2023). Forschungsmethoden für Wirtschaftsstudenten (9. Aufl.). Pearson. Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2021). Business Research Methods (11. Aufl.). Cengage Lernen.

Fachgebiet	International and Strategic Management	GBB 4
Modul	Intercultural Management	GBB 4.1

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage in 6 h
Lernzeit (h)	82	
Semester	2	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 20 %/ Seminar 60 %/ Übung 20 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 8 Seiten) und mündlich (Fach-, Reflexionsgespräch, 15 Minuten)	
Prüfungsleistung	Undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, ▪ die wichtigsten kulturellen Dimensionen (Hofstede, GLOBE, Trompenaars) und ihre strategischen Implikationen für den Markteintritt/die Organisationsgestaltung zu erklären. ▪ zu beschreiben, wie kulturelle Werte die Erwartungen, den Kommunikationsstil und die Motivation von Führungskräften in verschiedenen Regionen prägen. ▪ kulturelle Reibungspunkte in internationalen Joint Ventures/M&A-Fällen anhand von Frameworks zu diagnostizieren. ▪ Teamprozesse für multikulturelle virtuelle Teams zu gestalten. ▪ ethische Herausforderungen in interkulturellen Machtdynamiken (z. B. Neokolonialismus in Lieferketten) zu identifizieren.
Inhalte	1. Kulturelle Rahmenbedingungen: Hofstede (6D), GLOBE Project, Trompenaars, Hall (High/Low Context), Schwartz. Kritik/Einschränkungen von Modellen. 2. Kommunikation & Verhandlung: Interkulturelle Kommunikationsstile (direkt/indirekt), nonverbale Hinweise, Barrieren des aktiven Zuhörens, Überzeugungstaktiken, Konfliktlösungsmodelle. 3. Führung & Motivation: Kulturbedingte Führungsstile, Implikationen der Machtdistanz, Belohnungssysteme, Feedback-Ansätze.

	4. Globale Teams: Herausforderungen bei der virtuellen Zusammenarbeit, Vertrauensbildung zwischen Kulturen, Umgang mit Vielfalt. 5. Ethik & Macht: Kulturrelativismus vs. universelle Ethik, globale CSR, postkoloniale Kritik, Geschlechterdynamiken. 6. Strategieintegration: Einfluss der Kultur auf die Wahl des Markteintrittsmodus, HRM (Auswahl/Expatriierung), Organisationsstruktur. 7. Kulturelle Intelligenz (CQ): Metakognitive, kognitive, motivationale und verhaltensbezogene CQ-Entwicklung. 8. Psychologische Grundlagen, Digital Culture Clash: Remote Work Cultural Challenges - Global vs. Local Platform Norms (WeChat vs. WhatsApp), Meme Culture und Cultural Appropriation in Marketing 9. Geopolitical Intercultural Dynamics: Nationalism und Corporate Response (z. B. China-US Tensions), Cultural Due Diligence bei M&A
Literatur	Baskerville-Morley, R. F. (2023). Interkulturelles Management in der Praxis: Lernen, vielfältige globale Organisationen zu führen. Haus, R. J., et al. (2004). Kultur, Führung und Organisationen: Die GLOBE-Studie. Salbei. Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2010). Kulturen und Organisationen: Software des Geistes (3. Aufl.). McGraw-Hill. Livermore, D. (2021). Digital, vielfältig und gespalten: Wie man mit Rassisten spricht, mit Robotern konkurriert und Polarisierung überwindet. Berrett-Köhler. (CQ in polarisierten Kontexten). Meyer, E. (2024). The Culture Map 2.1: Digital Communication Across Borders. Public Affairs. Smaragd.Thomas, D. C., & Peterson, M. F. (2024). Interkulturelles Management: Wesentliche Konzepte (5. Aufl.). Salbei. Steers, R. M., Sánchez-Runde, C. J., & Nardon, L. (2024). Kulturübergreifendes Management: Herausforderungen, Strategien und Fähigkeiten (5. Aufl.). Cambridge. Trompenaars, F., & Hampden-Turner, C. (2020). Auf den Wellen der Kultur reiten (4. Aufl.). Nicholas Brealey. Van Dyne, L., Ang, S., & Livermore, D. (2010). Kulturelle Intelligenz: Ein Weg zur Führung in einer sich schnell globalisierenden Welt. In K. Hannum et al. (Hrsg.), Über Unterschiede hinweg führen.

Fachgebiet	International and Strategic Management	GBB 4
Modul	Strategic Organizations & Market Orientation	GBB 4.2

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage á 6h
Lernzeit (h)	82	
Semester	5	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 20 %/ Seminar 55 %/ Übung 25 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 8 Seiten) und mündlich (Präsentation, 10 min.)	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, ▪ die Übereinstimmung zwischen der globalen Strategie eines Unternehmens und seiner Organisationsstruktur zu analysieren und zu bewerten und dabei Bereiche mit Passung und Fehlausrichtung zu identifizieren. (Strategisches Alignment Thinking) ▪ die Marktorientierung eines Unternehmens zu bewerten, indem sie seine Prozesse zur Generierung, Verbreitung und Reaktion auf Marktinformationen untersuchen. (Market Sensing & Customer Centricity) ▪ eine Organisationsstruktur zu entwerfen und Managementsysteme vorzuschlagen, die die strategische Umsetzung und Kundenorientierung effektiv unterstützen. (Executive Synthesis) ▪ Change-Management-Pläne zu entwickeln, um die Unternehmenskultur und -prozesse zu transformieren und die Agilität und strategische Reaktionsfähigkeit auf einem globalen Markt zu verbessern.
Inhalte	1. Grundlagen des Organisationsdesigns: Die Verbindung zwischen Strategie und Struktur; Determinanten der Organisationsstruktur (Strategie, Größe, Technologie, Umfeld); die Evolution von Organisationsformen.

	2. Arten von Organisationsstrukturen: Traditionell: Funktional, Divisional (Produkt, Geografie, Markt), Matrix, Modern: Netzwerkorganisationen, Holacracy, Agile/Teal-Organisationen. 3. Das Konzept der Marktorientierung: Generierung von Informationen: Systematisches Scannen des Kunden-, Wettbewerbs- und externen Umfelds. - Verbreitung von Informationen: Aufbrechen von Silos, um Markteinblicke abteilungsübergreifend auszutauschen, Reaktionsfähigkeit: Die unternehmensweite Verpflichtung, auf der Grundlage von Informationen zu handeln. 4. Enabler der strategischen Umsetzung: Managementsysteme: Strategische Planung, Budgetierung, Leistungsmessung (KPIs, Balanced Scorecard). - Kultur & Führung: Aufbau einer kundenzentrierten Kultur; die Rolle der Führung bei der Strategieumsetzung, Change-Management: Modelle für die Leitung der organisatorischen Transformation (z. B. das 8-Stufen-Modell von Kotter). 5. Next-Gen Organizational Forms: Teal Organizations (Laloux) und Selbstorganisation, Holacracy und Sociocracy 3.0, DAO-Strukturen und Token-Based Governance, Platform Cooperatives (z. B. Stocksy) 6. Hybrid Work Organizational Design: Remote-First vs. Office-First Strukturen, Asynchronous Decision-Making Protocols, Digital HQ-Konzepte (Notion, Slack als OS)
Literatur	Galbraith, J. R. (2014). Entwerfen von Organisationen: Strategie, Struktur und Prozess auf Geschäftsbereichs- und Unternehmensebene (3. Auflage). Jossey-Bass. Kotter, J. P. (2012). Den Wandel anführen. Harvard Business Review Presse. Laloux, F. (2014). Organisationen neu erfinden: Ein Leitfaden zur Schaffung von Organisationen, die von der nächsten Stufe des menschlichen Bewusstseins inspiriert sind. Nelson Parker. Laloux, F. (2024). Reinventing Organizations: 10 Years Later. Nelson Parker. Schneider, N. (2024). Governable Stacks: Looking Beyond the Platform. MIT Press. Porter, M. E. (1996). Was ist Strategie? Harvard Business Review.

Fachgebiet	Digitalization and Technology	GBB 5
Modul	Digital Business Fundamentals	GBB 5.1

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage á 6h
Lernzeit (h)	82	
Semester	2	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 25 %/ Seminar 45 %/ Übung 30 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 60 Minuten) und Projektarbeit (Dokumentation, 4 Seiten)	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können - erklären, wie digitale Plattformen (z. B. Alibaba, Uber) traditionelle globale Wertschöpfungsketten stören. - Datennetzwerkeffekte als Quellen für Wettbewerbsvorteile analysieren. - die Herausforderungen der digitalen Globalisierung (z. B. Datensouveränität, Fragmentierung) beschreiben. Die Studierenden sind in der Lage, - digitale Geschäftsmodelle (Abonnement, Freemium, Ökosystem) auf Marktchancen abzubilden. - datengetriebene Customer Journeys für grenzüberschreitende Kontexte zu entwerfen. - Bewerten der Skalierbarkeit des Tech-Stacks für die internationale Expansion zu bewerten. - Bewertung von KI-Ethikrisiken (Voreingenommenheit, Datenschutz) in multikulturellen Umgebungen zu bewerten.
Inhalte	- Digitale Disruption: Plattformökonomie, API-gesteuerte Ökosysteme. - Kerntechnologien: KI/ML, Blockchain, IoT, Cloud – fokussiert auf die Auswirkungen auf das Geschäft, nicht auf die Programmierung.

	3. Datenstrategie: Monetarisierungsmodelle, DSGVO/CCPA-Konformität, grenzüberschreitende Datenflüsse. 4. Digitale Transformation: Change-Management, agile Skalierung, digitale Kultur. 5. Globaler Kontext: Digitale Kluft, E-Commerce-Lokalisierung (z. B. SEA-Super-Apps), Cyber-Souveränität (Chinas Great Firewall vs. EUs DMA). 6. Web3 Business Fundamentals: Decentralized Identity (DID) und Self-Sovereign Identity, NFT-Geschäftsmodelle (über Kunst hinaus: Ticketing, Credentials), Tokenomics: Utility vs. Security Tokens, DAO-Koordinationsmodelle
Literatur	Couturier, J. & Solanas, A. (2023). Digitale Souveränität: Vom Narrativ zur Politik? Europäisches Journal für Cybersicherheit. Davenport, T.H. & Mittal, N. (2022). All In on AI: Wie smarte Unternehmen mit künstlicher Intelligenz große Erfolge erzielen. HBR-Verlag. Iansiti, M. & Lakhani, K.R. (2020). Wettbewerb im Zeitalter der KI: Strategie und Führung, wenn Algorithmen und Netzwerke die Welt regieren. HBR-Verlag. (Strategiefokus: Wie KI die globale Skala neu definiert) McAfee, A. & Brynjolfsson, E. (2017). Maschine, Plattform, Crowd: Unsere digitale Zukunft nutzen. Norton. (Balance zwischen Automatisierung/menschlicher Innovation) Parker, G.G., Van Alstyne, M.W. & Choudary, S.P. (2016). Plattform-Revolution: Wie vernetzte Märkte die Wirtschaft verändern. WW Norton Provost, F. & Fawcett, T. (2013). Data Science für Unternehmen. O' reilly. Wu, T. (2018). Der Fluch der Größe: Kartellrecht im neuen goldenen Zeitalter. Columbia Global berichtet. Tapscott, D. & Tapscott, A. (2024). Web3: Charting the Internet's Next Economic and Cultural Frontier. HBR Press.

Fachgebiet	Digitalization and Technology	GBB 5
Modul	Business Informatics	GBB 5.2

Verantwortlich			
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr		
Verwendbarkeit			
ECTS-Punkte	5		
Gesamtworkload (h)	130		
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage á 6h	
Lernzeit (h)	82		
Semester	3		
Voraussetzungen	Keine		
Lehrform	Vorlesung 25 %/ Seminar 40 %/ Übung 35 %		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten			
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 60 Minuten und Hausarbeit, 6 Seiten)		
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)		

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, ▪ die strategische Rolle von Informationssystemen in globalen Unternehmen zu analysieren und digitale Architekturen für internationale Geschäftsprozesse zu bewerten. ▪ die Integration von Enterprise-Systemen, Cloud-Infrastrukturen und KI-Plattformen zur Unterstützung digitaler Geschäftsmodelle zu verstehen und technologische Lösungen unter Berücksichtigung von Skalierbarkeit, Sicherheit und Compliance-Voraussetzungen zu konzipieren. ▪ die strategische Bedeutung von Informationssystemen für Wettbewerbsvorteile in globalen Märkten zu analysieren und zu bewerten. Die Studierenden erwerben folgende Kompetenzen: ▪ Enterprise-Systeme (ERP, CRM, SCM) hinsichtlich ihrer Eignung für internationale Geschäftsprozesse zu vergleichen und Auswahlentscheidungen zu begründen ▪ Cloud-Architekturen und KI-Plattformen für skalierbare digitale Geschäftsmodelle zu evaluieren und Implementierungsstrategien zu entwickeln ▪ Datenmanagement-Konzepte (Data Warehouses, Data Lakes, Data Governance) zu entwerfen und deren Beitrag zu Business Intelligence zu bewerten.
--------------------------------	---

	IT-Sicherheitskonzepte und Compliance-Anforderungen (DSGVO, AI Act) in technologische Lösungen zu integrieren und Risiken zu bewerten.
Inhalte	- Strategische Wirtschaftsinformatik: Rolle der IT als Wettbewerbsfaktor in globalen Märkten, Digital Business Strategy und IT-Governance, Technologietrends und deren disruptive Wirkung (AI, Cloud, Plattformen), Business-IT-Alignment in multinationalen Unternehmen - Enterprise Systems & Integration: ERP-Systeme (SAP S/4HANA, Oracle Fusion) für globale Prozesse, CRM-Systeme (Salesforce, Microsoft Dynamics) für internationales Kundenmanagement, Supply Chain Management Systeme (SAP Ariba, Kinaxis), Integrationsarchitekturen und API-Management, Auswahlkriterien und Implementierungsstrategien - Cloud Computing & Digitale Infrastrukturen: Cloud-Service-Modelle (IaaS, PaaS, SaaS) und Deployment-Modelle, Multi-Cloud-Strategien (AWS, Azure, Google Cloud), Containerisierung (Docker, Kubernetes) und Microservices, Serverless Computing und Cloud-native Architekturen, Cost Management und Performance-Optimierung - Data & AI Infrastructure: Data Warehouses (Snowflake, Redshift) vs. Data Lakes (Databricks), Data Governance und Master Data Management, KI-Plattformen (AWS SageMaker, Google Vertex AI), MLOps und Machine Learning Pipelines, Real-time Data Processing (Apache Kafka, Stream Analytics) - IT-Sicherheit & Compliance: Cybersecurity-Rahmenwerke (NIST, ISO 27001), Identity and Access Management in globalen Unternehmen, Datenschutz (DSGVO) und Compliance (AI Act, Digital Services Act) Cloud Security und Zero-Trust-Architekturen, Incident Response und Business Continuity Planning, Future Trends & Architecture, Low-Code/No-Code Plattformen (Microsoft Power Platform), AI-Copilots in Enterprise Software, Quantum Computing und Post-Quantum Cryptography, Sustainable IT und Green Computing, Architecture Governance und Technology Roadmapping
Literatur	Davenport, T. H., Harris, J. G., & Abney, D. (2022). Wettbewerb in der Analytik: Die neue Wissenschaft des Gewinnens. Harvard Business Review Presse. O'Brien, J. A., & Marakas, G. M. (2022). Management Information Systems (12. oder neuere Auflage). McGraw-Hill, Irwin. Pearlson, K. E., Saunders, C. S., & Galletta, D. F. (2024). Verwaltung und Nutzung von Informationssystemen: Ein strategischer Ansatz (8. Aufl.). Wiley.

Fachgebiet	Digitalization and Technology	GBB 5
Modul	Digital Transformation/ Change Management	GBB 5.3

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage á 6h
Lernzeit (h)	82	
Semester	7	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 15 %/ Seminar 60 %/ Übung 25 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 6 Seiten) und mündlich (Präsentation, 15 min.)	
Prüfungsleistung	Undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage: ▪ zu erklären, wie KI/Blockchain/IoT globale Wertschöpfungsketten stören. ▪ kulturelle Barrieren für die Einführung von Technologien (z. B. Kulturen mit hoher Machtdistanz, die sich Agilität widersetzen) zu analysieren. ▪ ethische Risiken der Automatisierung (in Schwellenländern) zu bewerten. ▪ Roadmaps für multinationale Unternehmen (z. B. phasenweiser Rollout vs. Big-Bang) zu entwerfen. ▪ Programme zur Förderung der digitalen Kompetenz über sprachliche/kulturelle Barrieren hinweg zu entwickeln. ▪ Verhandlungstechniken mit globalen Interessengruppen (Gewerkschaften, Regulierungsbehörden) über Kompromisse bei der Implementierung von Technologien anzuwenden.
Inhalte	1. Grundlagen der digitalen Transformation: Definition und Treiber der Digitalisierung, Auswirkungen auf Geschäftsmodelle, Digitale Reifegradmodelle 2. Technologische Enabler: Künstliche Intelligenz und Machine Learning, Internet of Things (IoT) und Edge Computing, Blockchain und Distributed Ledger Technologies

	3. Change-Management in der Digitalisierung: Digitale Leadership und Kulturwandel, Agile Transformation, Kompetenzentwicklung und Weiterbildung 4. Strategische Umsetzung: Digitale Transformationsroadmaps, Ökosystem- und Partnerschaftsmanagement, Metriken und Erfolgsmessung 5. Regulatorische und ethische Aspekte: Datenschutz und Compliance (DSGVO, AI-Act), Ethische Implikationen von KI-Systemen, Nachhaltigkeit und Green IT 6. AI Transformation Specifics: Data Flywheel-Effekt, MLOps und Model Governance, Prompt Engineering als Kernkompetenz, AI Literacy Programmes für Non-Technical Staff
Literatur	Davenport, T. & Mittal, N. (2024). All In on AI. 2nd ed. HBR Press. Hiatt, J. & Creasey, T. (2022). Change-Management: Die menschliche Seite des Wandels (3. Aufl.). Prosci. (ADKAR-Modellanwendungen in multinationalen Unternehmen) Iansiti, M. & Lakhani, K. R. (2020). Wettbewerb im Zeitalter der KI. HBR-Verlag. Kane, G. C. (2019). Der Technologie-Trugschluss: Wie Menschen der wahre Schlüssel zur digitalen Transformation sind. MIT Press. Kotter, J. P. (2021). Veränderung: Wie Unternehmen in unsicheren Zeiten schwer vorstellbare Ergebnisse erzielen. Wiley. Nambisan, S. (2023). Digitale Globalisierung: Politik, Politik und ein Governance-Paradoxon. Oxford. Prahalad, C. K. & Mashelkar, RA (2023). Der Heilige Gral der Innovation: Die Nutzung von Indiens sparsamen Umbrüchen. Harvard Business Review. Westerman, G. et al. (2023). Die Future Ready Challenge: Verbessern Sie 10 Schlüsselfähigkeiten, um das Rennen zu gewinnen. Wiley.

Fachgebiet	Soft Skills	GBB 6
Modul	Global Business Communication	GBB 6.1

Verantwortlich	
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr
Verwendbarkeit	
ECTS-Punkte	5
Gesamtworkload (h)	130
Lehrzeit (h)	48 z. B. 8 Tage á 6h
Lernzeit (h)	82
Semester	4
Voraussetzungen	Keine
Lehrform	Vorlesung 10 %/ Seminar 50 %/ Übung 40 %
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 6 Seiten) und mündlich (Präsentation, 15 Minuten)
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden beherrschen - eine kulturell nuancierte Geschäftskommunikation, indem sie Ton, Formalität und Medium (E-Mails, Präsentationen, Verhandlungen) an verschiedene globale Kontexte anpassen, wie z. B. indirektes Feedback in Japan oder daten-gesteuerte Pitches für deutsche Kunden. - krisenbereite Sprachkenntnisse, einschließlich des Verfassens kulturell sensibler Entschuldigungen und des Umgangs mit mehrsprachigen PR-Herausforderungen, während sie KI-Tools (Grammarly, Otter.ai) für eine ausgefeilte, effiziente Kommunikation nutzen. - hybride und interkulturelle Teamdynamiken, von der Navigation in Zeitzonengerechtigkeit in virtuellen Meetings bis hin zum Einsatz von Mobile-First-Strategien (Sprachnotizen, lokalisierte Plattformen) in Schwellenländern.
Inhalte	- Verhandlungslinguistik: Powerwörter: Vermeiden leider im Französischen (wird als unhöflich angesehen), Klarheit der Verträge: Verwendung von einfachem Englisch vs. Juristendeutsch pro Gerichtsbarkeit - Schwellenländer-Taktiken: Mobile-First-Kommunikation: Sprachnotizen für Partner mit geringer Lese- und Schreibfähigkeit, Sprache des Schenkens: Dankeschreiben bei Angeboten im Nahen Osten

	3. Virtual Meeting Excellence: Kamera-Etikette, technische Vorbereitung, Moderation virtueller Meetings 4. Digitale Tools: KI Prompt Engineering für Marktforschungszusammenfassungen, Talk-Training im TED-Stil mit VR-Publikumssimulationen 5. KI Communication Tools: Grammarly Business, Otter.ai für Meeting-Protokolle, DeepL für Übersetzungen 6. Asynchrone Kommunikation: Best Practices für Slack/Teams, dokumentenbasierte Diskussionen
Literatur	Crisis Group (2024). Entschuldigungserklärungen, die funktioniert haben (und gescheitert sind). Fischer, R. et al. (2023). Anreise zu Yes in 50 Sprachen. Pinguin. Garner, B. (2023). Harvard Business Review Leitfaden für überzeugende Präsentationen. HBR-Verlag. Grammatik (2024). KI für das Schreiben von Geschäften. Meyer, E. (2024). Die Kulturkarte 2.1: Digitale Kommunikation. Öffentlichkeitsarbeit. Zoom (2024). Playbook für hybride Meetings.

Fachgebiet	Soft Skills	GBB 6
Modul	Human Resource Management	GBB 6.2

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage á 6h
Lernzeit (h)	82	
Semester	4	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 20 %/ Seminar 55 %/ Übung 25 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 6 Seiten) und Praktische Prüfung (Simulation, 15 Minuten)	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, ▪ die strategische Bedeutung des Personalmanagements für die Erzielung globaler Wettbewerbsvorteile zu erläutern. ▪ zu vergleichen und gegenüberzustellen, wie sich zentrale HR-Praktiken, wie z. B. Rekrutierung und Leistungsmanagement, in verschiedenen kulturellen und nationalen Kontexten unterscheiden. ▪ grundlegende, effektive und kulturbewusste Personalmanagementstrategien für Schlüsselaktivitäten wie die Auswahl internationaler Talente und die Motivation vielfältiger Teams zu entwerfen und anzuwenden. ▪ HR-Strategien zu entwickeln und Personalprozesse zu implementieren. ▪ hybride Arbeitsmodelle und digitale HR-Prozesse zu gestalten. ▪ People Data für strategische Personalentscheidungen zu analysieren. Die Studierenden beherrschen ▪ interkulturelle Kompetenz: Die Fähigkeit, Managementstile zu verstehen und an unterschiedliche kulturelle Normen und rechtliche Rahmenbedingungen anzupassen. ▪ Ethical Leadership & Social Responsibility: Kompetenz, faire, rechtliche und ethische Entscheidungen in Bezug auf das Personalmanagement zu treffen.
--------------------------------	--

	▪ Kommunikation und Konfliktlösung: Fähigkeiten, konstruktives Feedback zu geben, zu verhandeln und zwischenmenschliche Streitigkeiten innerhalb eines Teams zu lösen. ▪ Strategisches Denken: Die Fähigkeit, den Zusammenhang zwischen Personalmanagementpraktiken und der allgemeinen Unternehmensleistung zu erkennen.
Inhalt	1. Strategisches Personalmanagement: Personalstrategie und Business Alignment Personalcontrolling und Kennzahlensysteme, Employer Branding und Arbeitgeberattraktivität 2. Personalbereitstellung: Personalbedarfsplanungen, Rekrutierung und Auswahlverfahren, Onboarding und Integration 3. Personalentwicklung: Kompetenzmanagement und Karrierepfade, Trainingsbedarfsanalyse und -evaluation, Leadership Development Programme 4. Performance und Vergütung: Zielvereinbarung und Leistungsbeurteilung, Vergütungssysteme und Anreizgestaltung, variable Vergütung und Bonussysteme 5. Personalrecht und -organisation: Arbeitsrechtliche Grundlagen, Betriebliche Mitbestimmung, Personaladministration und Prozesse 6. Hybrid Work Models: Remote-First Policies, hybride Arbeitsmodelle, digitale Collaboration 7. HR Analytics Grundlagen: Employee Engagement Metriken, People Data Analyse 8. Agile Performance Management: OKRs, kontinuierliches Feedback, digitale Development Talks 9. People Analytics & HR Tech: - Predictive Attrition Modeling, Skills Ontologies und Internal Talent Marketplaces, AI in Recruiting: Bias Detection Tools, Sentiment Analysis (Mitarbeiter-Feedback) 10. Future of Work Practices: 4-Day Work Week Experiments (Island, Belgien), Right to Disconnect Legislation, Gig Economy Integration (Freelancer Management Systems), Skills-Based Hiring vs. Credential-Based
Literatur	Briscoe, D., Schuler, R., & Tarique, I. (2021). Internationales Personalmanagement: Strategien und Praktiken für multinationale Unternehmen (6. Aufl.). Routledge. Boudreau, J. & Cascio, W. (2024). Investing in People: Financial Impact of Human Resource Initiatives. 4th ed. SHRM. Dowling, P. J., Festing, M., & Engle, AD, Sr. (2017). Internationales Personalmanagement (7. Aufl.). Cengage Lernen. Ely, R. J., & Thomas, D. A. (2020). Diversität ernst nehmen: Genug schon mit dem Business Case. Harvard Business Review, 98(6), 114-122. Tambe, P., Cappelli, P., & Yakubovich, V. (2019). KI im Personalwesen: Herausforderungen und ein Weg in die Zukunft. California Management Review, 61(4), 15–42. Pulakos, E. D., et al. (2019). Performance Management kann fixiert werden: ein erfahrungsbasierter Lernansatz am Arbeitsplatz für komplexe Verhaltensänderungen. Arbeits- und Organisationspsychologie, 12(3), 1-29.

Fachgebiet	Soft Skills	GBB 6
Modul	Negotiation & Facilitation Skills	GBB 6.3

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage á 6 h
Lernzeit (h)	82	
Semester	5	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 15 %/ Seminar 50 %/ Übung 35 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 6 Seiten) und mündlich (Präsentation, 15 min.)	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, ▪ die Prinzipien des prinzipientreuen Handelns anzuwenden, um sich auf Interessen zu konzentrieren, für beide Seiten vorteilhafte Optionen zu generieren und objektive Kriterien in Verhandlungssituationen festzulegen. ▪ verschiedene Verhandlungstaktiken in einem globalen, interkulturellen Kontext strategisch einzusetzen und ethisch darauf zu reagieren. ▪ moderierte Diskussionen zu entwerfen und zu moderieren, die die Gruppendynamik steuern, eine gleichberechtigte Beteiligung gewährleisten und die Interessengruppen zu einem Konsens führen. ▪ Verhandlungs- und Moderationsszenarien kritisch zu analysieren, um sich für Lösungen einzusetzen, die langfristige Beziehungen aufbauen und nachhaltige Werte schaffen.
Inhalt	1. Das Harvard Negotiation Project & Principled Negotiation: Die vier Säulen: Menschen, Interessen, Optionen, Kriterien (PIOC). - BATNA (Beste Alternative zu einer ausgehandelten Vereinbarung), WATNA und ZOPA. 2. Verhandlungstaktiken und -strategien: Distributives (Win-Lose) vs. integratives (Win-Win) Verhandeln. - Umgang mit schwierigen Taktiken, Verankerung, Konzessionsmanagement.

	3. Die Kunst der Moderation und Moderation: Die Rolle des Moderators als neutraler Prozessbegleiter. - Techniken zum Festlegen von Tagesordnungen, aktivem Zuhören, Zusammenfassen und Konsensbildung. - Umgang mit dominanten Persönlichkeiten und Einbindung ruhiger Teilnehmer. 4. Interkulturelle und ethische Dimensionen: Wie sich Verhandlungs- und Kommunikationsstile zwischen den Kulturen unterscheiden (direkt vs. indirekt, emotionale Ausdrucksfähigkeit, Zeitkonzept). - Ethische Grenzen in Verhandlung und Moderation; Aufbau von langfristigem Vertrauen. 5. Digitale Verhandlungsplattformen: Virtual Deal Rooms, E-Signature Tools, Online-Mediation 6. Cross-cultural Virtual Negotiation: Kulturelle Unterschiede in digitalen Verhandlungen 7. Digital Negotiation Dynamics: Asynchronous Negotiation (Email, Shared Docs), Video Negotiation Body Language, AI Negotiation Coaches (ChatGPT als Sparring-Partner), Cross-Cultural Emoji/GIF Interpretation
Literatur	Fischer, R., Ury, W., & Patton, B. (2011). Getting to Yes: Negotiation Agreement Without Giving In (3. Aufl.). Pinguin-Bücher. Kaner, S. (2014). Leitfaden für Moderatoren zur partizipativen Entscheidungsfindung (3. Aufl.). Jossey-Bass. Meyer, E. (2016). Die Culture Map: Entschlüsselung, wie Menschen kulturübergreifend denken, führen und Dinge erledigen. Öffentlichkeitsarbeit. Susskind, L. (2024). Good for You, Great for Me: Finding the Trading Zone and Winning at Win-Win Negotiation. 2nd ed. PublicAffairs. Ury, W. (2007). Die Macht eines positiven Neins: Wie man Nein sagt und trotzdem zum Ja kommt. Zwerghuhn.

Fachgebiet	Electives	GBB 7
Modul	Leadership	GBB 7.1.1

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage á 6h
Lernzeit (h)	82	
Semester	4	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 15 %/ Seminar 60 %/ Übung 25 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 6 Seiten) und mündlich (Präsentation, 15 Minuten)	
Prüfungsleistung	Undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, ▪ Führungsansätze an unterschiedliche kulturelle und organisatorische Kontexte anzupassen (z. B. hierarchische vs. flache Strukturen) und gleichzeitig ethische Dilemmata wie Bestechungsforderungen versus Compliance zu bewältigen. ▪ geopolitische, technologische und betriebliche Störungen (z. B. hybrides Team-Burnout, Deepfake-Desinformation) mithilfe von KI-gesteuerten Analysen und VR-Simulationen zu bewältigen. ▪ Innovationen in ressourcenbeschränkten Umgebungen (z. B. Jugaad in Indien) voranzutreiben und gleichzeitig ESG-Verpflichtungen mit Geschäftszielen in Einklang zu bringen. Kompetenzen ▪ Kulturelle Intelligenz (CQ): z. B. Vermittlung von Konflikten zwischen direkten und indirekten Kommunikationskulturen (z. B. Holländische Unverblümtheit vs. Thai Kreng Jai) und Implementierung inklusiver Meeting-Praktiken (z. B. stilles Brainstorming für Introvertierte). ▪ Krisenführung: z. B. Bewältigung von Revolten in der Lieferkette (z. B. Fabrikstreiks in Vietnam) und Bekämpfung von Deepfake-Desinformationen, die auf die Reputation von Unternehmen abzielen.
--------------------------------	---

	▪ Digital Leadership: z. B. Einsatz von AI-Analysen (z. B. Microsoft Viva Insights), um Burnout in hybriden Teams zu verhindern, und Führung von Metaverse-Teams (z. B. Onboarding der Generation Z über VR-Simulationen).
Inhalt	1. Führungsgrundlagen und -theorien: Evolution der Führungsforschung, Eigenschafts-, Verhaltens- und Situationsansätze, Transformationale vs. transaktionale Führung 2. Führungsstile und -kompetenzen: Emotionale Intelligenz in der Führung Entscheidungsfindung und Problemlösung, Konfliktmanagement und Mediation 3. Führung in verschiedenen Kontexten: Interkulturelle Führung, Virtuelle und remote Führung, Führung in Projekt- und Matrixorganisationen 4. Personalentwicklung und -führung: Mitarbeitermotivation und -bindung, Leistungsmanagement und Feedback, Talent Management und Nachfolgeplanung 5. Ethische Führung und Verantwortung: Corporate Governance und Compliance Nachhaltigkeitsorientierte Führung, Whistleblowing und ethische Dilemmata 6. Hybrid Team Leadership: Führung verteilter Teams, Remote Motivation 7. Psychological Safety: Aufbau psychologischer Sicherheit, inklusive Führung 8. Digital Leadership Tools: Engagement-Metriken, Performance-Tracking
Literatur	Goleman, D. (2023). Führung, die funktioniert: Globale Meta-Analyse emotionaler Intelligenz. HBR-Verlag. Khanna, T. (2023). Trust Networks: Führend in Low-Governance-Zonen. Harvard. Microsoft (2024). Playbook für hybride Arbeit: Datengesteuerte Teamgesundheit. Meta (2024). Führend im Metaverse: VR-Onboarding-Taktiken. Meyer, E. (2024). *Die Culture Map 2.1: KI-gestützte Teams*. Öffentlichkeitsarbeit. Useem, M. (2023). The Edge: Krisenführerschaft im algorithmischen Zeitalter. Wharton.

Fachgebiet	Electives	GBB 7
Modul	Neuroscience of Leadership & Decision-Making	GBB 7.1.2

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage á 6h
Lernzeit (h)	82	
Semester	4	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 20 %/ Seminar 55 %/ Übung 25 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 6 Seiten) und mündlich (Präsentation, 15 Minuten)	
Prüfungsleistung	Undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden entwickeln ein tiefes Verständnis der neurobiologischen Grundlagen von Führungsverhalten und lernen, Erkenntnisse der Entscheidungspsychologie in praktische Führungsinstrumente zu übersetzen. Sie können kognitive Verzerrungen in individuellen und organisationalen Entscheidungsprozessen diagnostizieren und systematische Gegenstrategien entwickeln. Die Studierenden sind in der Lage, ▪ kognitive Verzerrungen und Entscheidungsfallen in individuellen und organisationalen Prozessen systematisch zu identifizieren. ▪ neurowissenschaftliche Erkenntnisse über Gehirnfunktionen in praktische Führungsinstrumente und Teamprozesse zu übersetzen. ▪ Resilienz Strategien basierend auf stressneurobiologischen Grundlagen für sich selbst und Teams zu entwickeln. ▪ Entscheidungsarchitekturen und Meeting-Formate für komplexe und unsichere Umgebungen zu gestalten. ▪ psychologische Sicherheit als Grundlage für innovative Teamleistungen zu fördern. ▪ neuroplastische Lernumgebungen zur Steigerung der organisationalen Anpassungsfähigkeit zu schaffen.
--------------------------------	--

Inhalte	1. Neurobiologische Grundlagen der Führung: Spiegelneuronen-Systeme und empathische Führung, Neurotransmitter-Dynamik in Stress- und Kreativitätsphasen (Cortisol, Dopamin, Oxytocin), Pränatale Neurologie und frühkindliche Prägung von Führungsverhalten, Epigenetische Einflüsse auf Resilienz und Change-Fähigkeit 2. Systematische Entscheidungspathologien: Kognitive Verzerrungen in strategischen Planungsprozessen, Gruppendenken und Abilene-Paradoxon in Vorständen und Aufsichtsräten, Neuroökonomie von Risikobereitschaft und Verlustaversion, Digital Nudging und ethische Grenzen verhaltensökonomischer Interventionen 3. Organisationale Neurowissenschaft: Collective Brain-Modell für lernende Organisationen, SCARF-Modell (Status, Certainty, Autonomy, Relatedness, Fairness) in Reorganisationsprozessen, Neurofeedback-Systeme für Leadership Development, Psychohygiene-Routinen für High-Performance-Teams 4. Anwendungsfelder globaler Führung: Kulturelle Neurowissenschaft: Interkulturelle Variationsmuster in Entscheidungsarchitekturen, Digitale Cerebrale Schnittstellen (BCI) und deren ethische Implikationen, Psychologische Sicherheit als neurobiologischer Performance-Multiplikator, Posttraumatisches Wachstum in Transformationsprozessen 5. AI-Decision Support: KI-gestützte Entscheidungsfindung, Predictive Analytics 6. Digital Decision Hygiene: Prozessstandards in virtuellen Entscheidungen 7. Behavioral Team Decisions: Kollektive Entscheidungsfindung in digitalen Settings
Literatur	Rock, D. (2023). Brain-Based Leadership: The Science of Significant Others. NeuroLeadership Institute Doyle, E. & Salz, W. (2024). The Decisive Mind: How Brain Science Can Revolutionize Organizational Decision-Making. Harvard Business Review Press Immordino-Yang, M.H. (2022). The Neurobiology of Emotional Learning: Insights for Leadership Development. Nature Reviews Neuroscience European NeuroLeadership Institute (2023). *Future of Work 2025: Brain-Centric Workplace Design* Klein, G. (2023). Sources of Power 2.0: How People Make Decisions in Extreme Environments. MIT Press Goleman, D. & Davidson, R. (2024). Altered Traits: Science Reveals How Meditation Changes Your Mind, Brain, and Body. Penguin Random House

Fachgebiet	Electives	GBB 7
Modul	International Project Management	GBB 7.2.1

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	4	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage á 6h
Lernzeit (h)	82	
Semester	4	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 15 %/ Seminar 50 %/ Übung 35 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 6 Seiten) und mündlich (Präsentation, 15 Minuten)	
Prüfungsleistung	Undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden in der Lage, hybride Projektmanagement-Ansätze strategisch in globale Kontexte zu integrieren und KI-gestützte Tools für Ressourcenoptimierung und Risikoprädiktion einzusetzen. Sie beherrschen die Führung virtueller internationaler Teams durch Remote-First-Ansätze und fördern psychologische Sicherheit in digitalen Kollaborationsräumen. Die Studierenden können nachhaltigkeitsorientierte Projekte unter Berücksichtigung von ESG-Kriterien managen und cross-kulturelle Stakeholder in komplexen Ökosystemen mit digitalen Collaboration-Tools erfolgreich einbinden. Zudem wenden sie AI-gestützte Risikoanalysen für geopolitische und kulturelle Herausforderungen an und entwickeln resiliente Projektstrategien für internationale Vorhaben. Die Studierenden sind in der Lage, ▪ hybride PM-Ansätze (Agile/Waterfall/Scrum) in globalen Kontexten strategisch auszuwählen und anzupassen. ▪ KI-gestützte PM-Tools für Ressourcenoptimierung, Risikoprädiktion und automatisiertes Reporting einzusetzen. ▪ virtuelle internationale Teams mit Remote-First-Ansätzen zu führen und psychologische Sicherheit in digitalen Räumen zu fördern. ▪ Cross-kulturelle Stakeholder in komplexen Ökosystemen mit digitalen Collaboration-Tools zu managen. ▪ Nachhaltigkeits- und ESG-Kriterien in internationale Projektlebenszyklen zu integrieren.
--------------------------------	---

	▪ AI-gestützte Risikoanalysen für geopolitische und kulturelle Projektrisiken durchzuführen.
Inhalte	1. Foundations & Global Project Landscape: Evolution des PM: Von traditionell zu hybrid zu AI-gestützt, Globale PM-Standards im Vergleich: PMI 7.0, PRINCE2 Agile, Scaling Frameworks (SAFe, LeSS), Digital-First Mindset: Remote vs. Hybrid vs. On-Site Projektteams 2. AI-Powered Project Management Predictive Resource Allocation, Risk Analytics 3. Virtual Team Leadership & Digital Collaboration, Remote Leadership Frameworks: Asynchrone Kommunikation, Digitale Daily Standups, Tool-Ökosysteme (Asana/Jira für agile Projekte, MS Project für klassische PM, Miro/Mural für virtuelle Workshops, Slack/Teams für tägliche Kommunikation), Psychologische Sicherheit in virtuellen Räumen 4. Cross-Cultural Agile & Stakeholder Management: Kulturelle Anpassung von Agile-Praktiken (z.B. Scrum in high-power-distance Kulturen), Digitale Stakeholder-Mapping mit AI-gestützten Influence-Analysen, Virtuelle Negotiation über Zeitzone und Kulturen hinweg 5. Sustainability & ESG in International Projects: Green Project Management: CO₂-Fußabdruck von Projekten minimieren, ESG-Compliance in globalen Lieferketten, SDG-Alignment von Projektzielen 6. Global Risk Management 4.0: Geopolitische Risiko-Früherkennung mit AI-Monitoring, Cyber-Security in verteilten Projektteams, Business Continuity bei globalen Krisen
Literatur	Fried, J. & Hansson, D.H. (2023). Remote: Office Not Required - The 2024 Edition. Currency Press. Harvard Business Review (2024). The Future of Project Leadership in AI-Driven Organizations (Artikel-Sammlung). Gartner (2024). Hybrid Work and Project Management: Best Practices 2024. Kerzner, H. (2022). Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling (13th ed.). Wiley. Kerzner, H. (2023/2024). Project Management Best Practices: Achieving Global Excellence (5th ed.). Wiley. Meyer, E. (2016). The Culture Map: Decoding How People Think, Lead, and Get Things Done Across Cultures. PublicAffairs. Project Management Institute (PMI). (2021). A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide) (7th Edition).

Fachgebiet	Electives	GBB 7
Modul	AI Leadership & Technologie-Ethics	GBB 7.2.2

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage á 6h
Lernzeit (h)	82	
Semester	4	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 20 %/ Seminar 55 %/ Übung 25 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 6 Seiten) und mündlich (Präsentation, 15 Minuten)	
Prüfungsleistung	Undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, ▪ ethische KI-Governance-Systeme und Compliance-Strukturen in multinationalen Organisationen zu implementieren. ▪ Technologiefolgen und regulatorische Entwicklungen in volatilen politischen Landschaften frühzeitig zu erkennen und zu bewerten. ▪ Bias-Audits, Fairness-Tests und Transparenzmechanismen in ML-Entwicklungsprozessen durchzuführen. ▪ nachhaltige KI-Systeme mit minimalem ökologischen Footprint und positiver gesellschaftlicher Wirkung zu managen. ▪ multidisziplinäre Ethik-Komitees und KI-Überwachungsgremien effektiv zu leiten. ▪ Krisenkommunikation und Incident-Response für KI-Systemversagen vorzubereiten und umzusetzen.
Inhalte	1. Ethische KI-Frameworks und -Implementierung: Comparative Analysis internationaler KI-Ethik-Richtlinien (EU AI Act, China's Guidelines, US Executive Orders), Operationalisierung ethischer Prinzipien in agile Entwicklungsprozesse, Explainable AI (XAI) Methoden für regulatorische Compliance, Ethics-by-Design in Produktentwicklungslebenszyklen

	2. Leadership in KI-Transformationen: Talent Management für hybrides Mensch-KI-Teambuilding, Change-Management für KI-induzierte Arbeitsplatztransformation, KI-Strategie-Entwicklung im Spannungsfeld Innovation vs. Regulation, Stakeholder Alignment für kontroverse KI-Anwendungen (Gesichtserkennung, Predictive Policing), LLM-Integration, Prompt Engineering Governance 3. Regulatorisches Ökosystem und Compliance: Conformity Assessment unter EU AI Act (High-Risk System Kategorisierung) Data Governance Acts und deren Implikationen für Trainingsdaten, Liability Frameworks für autonome Systeme, Internationale Zertifizierungsprozesse für vertrauenswürdige KI 4. Strategic Foresight und Risk Management: Anticipatory Governance für aufkommende KI-Risiken (Superintelligence, Alignment Problem), AI Safety Research und dessen unternehmerische Relevanz, Geopolitische Dimensionen des KI-Wettlaufs, Sustainable AI: Energieverbrauch und ökologischer Fußabdruck von LLMs
Literatur	Brynjolfsson, E. & McAfee, A. (2024). The Turing Trap: The Promise & Peril of Human-Like AI. Stanford Digital Economy Lab European Parliament (2024). The AI Act: Implementation Guidelines for Businesses. Official Journal of the EU. MIT Schwarzman College of Computing (2023). AI Governance in Practice: Case Studies from Global Corporations. UNESCO (2023). Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence: Implementation Toolkit. Dignum, V. (2023). Responsible Artificial Intelligence: How to Develop and Use AI in a Responsible Way. Springer. World Economic Forum (2024). AI Governance Alliance: Briefing Papers on Generative AI.

Fachgebiet	Electives	GBB 7
Modul	Purpose Leadership & Corporate Activism	GBB 7.3.1

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage á 6h
Lernzeit (h)	82	
Semester	5	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 15 %/ Seminar 60 %/ Übung 25 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 6 Seiten) und mündlich (Präsentation, 15 Minuten)	
Prüfungsleistung	Undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, ▪ wirksame Purpose-Strategien mit messbarer gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Wirkung zu entwickeln. ▪ strategische Corporate-Activism-Kampagnen in polarisierten öffentlichen Diskursen zu planen und zu führen. ▪ vielfältige Stakeholder-Interessen und Erwartungen in kontroversen gesellschaftlichen Debatten zu analysieren und zu integrieren. ▪ authentische Purpose-Kommunikation über verschiedene Medienkanäle und Zielgruppen hinweg zu gestalten. ▪ Employee-Activism-Programme zur Förderung von Mitarbeiterengagement und internem Entrepreneurship zu etablieren. ▪ Impact-Messsysteme und wirkungsorientierte Berichterstattung für Purpose-Initiativen zu implementieren.
Inhalte	1. Evolution der Corporate Responsibility: Historische Entwicklung vom Philanthropie- zum Aktivismus-Modell, B Corp-Zertifizierung und Benefit Corporation Rechtsformen, Impact Investing und dessen Einfluss auf Corporate Governance, Post-Covid Erwartungen an unternehmerische gesellschaftliche Rolle

	2. Strategischer Corporate Activism: Issue Selection Frameworks für gesellschaftliches Engagement, Shareholder-Activism vs. Management-led Activism, Employee Resource Groups als Change Agents, Intersectionality in Diversity & Inclusion Initiativen 3. Kommunikation und Positionierung: Authentizitätsmanagement in sozialen Medien, Partnership-Building mit zivilgesellschaftlichen Organisationen, Counter-Mobilization gegen orchestrierte Boykott-Kampagnen, CEO-Aktivismus und persönliches Brand-Risiko-Management 4. Messung und Skalierung: Impact Weighted Accounts Initiative Methodologie, Social Return on Investment (SROI) Berechnungen, ESG-Integration in Executive Compensation, Due Diligence für gesellschaftliches Engagement in autoritären Regimen 5. Digital Stakeholder Mapping: Network Analysis Tools, Influence Analytics 6. Digital Lobbying: Online Campaign Management, Policy Monitoring Tools 7. Virtual Corporate Diplomacy: Digitale Multistakeholder Initiatives
Literatur	Henderson, R. & van den Steen, E. (2024). The Purpose Revolution: How Leaders Can Win in the Age of Social Capitalism. Harvard Business Review Press. Edelman Trust Barometer (2024). The New Leadership: Navigating the Polarized World. Special Report B Lab Global (2023). B Corp Climate Justice Playbook: Integrating Equity into Climate Action Gartenberg, C. & Serafeim, G. (2023). Corporate Purpose and Firm Performance: A Network Perspective. Strategic Management Journal. WEF (2024). The Future of Corporate Social Responsibility: From CSR to CSV 2.0. Harvard Business School (2023). Impact-Weighted Accounts: Operational Implementation Guidelines.

Fachgebiet	Electives	GBB 7
Modul	Digital Collaboration & Virtual Team Excellence	GBB 7.3.2

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage á 6h
Lernzeit (h)	82	
Semester	5	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 15 %/ Seminar 50 %/ Übung 35 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 6 Seiten) und mündlich (Präsentation, 15 Minuten)	
Prüfungsleistung	Undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, ▪ virtuelle Arbeitsumgebungen für globale Teams unter Berücksichtigung technischer und kultureller Anforderungen zu designen und implementieren. ▪ komplexe Kollaborationsprozesse über Zeitzone hinweg zu moderieren und psychologische Sicherheit in virtuellen Settings zu fördern. ▪ digitale Team-Workflows mit datengestützten Ansätzen und Metriken zu evaluieren und optimieren. ▪ Strategien für inklusive Zusammenarbeit in hybriden Arbeitsmodellen unter besonderer Berücksichtigung kultureller Diversität zu entwickeln.
Inhalte	1. Team-Architekturen & Design: Remote-First Organisation Design: Strukturmodelle, Rollendefinition Hybride Arbeitsmodelle: Implementierungsstrategien, Policy-Entwicklung, Globale Team-Zusammensetzung: Kulturelle Diversität, Zeitzone-Management, Virtuelle Organisationskultur: Trust-Aufbau, digitale Rituale 2. Tools & Plattformen: Tool-Landschaft: Slack, Teams, Asana, Miro, Notion - Auswahl und Integration, KI-gestützte Kollaboration: AI-Tools für Automatisierung und Analyse, Sicherheit & Compliance: Datenschutz, Zugriffsrechte in globalen Kontexten, Implementierungsstrategien: Change-Management, Adoption-Metriken

	3. Meeting Excellence & Kommunikation, Virtuelle Meetings: Agenda-Design, technische Vorbereitung, Moderation, Asynchrone Prozesse: Dokumenten-basierte Diskussionen, Entscheidungsprotokolle, Krisenkommunikation: Eskalationsmanagement, Conflict Resolution, Kulturelle Anpassung: Inklusive Beteiligung, diverse Kommunikationsstile 4. Performance & Engagement: Effektivitäts-Messung: Productivity Metrics, Quality Indicators, Engagement-Tracking: Wellbeing-Metriken, Burnout-Prävention, Datengetriebene Optimierung: A/B Testing, Continuous Improvement, Psychologische Sicherheit: Messinstrumente, Interventionsdesign
Literatur	Fried, J. & Hansson, D.H. (2023). Remote: Office Not Required - The 2024 Edition. Currency Press. Edmondson, A. C. (2023). The Fearless Organization: Creating Psychological Safety in the Workplace for Learning, Innovation, and Growth. Wiley. Lister, K., & Harnish, T. (2024). The State of Remote Work 2024: Global Trends and Best Practices. Global Workplace Analytics Zigarmi, D., & Roberts, T. P. (2023). The Leader's Guide to Managing Remote Teams. Berrett-Koehler Publishers.

Fachgebiet	Electives	GBB 7
Modul	Data Visualization & Communication Skills	GBB 7.4.1

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage á 6h
Lernzeit (h)	82	
Semester	5	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 15 %/ Seminar 45 %/ Übung 40 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 6 Seiten) und mündlich (Präsentation, 15 Minuten)	
Prüfungsleistung	Undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, ▪ die wichtigsten Designprinzipien anzuwenden, um klare, überzeugende Datenvisualisierungen und professionelle Präsentationen zu erstellen. (Visuelle Kompetenz) ▪ eine kohärente und wirkungsvolle persönliche Marke über wichtige digitale Medienplattformen hinweg aufzubauen und zu kuratieren. (Digital Presence & Personal Branding) ▪ überzeugende Erzählungen zu entwerfen und zu liefern, die starke visuelle Elemente mit einer selbstbewussten Präsentation für ein globales Publikum verbinden. (Publikumszentrierte Kommunikation) ▪ die Geschäftskommunikation auf der Grundlage ihrer Effektivität, ihrer ethischen Darstellung von Informationen und ihrer interkulturellen Sensibilität kritisch zu bewerten.
Inhalte	1. Prinzipien der visuellen Kommunikation: Datenvisualisierung: Auswahl des richtigen Diagrammtyps, Entrümpelung und Storytelling mit Daten, Grundlagen des visuellen Designs: Layout, Hierarchie, Farbe und Typografie für Nicht-Designer.

	2. Tools & Software: Praktische Einführung in Tools wie Microsoft PowerPoint/Excel (erweiterte Funktionen), Canva, Tableau Public oder Adobe Express zur Erstellung professioneller Visualisierungen. 3. Personal Branding & Digital Presence: Strategie: Definition eines einzigartigen Wertversprechens und einer Zielgruppe, Umsetzung: Optimierung von LinkedIn-Profilen, Aufbau eines professionellen Online-Netzwerks, Erstellung eines digitalen Portfolios, Ethik & Reputationsmanagement: Verständnis von digitalen Fußabdrücken, Datenschutzeinstellungen und Aufrechterhaltung der Professionalität. 4. Medientraining und Präsentationsfähigkeiten: Erstellen eines Erzählbogens für Präsentationen, Präsenz vor der Kamera für Videokonferenzen und Aufzeichnungen, Umgang mit Fragerunden und selbstbewusstes Sprechen in der Öffentlichkeit. 5. AI-Powered Data Visualization: Generative Tools, Interactive Dashboard Design 6. Digital Executive Presence: Virtuelle Leadership Communication, Online Personal Branding 7. Data Storytelling: Narrative Data Analysis, Executive Briefing Techniques
Literatur	Clark, D. (2017). Heben Sie sich ab: Wie Sie Ihre persönliche Marke aufbauen und Ihren Traumjob finden. Pinguin. Duarte, N. (2019). DataStory: Erklären Sie Daten und regen Sie durch Story zum Handeln an. Ideapress Verlag. Knaflitz, C. N. (2015). Storytelling mit Daten: Ein Leitfaden zur Datenvisualisierung für Geschäftsleute. Wiley. Vaughan, T. (2021). Multimedia: Making It Work (10. Auflage). McGraw-Hill-Bildung.

Fachgebiet	Electives	GBB 7
Modul	Multistakeholder Diplomacy & Public Affairs	GBB 7.4.2

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage á 6h
Lernzeit (h)	82	
Semester	5	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 20 %/ Seminar 55 %/ Übung 25 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 6 Seiten) und mündlich (Präsentation, 15 Minuten)	
Prüfungsleistung	Undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden beherrschen ▪ komplexe Verhandlungs- und Einflussstrategien in multilateralen Settings mit staatlichen, zivilgesellschaftlichen und zwischenstaatlichen Akteuren. ▪ Public-Affairs-Strategien zu entwickeln, die sowohl lokale Gemeinschaften als auch globale Governance-Strukturen berücksichtigen. Die Studierenden sind in der Lage, ▪ umfassende Multistakeholder-Strategien in komplexen globalen Governance-Systemen zu entwickeln. ▪ geopolitische Risiken und regulatorische Veränderungen für internationale Geschäftsaktivitäten proaktiv zu bewerten. ▪ innovative Public-Private Partnerships in herausfordernden politischen und kulturellen Umfeldern zu initiieren. ▪ diplomatische Verhandlungen und Beziehungen mit staatlichen und nicht-staatlichen Akteuren auf Augenhöhe zu führen. ▪ Lobbying- und Einflussstrategien unter Einhaltung transparenter Compliance-Standards zu gestalten. ▪ lokale Community-Relations und globale Corporate-Diplomacy-Ansätze miteinander zu verbinden.
--------------------------------	--

Inhalte	1. Theoretische Grundlagen globaler Governance: Regime Theory und deren Anwendung auf digitale Governance, Network Governance in post-westfälischen Systemen, Private Authority in globalen Standardisierungsprozessen, Legitimationsstrategien privater Governance-Initiativen. 2. Praktische Multistakeholder-Engagementformen: UN Global Compact und Sustainable Development Goals Partnerschaften, Industrieverbände und Brancheninitiativen (z. B. Responsible Business Alliance), Community Advisory Panels und lokale Partizipationsmechanismen, Multi-Akteur-Partnerschaften in fragilen Staaten. 3. Public Affairs in komplexen regulatorischen Umgebungen: Lobbying unter Transparenz- und Compliance-Anforderungen (Lobbyregistergesetze), Political Risk Assessment in emerging markets, Regulatory Entrepreneurship in disruptiven Technologiefeldern, Crisis Diplomacy bei Handelskonflikten und Sanktionen. 4. Diplomatische Protokolle und Verfahren: Konsularische Unterstützung für Geschäftsaktivitäten im Ausland, Protokollarische Hierarchien in internationalen Verhandlungen, Cultural Intelligence in diplomatischen Settings, Track-II-Diplomatie und inoffizielle Kommunikationskanäle. 5. Digital Stakeholder Mapping: Network Analysis Tools, Influence Analytics 6. Digital Lobbying: Online Campaign Management, Policy Monitoring Tools 7. Virtual Corporate Diplomacy: Digitale Multistakeholder Initiatives
Literatur	Abbott, K.W. & Hale, T. (2023). The Orchestration of Global Governance: Partnerships, Institutions, and Networks. Oxford University Press. OECD (2024). Lobbying in the 21st Century: Transparency, Integrity and Access. OECD Publishing. UN Development Programme (2023). Multistakeholder Partnerships for the SDGs: A Practical Guide. Harvard Kennedy School (2024). Corporate Diplomacy: Building Reputations and Relationships with External Stakeholders. Executive Education Papers. Transparency International (2023). Global Corruption Barometer: Private Sector Edition. World Bank Group (2024). Doing Business 2024: Understanding Regulations for Small and Medium-Size Enterprises.

Fachgebiet	Global Business Specialization: International Management	GBB 8.A
Modul	Global Strategic Management	GBB 8.A.1

Verantwortlich	
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr
Verwendbarkeit	
ECTS-Punkte	5
Gesamtworkload (h)	130
Lehrzeit (h)	48 z. B. 8 Tage á 6h
Lernzeit (h)	82
Semester	2
Voraussetzungen	Keine
Lehrform	Vorlesung 25 %/ Seminar 50 %/ Übung 25 %
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 8 Seiten), mündlich (Präsentation, 10 Minuten)
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, ▪ komplexe internationale Umgebungen kritisch zu analysieren und dabei fortschrittliche strategische Rahmenwerke zu verwenden, um die wichtigsten globalen Chancen und Bedrohungen zu identifizieren. ▪ verschiedene Markteintritts- und Expansionsstrategien zu formulieren und zu bewerten, deren Risiken und strategische Eignung abzuwägen. ▪ Strategien zu entwickeln, die den Bedarf an globaler Integration mit der Reaktionsfähigkeit des lokalen Marktes effektiv in Einklang bringen. ▪ diese Elemente zu synthetisieren, um eine umfassende globale Strategie zu entwickeln, die die Organisationsstruktur, die Umsetzungspläne und die Mechanismen zur Aufrechterhaltung des Wettbewerbsvorteils umfasst. Kompetenzen ▪ Strategisches Denken: Von taktischen Problemen zu langfristigen, ganzheitlichen Visionen. ▪ Fortgeschrittene analytische Fähigkeiten: Verwendung komplexer Frameworks, um mehrdeutige Geschäftssituationen zu dekonstruieren. ▪ Interkulturelle Entscheidungsfindung: Urteile fällen, die ethische, kulturelle und institutionelle Unterschiede berücksichtigen.
--------------------------------	--

	▪ Synthese: Integration von Wissen aus Finanzen, Marketing und Betrieb in einen einheitlichen strategischen Plan. ▪ Überzeugende Kommunikation: Artikulieren und Verteidigen einer komplexen strategischen Empfehlung in schriftlichen Berichten und mündlichen Präsentationen (z. B. durch Business Cases oder Simulationen).
Inhalte	1. Einführung in die globale Strategie: Das Konzept des Wettbewerbsvorteils im globalen Kontext. 2. Externe und interne Analyse: PESTEL, Porter's Five Forces, Global Value Chain Analysis, Resource-based View (RBV), VRIO Framework. 3. Theorien der Internationalisierung: Das Uppsala-Modell (allmähliche Internationalisierung) vs. Born-Global/International New Ventures. 4. Globale strategische Ausrichtungen: Das Integrations-Responsiveness (I-R) Raster (Bartlett & Ghoshal). 5. Markteintritts- und Expansionsstrategien: Bewertung von Eintrittsmodi (Export, Lizenzierung, Franchising, JVs, WOSs), strategischen Allianzen und Wachstumsstrategien nach dem Markteintritt. 6. Globale Mergers & Acquisitions: Motive, Herausforderungen und Integrationsprozesse. 7. Globales Wissensmanagement und Innovation: Management von F&E und Innovation über Grenzen hinweg. 8. Strategie auf Unternehmensebene: Diversifikation, Portfoliomanagement und Corporate Governance in multinationalen Unternehmen. 9. Implementierung & Struktur: Organisationsdesigns für multinationale Unternehmen (z. B. geografisch, Produktabteilungen, Matrix). 10. Zeitgenössische Themen: Digitale Transformation, plattformbasierte Strategien, ESG und Nachhaltigkeit als strategischer Imperativ, Management geopolitischer Risiken und Strategien für Schwellenländer. 11. Deglobalisierungs-Strategien: Reshoring und Friend-Shoring, Geopolitical Risk Hedging, Multidomestic Strategies bei Fragmentierung
Literatur	Bartlett, C. A., & Ghoshal, S. (2002). Grenzüberschreitendes Management: Die transnationale Lösung. (2. Aufl.). Harvard Business School Presse. Cavusgil, S. T., Ritter, G., Riesenberger, J., Rammal, H. G., & Rose, E. L. (2020). International Business: Die neuen Realitäten. (5. Aufl.). Pearson. Ghemawat, P. (2018). Die neue globale Roadmap: Nachhaltige Strategien für turbulente Zeiten. Harvard Business Review Presse. Peng, M. W., & Meyer, K. E. (2019). Internationales Geschäft. (Jede neuere Ausgabe, z.B. 4.). Cengage Lernen.

Fachgebiet	Global Business Specialization: International Management	GBB 8.A
Modul	International Market Research	GBB 8.A.2

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage á 6h
Lernzeit (h)	82	
Semester	2	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 10 %/ Seminar 60 %/ Übung 30 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 8 Seiten)	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, - wichtige globale Sekundärdatenquellen zu identifizieren und zu nutzen, um das internationale Marktpotenzial zu bewerten. - Forschungsmethoden kritisch zu bewerten und anzupassen, um interkulturelle Herausforderungen wie Übersetzung, Verzerrung und Äquivalenz zu bewältigen. - valide qualitative und quantitative Forschungsprojekte zu konzipieren und durchzuführen, die auf spezifische internationale Kontexte zugeschnitten sind. - die Ergebnisse zu analysieren und sie zu umsetzbaren, evidenzbasierten Erkenntnissen zu synthetisieren, um strategische internationale Geschäftsentscheidungen zu unterstützen. Kompetenzen - Interkulturelles Forschungsdesign: Anpassung von Forschungsinstrumenten und -methoden an unterschiedliche kulturelle Settings. - Data Sourcing & Evaluation: Kritische Bewertung der Glaubwürdigkeit und Relevanz internationaler Daten aus verschiedenen Quellen (Regierung, Wirtschaft, Digital). - Analytisches Denken: Verwendung analytischer Rahmenwerke, um komplexe, oft widersprüchliche, internationale Daten zu verstehen.
--------------------------------	--

	▪ Projektmanagement: Konzeption und Planung eines umfassenden internationalen Forschungsprojekts innerhalb von Zeit- und Budgetvorgaben. ▪ Strategische Kommunikation: Präsentation von Erkenntnissen auf klare, überzeugende und kulturell bewusste Weise, um die Entscheidungsfindung zu unterstützen.
Inhalte	1. Die Rolle der internationalen Marktforschung: Verknüpfung von Forschung mit internationalen strategischen Entscheidungen (Einstieg, Segmentierung, Positionierung). 2. Der internationale Forschungsprozess: Ein Schritt-für-Schritt-Rahmenwerk, das an die globale Komplexität angepasst ist. 3. Sekundärforschung: Nutzung multinationaler Datenbanken (z. B. Euromonitor, Statista, OEC), Bewertung der Datenqualität und Vergleichbarkeit über Märkte hinweg. 4. Qualitative Methoden: Anpassung von Fokusgruppen, Tiefeninterviews und ethnographischen Techniken an kulturelle Kontexte. Schwerpunkt auf Übersetzung und Moderation. 5. Quantitative Methoden: Interkulturelles Erhebungsdesign, um funktionale, konzeptionelle und metrische Äquivalenz zu erreichen. Herausforderungen bei der Probenahme in verschiedenen Ländern. 6. Skaliertes & Fragebogendesign: Berücksichtigung von Antwortverzerrungen (z. B. extreme Antworten, Duldungsverzerrung) und Übersetzungstechniken (Rückübersetzung). 7. Digital & Social Media Research: Nutzung von Webanalysen, Social-Listening-Tools (z. B. Brandwatch) und Online-Communities für globale Einblicke. 8. Datenanalyse und -interpretation: Analyse interkultureller Datensätze mit geeigneter statistischer Software, Vermeidung fehlerhafter interkultureller Vergleiche. 9. Reporting & Presentation: Kommunikation der Ergebnisse an ein multikulturelles Managementteam. 10. Ethische und Managementfragen: Umgang mit internationalen Datenschutzgesetzen, Datensicherheit und Zusammenarbeit mit internationalen Forschungsagenturen.
Literatur	Bloomberg (2024). Vorhersage von Währungskrisen über Social Media. Craig, C. S., & Douglas, S. P. (2021). Internationale Marktforschung. (4. Aufl., Wiley). De Mooij, M. (2021). Globales Marketing und Werbung: Kulturelle Paradoxien verstehen. (6. Aufl., SAGE). GSMA (2024). Mobile Consumer Insights im globalen Süden. Hantrais, L. (2022). International vergleichende Forschung: Theorie, Methoden und Praxis. (2. Aufl., Red Globe Press). Harvard Kennedy Schule (2024). Erforschung sanktionierter Märkte. Kammern, R. (2024). Dekolonisierung von Daten: Partizipative Methoden der Mehrheitswelt. Oxford. Kumar, V. (2023). Internationale Marktforschung (5. Aufl.). Wiley MIT Sloan (2023). KI für ressourcenarme Marktforschung.

Fachgebiet	Global Business Specialization: Internationales Management	GBB 8.A
Modul	Global Marketing Strategies	GBB 8.A.3

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	10	
Gesamtworkload (h)	260	
Lehrzeit (h)	96	z. B. 16 Tage á 6h
Lernzeit (h)	164	
Semester	3	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 15 %/ Seminar 60 %/ Übung 25 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 5 Seiten)	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, ▪ internationale Umgebungen auf globale Marktchancen zu analysieren. ▪ Marketingstrategien zu formulieren, die globale Integration mit lokaler Anpassung in Einklang bringen. ▪ kulturell resonante Branding- und Kommunikationsansätze zu entwickeln. ▪ umfassende globale Marketingpläne zu entwerfen, die auf die Geschäftsziele abgestimmt sind. Kompetenzen ▪ Interkulturelles Consumer Insight: Interpretation kultureller Einflussfaktoren auf das Konsumverhalten ▪ Strategische Marktbewertung: Systematisches Marktscreening und -auswahl ▪ Marketing-Mix-Anpassung: Entscheidungsfindung für die Anpassung von Produkt, Preis, Ort und Werbung ▪ Globale Markenverantwortung: Wahrung der Markenkonsistenz bei gleichzeitiger Ermöglichung lokaler Relevanz ▪ Digital Global Campaign Management: Nutzung digitaler Plattformen für internationale Reichweite
--------------------------------	--

Inhalte	1. Grundlagen des globalen Marketings: Globalisierungstreiber und strategische Notwendigkeiten 2. Globales Marketingumfeld: Kulturelle, wirtschaftliche, rechtliche und technologische Faktoren 3. Marktauswahl und Eintrittsstrategien: Screening-Modelle und Auswahl des Einstiegsmodus 4. Globale Segmentierung und Positionierung: Grenzüberschreitende Ansätze zur Verbrauchersegmentierung 5. Marketing-Mix-Strategien 6. Produkt: Standardisierung vs. Anpassungsstrategien 7. Preis: Internationale Preisrahmen und Verrechnungspreise 8. Ort: Design des globalen Vertriebskanals 9. Förderung: Interkulturelle Kommunikationsstrategien 10. Global Brand Management: Markenarchitektur und Equity-Management 11. Digital Global Marketing: Social-Media- und E-Commerce-Strategien in verschiedenen Märkten 12. Organizing for Global Marketing: Strukturelle Überlegungen und Steuerungsmechanismen 13. Glocalization 2.0: Micro-Moment Marketing, Hyperlocal Targeting (Geofencing), Cultural Remixing
Literatur	Aaker, D. A., & Joachimsthaler, E. (2022). Brand Leadership (2. Aufl.). Simon & Schuster. Chen, L. (2024). Guanxi Marketing: Verkaufen über Chinas soziale Ökosysteme. HKU Presse. De Mooij, M. (2021). Globales Marketing und Werbung: Kulturelle Paradoxien verstehen (6. Aufl.). Salbei GSMA (2024). Mobiles Marketing in Afrika: Mehr als SMS. HBR (2023). Wenn Marken zur politischen Zielscheibe werden. Hollensen, S. (2024). Globales Marketing (8. Aufl.). Pearson. Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). Marketingmanagement (16. Aufl.). Pearson Stengel, J. (2023). Wachsen: Marketing im Zeitalter der Polykrise. HBR-Verlag.

Fachgebiet	Global Business Specialization: International Management	GBB 8.A
Module	International Tax Law	GBB 8.A.4

Verantwortlich	
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr
Verwendbarkeit	
ECTS-Punkte	10
Gesamtworkload (h)	260
Lehrzeit (h)	96 z. B. 16 Tage á 6h
Lernzeit (h)	164
Semester	4
Voraussetzungen	Keine
Lehrform	Vorlesung 30 %/ Seminar 40 %/ Übung 30 %
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 120 Minuten)
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)

Lernergebnisse und Kompetenzen	Studierende sind in der Lage, - die Grundprinzipien des internationalen Steuerrechts zu erläutern und deren Bedeutung für grenzüberschreitende Unternehmensaktivitäten zu bewerten. - Doppelbesteuerungskonflikte zu erkennen und unter Anwendung von Doppelbesteuerungsabkommen (DBA) gemäß OECD-Musterabkommen zu lösen. - die Besteuerungsrechte der Staaten (Ansässigkeits- vs. Quellenprinzip) zu analysieren und entsprechende Steuerplanungsstrategien zu entwickeln. - die steuerlichen Folgen internationaler Geschäftstransaktionen (Lieferungen, Dienstleistungen, Lizenzen, Finanzierung, digitale Geschäftsmodelle) zu beurteilen. - die Grundzüge der Verrechnungspreisgrundsätze (Transfer Pricing) nach OECD-Guidelines anzuwenden. - Steuerliche Risiken und Compliance-Anforderungen bei grenzüberschreitenden Aktivitäten zu identifizieren, zu dokumentieren und zu steuern. - die Auswirkungen internationaler Reforminitiativen (z. B. BEPS, Pillar 1 & 2, Mindestbesteuerung) auf Unternehmensstrukturen zu bewerten. Kompetenzen: - Analytische Kompetenz: Anwendung internationaler Steuernormen auf praxisnahe Fallgestaltungen.
--------------------------------	--

	▪ Gestaltungskompetenz: Entwicklung steueroptimierter Unternehmens- und Investitionsstrukturen unter Beachtung rechtlicher Rahmenbedingungen. ▪ Risikomanagement-Kompetenz: Identifikation, Bewertung und Reduktion steuerlicher Risiken im internationalen Kontext. ▪ Kommunikative Kompetenz: Vermittlung steuerlicher Analysen und Empfehlungen gegenüber Management, Wirtschaftsprüfer:innen und Behörden.
Inhalte	1. Einführung und Systematik des internationalen Steuerrechts. 2. Steuerhoheiten und Anknüpfungspunkte: Ansässigkeit, Betriebsstätte, Quellenstaatprinzip. 3. Doppelbesteuerung: Ursachen, Vermeidung durch OECD-Musterabkommen und nationale Umsetzungen. 4. Methoden zur Vermeidung der Doppelbesteuerung: Freistellungsmethode, Anrechnungsmethode. 5. Verrechnungspreise (Transfer Pricing): OECD-Guidelines, Fremdvergleichsgrundsatz, Dokumentationspflichten, Funktions- und Risikoanalyse. 6. Quellensteuern und Abzugsteuern auf Dividenden, Zinsen, Lizenzen, Dienstleistungen. 7. Internationale Steuerplanung und Strukturierung: Holdinggesellschaften, Finanzierungs- und Lizenzstrukturen. 8. Missbrauchsvermeidung & Anti-Avoidance-Regeln: GAAR, CFC-Regelungen, Hinzurechnungsbesteuerung, Substanzanforderungen. 9. Mehrwertsteuer im internationalen Kontext: Ort der Leistung, innergemeinschaftliche Lieferungen, Reverse-Charge. 10. BEPS-Initiative und OECD-Pillar 1 & 2: Mindestbesteuerung, globale Mindeststeuer, Verrechnung von Gewinnen digitaler Konzerne. 11. Dispute Resolution: Verständigungsverfahren, Arbitration nach Art. 25 OECD-MA. 12. Praxisbeispiele und Fallstudien: Gestaltung internationaler Lieferketten, Funktionsverlagerung, Lizenzmodelle.
Literature	Lang, M.; Pistone, P.; Schuch, J.; Staringer, C. (Hrsg.): Introduction to International Tax Law, 10th ed., Linde Verlag, Wien, 2023. OECD (2022): OECD Model Tax Convention on Income and on Capital: Condensed Version 2022, OECD Publishing, Paris. Baker, P. (2021): <i>Double Taxation Conventions and International Tax Law</i>, Sweet & Maxwell, London

Fachgebiet	Global Business Specialization: International Management	GBB 8.A
Modul	Cross-Cultural Leadership	GBB 8.A.5

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage á 6h
Lernzeit (h)	82	
Semester	5	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 15 %/ Seminar 60 %/ Übung 25 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 8 Seiten) und mündlich (Präsentation, 10 min.)	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, ▪ zu analysieren, wie kulturelle Werte die Wahrnehmung effektiver Führung beeinflussen. Es ermöglicht ihnen, ihren eigenen Führungsstil und kulturelle Vorurteile kritisch zu hinterfragen. ▪ ihre Kommunikations- und Managementansätze anzupassen, um vielfältige, globale Teams zu motivieren und zu vereinen. ▪ ethisch fundierte und integrative Entscheidungen in einem komplexen internationalen Umfeld zu treffen.
Inhalte	1. Einführung in die interkulturelle Führung: Definition von Führung vs. Management in einem globalen Kontext; der Business Case für integrative Führung. 2. Grundlegende kulturelle Rahmenbedingungen: Tauchen Sie tief in Hofstede, das GLOBE-Projekt, Halls Kontextkultur und Trompenaars' Dimensionen mit einem direkten Bezug zum Führungsverhalten ein. 3. Selbstwahrnehmung und das globale Mindset: Verwendung von diagnostischen Instrumenten (z. B. implizite Assoziationstests, Cultural Orientations Framework) zur persönlichen Reflexion.

	4. Motivation und Engagement in verschiedenen Kulturen: Anwendung von Motivationstheorien (z. B. McClellands Bedürfnisse, Herzbergs Zwei-Faktoren) in verschiedenen kulturellen Umgebungen. 5. Interkulturelle Kommunikation und Feedback: Navigieren zwischen High-Context- und Low-Context-Kommunikation; die Kunst, kulturübergreifend Kritik zu geben und zu empfangen. 6. Führung globaler virtueller Teams: Strategien zum Aufbau von Vertrauen, zur Einrichtung von Kommunikationsprotokollen und zum Einsatz von Technologie zur Überwindung der Herausforderungen der Entfernung. 7. Verhandlung und Konfliktlösung: Verständnis kulturell unterschiedlicher Konfliktansätze (z.B. direkte Konfrontation vs. indirekte Mediation). 8. Ethik und soziale Verantwortung: Bewältigung von Herausforderungen wie Bestechung, Korruption, Arbeitsnormen und Umweltpraktiken aus verschiedenen kulturellen Blickwinkeln. 9. Zeitgenössische Themen: Führung vielfältiger Talente, Management von Expatriates und Repatriates, die Rolle von KI in der globalen Teamarbeit und Förderung von DEI (Diversity, Equity, and Inclusion). 10. Simulationen und Fallstudien: Immersive Rollenspiele (z. B. Verhandlungen über ein Joint Venture) und Analysen von realen Fällen (z. B. Microsofts Führung unter Satya Nadella, Herausforderungen bei grenzüberschreitenden Fusionen und Übernahmen). 11. Polycrisis Leadership: Leading Through Multiple Simultaneous Crises, Climate-Refugee Management in Supply Chains, Scenario Planning für geopolitische Shocks
Literatur	Cascio, J. (2024). Facing the Age of Chaos. Fast Company Press. House, R. J., Hanges, P. J., Javidan, M., Dorfman, P. W., & Gupta, V. (Hrsg.). (2004). Kultur, Führung und Organisationen: Die GLOBE-Studie von 62 Gesellschaften. SAGE-Publikationen. Meyer, E. (2023). Die Culture Map 2.0: KI, hybride Arbeit und Polarisierung. Öffentliche Angelegenheiten. Livermore, D. (2024). Digital, vielfältig und gespalten: Vorreiter durch kulturelle Reibung. Berrett-Köhler. Nkomo, S. (2023). Postkoloniale Führung: Jenseits des Westens. Stanford. Chen, L. (2024). *Guanxi 2.0: Aufbau digitaler Beziehungen in China*. HKU Presse. Gelfand, M. (2023). Regelsetzer, Regelbrecher: Enge/lockere Kulturen in der Krise. Scribner. Gundling, E., Hogan, T., & Cvitkovich, K. (2011). Was ist globale Führung? 10 wichtige Verhaltensweisen, die großartige globale Führungskräfte ausmachen. Nicholas Brealey Verlag. Globaler Pakt der Vereinten Nationen (2024). Playbook zur Korruptionsbekämpfung in Schwellenländern.

Fachgebiet	Global Business Specialization: International Management	GBB 8.A
Modul	Global Supply Chain Management	GBB 8.A. 6

Verantwortlich	
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr
Verwendbarkeit	
ECTS-Punkte	5
Gesamtworkload (h)	130
Lehrzeit (h)	48 z. B. 8 Tage á 6h
Lernzeit (h)	82
Semester	5
Voraussetzungen	Keine
Lehrform	Vorlesung 20 %/ Seminar 50 %/ Übung 30 %
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 10 Seiten)
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden beherrschen ein resilientes Lieferkettendesign und optimieren Kosten, Nachhaltigkeit (CO₂-Reduzierung) und geopolitische Risiken (z. B. Sanktionen, Handelskriege) durch Tools wie KI-Prognosen und Blockchain-Rückverfolgbarkeit. Sie entwickeln Fähigkeiten zur Krisenreaktion, um Störungen zu bewältigen (z. B. Umleitung von Sendungen bei Konflikten) und gleichzeitig die Einhaltung ethischer Vorschriften sicherzustellen (z. B. Prüfung von Kinderarbeit bei Tier-3-Lieferanten). Die Studierenden in die Lage, digitale Lösungen (z. B. Smart Contracts, digitale Zwillinge) mit den Realitäten der Schwellenländer (z. B. informelle Netzwerke auf der letzten Meile) zu integrieren, um die Agilität der Lieferkette zu gewährleisten. Kompetenzen ▪ Strategisches Netzwerkdesign: Modellierung und Bewertung verschiedener globaler Lieferkettenkonfigurationen zur Unterstützung der Geschäftsstrategie. ▪ Globales Logistikmanagement: Verständnis der praktischen Aspekte und Dokumentation des internationalen Handels und Transports. ▪ Risikobewertung und -minderung: Systematische Identifizierung, Analyse und Planung potenzieller Störungen. ▪ Datenanalyse und -interpretation: Nutzung von Daten zur Lösung von Problemen in Bereichen wie Nachfrageprognosen, Bestandsoptimierung und Lieferantenleistung.
--------------------------------	---

	Stakeholder-Management: Effektive Zusammenarbeit und Verhandlungen mit verschiedenen Partnern in der gesamten Kette (Lieferanten, Logistikdienstleister, Zollbeamte).
Inhalte	- Einführung in das globale SCM: Die strategische Bedeutung globaler Lieferketten; die 5R's (Richtiges Produkt, Richtiger Ort, Richtige Zeit, Richtiger Zustand, Richtige Kosten). - Globale Supply-Chain-Strategie: Ausrichtung der SC-Strategie an der Geschäftsstrategie; das Strategic Fit-Modell; Offshoring vs. Nearshoring vs. Reshoring. - Globales Netzwerkdesign und -konfiguration: Standortentscheidungen für Einrichtungen, Zentralisierung vs. Dezentralisierung und die Rolle von Freihandelszonen. - Sourcing & Procurement: Globale Lieferantenauswahl, Supplier Relationship Management (SRM) und Total Cost of Ownership (TCO)-Analyse. - Globale Logistik- und Handelskonformität: Internationale Transportmittel (Luft, See, Schiene, Straße), Lagerung, Zollabfertigung und Incoterms® 2020. - Bedarfsplanung und Bestandsmanagement: Prognosen in einem globalen Kontext, Verwaltung von Sicherheitsbeständen, Abschwächung des Bullwhip-Effekts. - Risikomanagement in der Lieferkette: Identifizierung von Risiken (operativ, finanziell, geopolitisch); Aufbau von Resilienz durch Redundanz, Flexibilität und Transparenz. - Performance Measurement: Key Performance Indicators (KPIs) für globales SCM (z. B. OTIF, Cash-to-Cash-Zykluszeit). - Zeitgenössische Themen: Nachhaltiges und ethisches SCM (grüne Logistik, Kreislaufwirtschaft), digitale Lieferketten (KI, IoT, Blockchain) und die Zukunft des globalen SCM. - Fallstudien: Eingehende Analyse von Unternehmen, die für ihre hervorragende Lieferkette (z. B. Amazon, Toyota, Inditex/Zara) und Misserfolge bekannt sind. - Supply Chain Transparency Tech: Blockchain für Provenance (IBM Food Trust, VeChain), Satellite Monitoring für Tier-3 Suppliers, Digital Product Passports (DPP), EU-Regulation
Literatur	Bozarth, C. C., & Handfield, R. B. (2019). Einführung in das Betriebs- und Lieferkettenmanagement. (5. Aufl., Pearson). Chopra, S., & Meindl, P. (2021). Supply Chain Management: Strategie, Planung und Betrieb. (8. Aufl., Pearson). Christopher, M. (2016). Logistik & Supply Chain Management. (6. Aufl., Pearson). Gartner (2024). KI in der Lieferkette: Anwendungsfälle. Hugos, M. (2018). Grundlagen des Supply Chain Managements. (4. Aufl., Wiley). McKinsey (2024). Blockchain für die Provenienz. Simchi-Levi, D. (2024). Betriebsregeln für die Hyperlokalisierung. MIT Press. Sheffi, Y. (2023). Das magische Fließband: KI und die Zukunft der Lieferketten. MIT Press. Sodhi, M. & Tang, C. (2023). Umgang mit Paradoxien in der Lieferkette. Palgrave. WEF (2024). Globales Toolkit für Lieferkettenrichtlinien. WEF Publishing.

	Weltbank (2024). Lieferketten in der informellen Wirtschaft.
--	--

Fachgebiet	Global Business Specialization: Digital Business	GBB 8.B
Module	Data Analytics for Business	GBB 8.B.1

Verantwortlich	
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr
Verwendbarkeit	
ECTS-Punkte	5
Gesamtworkload (h)	130
Lehrzeit (h)	48 z. B. 8 Tage á 6h
Lernzeit (h)	82
Semester	2
Voraussetzungen	Keine
Lehrform	Vorlesung 25 %/ Seminar 35 %/ Übung 40 %
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 10 Seiten)
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)

Lernergebnisse und Kompetenzen	Studierende sind in der Lage, ▪ die Grundprinzipien und Methoden der Datenanalyse im Unternehmenskontext zu verstehen und anzuwenden. ▪ Datenquellen zu identifizieren, Daten zu bereinigen, zu transformieren und für Analysezwecke aufzubereiten (Data Preparation & Cleaning). ▪ Deskriptive, diagnostische, prädiktive und präskriptive Analysemethoden voneinander zu unterscheiden und zielgerichtet einzusetzen. ▪ Statistische und algorithmische Verfahren (z. B. Regression, Klassifikation, Clustering, Forecasting) mit geeigneten Tools (z. B. Excel, Python, Power BI, Tableau, R) anzuwenden. ▪ Visualisierungen und Dashboards zu erstellen, um Managemententscheidungen datenbasiert zu unterstützen. ▪ Business Analytics-Prozesse in Unternehmensstrategien einzuordnen und den Wert datengetriebener Entscheidungsfindung zu bewerten. ▪ Ethische, rechtliche und Datenschutzaspekte (insbesondere DSGVO) im Umgang mit Geschäftsdaten zu berücksichtigen. Kompetenzen ▪ Analytische Kompetenz: Anwendung quantitativer Methoden zur Problemlösung im Unternehmenskontext.
--------------------------------	--

	▪ Technologische Kompetenz: Umgang mit gängigen Analysewerkzeugen und Business-Intelligence-Systemen. ▪ Interpretationskompetenz: Ableitung von Handlungsempfehlungen aus Datenanalysen und Kommunikation der Ergebnisse an Management und Stakeholder. ▪ Methodenkompetenz: Entwicklung kleiner analytischer Modelle und Dashboards zur Entscheidungsunterstützung. ▪ Verantwortungskompetenz: Sensibilisierung für Datenschutz, Bias und ethische Dimensionen datenbasierter Entscheidungen.
Inhalte	1. Einführung in Data Analytics: Rolle, Nutzen und Reifegrad datengetriebener Unternehmen. 2. Data Lifecycle Management: Datenerhebung, -integration, -aufbereitung und -qualität. 3. Grundlagen der Statistik und Wahrscheinlichkeitsrechnung für betriebswirtschaftliche Analysen. 4. Explorative Datenanalyse (EDA): Datenvisualisierung, Zusammenhänge und Mustererkennung. 5. Deskriptive und diagnostische Analytik: Kennzahlen, KPI-Systeme, Trend- und Varianzanalysen. 6. Prädiktive Analytik: Prognosemodelle, Machine Learning Basics (z. B. lineare/logistische Regression, Entscheidungsbäume, Clustering). 7. Präskriptive Analytik: Optimierung, Szenario-Analysen, Entscheidungsmodelle. 8. Business Intelligence & Dashboarding: Datenvisualisierung mit Tools wie Tableau, Power BI, Excel oder Python/R. 9. Anwendung in betriebswirtschaftlichen Bereichen: Marketing Analytics, Financial Analytics, Operations & Supply Chain Analytics, HR Analytics. 10. Data Governance & Ethics: Datenschutz (DSGVO), Datensicherheit, Fairness, Transparenz. 11. Case Studies & Projekte: Aufbau eines Datenanalyseprojekts von der Fragestellung bis zur Präsentation von Ergebnissen. 12. Real-Time Analytics & Streaming Data: Apache Kafka, Flink für Stream Processing, Event-Driven Architectures, Real-Time Dashboards (Grafana, Datadog).
Literatur	Kleppmann, M. (2023). Streaming Systems. 2nd ed. O'Reilly. Marr, B. (2022): Data Strategy: How to Profit from a World of Big Data, Analytics and the Internet of Things, 2nd ed., Kogan Page. Provost, F.; Fawcett, T. (2013): Data Science for Business: What You Need to Know about Data Mining and Data-Analytic Thinking, O'Reilly Media. Shmueli, G.; Bruce, P. C.; Patel, N. R. (2020): Data Mining for Business Analytics: Concepts, Techniques, and Applications in Python, 4th ed., Wiley.

Fachgebiet	Global Business Specialization: Digital Business	GBB 8.B
Modul	Digital Business Models	GBB 8.B.2

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage in 6 h
Lernzeit (h)	82	
Semester	2	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 25 %/ Seminar 45 %/ Übung 30 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 8 Seiten) und mündlich (Präsentation, 10 Minuten)	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, ▪ die zentralen Archetypen digitaler Geschäftsmodelle, wie Plattformen und Abonnements, anhand etablierter strategischer Rahmenbedingungen einzuordnen und kritisch zu bewerten. ▪ globale Branchen zu analysieren, um zu erkennen, wie diese Modelle disruptive Chancen oder Bedrohungen für die internationale Expansion schaffen. ▪ ein kohärentes und tragfähiges digitales Geschäftsmodell zu entwerfen, indem sie das globale Wertversprechen, die Umsatzlogik und die wichtigsten operativen Kennzahlen definieren. ▪ die erheblichen Risiken der grenzüberschreitenden Digitalisierung zu bewerten, einschließlich der Einhaltung verschiedener Datenvorschriften und der Herausforderungen der kulturellen Anpassung.
Inhalt	1. Foundations of Value: Der Wandel von linearen Wertschöpfungsketten hin zu zirkulären Wertschöpfungsnetzwerken und Ökosystemen. Einführung in das Business Model Canvas und das Value Proposition Canvas als grundlegende Werkzeuge.

	2. Digitale Geschäftsmodell-Archetypen: Eingehende Untersuchung der Schlüsselmodelle: Plattformmodelle (z. B. Airbnb, Uber, App Store) und ihre Dynamik (Netzwerkeffekte, mehrseitige Märkte), Abonnement- und Freemium-Modelle (z. B. Spotify, Zoom), On-Demand- und Sharing-Economy-Modelle, Datengetriebene und KI-zentrierte Modelle (z. B. Tesla, Netflix). 3. Globale Mechanismen des digitalen Geschäfts: Monetarisierung und Preisgestaltung: Mikrotransaktionen, dynamische Preisgestaltung und globale Zahlungssysteme, Nutzerakquise und Growth Hacking: Virale Schleifen, SEO/SEM und globale Wachstumsstrategien, Schlüsselmetriken: Einheitsökonomie (CAC, LTV, Abwanderung), Engagement-Metriken (DAU, MAU). 4. Globale Herausforderungen: Umgang mit unterschiedlichen Datenschutzgesetzen (DSGVO, CCPA), Moderation von Inhalten, digitale Besteuerung, geistiges Eigentum im digitalen Kontext und Management kultureller Anpassung. 5. Web3 Business Models: Play-to-Earn (Axie Infinity Modell), DeFi-Protokolle als Business (Compound, Uniswap), NFT-Utility beyond Art (Membership, Tickets), DAO-as-a-Service
Literatur	Chen, J. (2024). Web3 Business Models. O'Reilly. Choudary, S. P. (2018). Die Architektur digitaler Plattformen: Wie man vernetzte Ökosysteme aufbaut. Moazed, A., & Johnson, N. L. (2016). Moderne Monopole: Was es braucht, um die Wirtschaft des 21. Jahrhunderts zu dominieren. St. Martin's Press. Osterwalder, A., Pigneur, Y., et al. (2014). Value Proposition Design: Wie man Produkte und Dienstleistungen erstellt, die Kunden wollen. John Wiley & Söhne. Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2016). Plattform-Revolution: Wie vernetzte Märkte die Wirtschaft verändern und wie Sie sie für sich arbeiten lassen können. W.W. Norton & Company. Tiwana, A. (2013). Plattform-Ökosysteme: Architektur, Governance und Strategie aufeinander abstimmen. Morgan Kaufmann.

Fachgebiet	Global Business Specialization: Digital Business	GBB 8.B
Modul	E-Commerce-Strategies	GB 8.B.3

Verantwortlich	
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr
Verwendbarkeit	
ECTS-Punkte	10
Gesamtworkload (h)	260
Lehrzeit (h)	96 z. B. 16 Tage á 6h
Lernzeit (h)	164
Semester	3
Voraussetzungen	Keine
Lehrform	Vorlesung 15 %/ Seminar 55 %/ Übung 30 %
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 15 Seiten) und mündlich (Präsentation, 20 Minuten)
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, ▪ eine umfassende globale E-Commerce-Strategie zu formulieren, einschließlich Marktauswahl und lokalisierter Markteinführungspläne. ▪ geeignete digitale Marketingtaktiken und Technologieplattformen zu bewerten und auszuwählen, um die internationale Kundenakquise und das Wachstum voranzutreiben. ▪ die internationale Customer Journey zu analysieren und datengesteuerte Initiativen zur Optimierung der Konversionsraten und der Kundenbindung zu entwickeln. ▪ die komplexen betrieblichen und rechtlichen Herausforderungen des grenzüberschreitenden E-Commerce zu bewerten und zu bewältigen, von der globalen Logistik und Zahlungsabwicklung bis hin zur Einhaltung internationaler Vorschriften.
Inhalt	1. Strategische Grundlagen: Die globale E-Commerce-Landschaft (B2C, B2B, C2C), Geschäftsmodelle (D2C, Marktplätze, Abonnements) und die Rolle des E-Commerce innerhalb einer umfassenderen digitalen Transformationsstrategie.

	2. Markteintritt und Wachstum: Marktauswahl: Verwendung von Daten zur Bewertung internationaler Marktchancen und -bereitschaft, Go-to-Market-Modelle: Von der organischen Suche (internationale SEO) über bezahlte Akquise (globale PPC-Kampagnen) bis hin zu aufstrebende Kanäle (Social Commerce, Influencer-Marketing). 3. Conversion Rate Optimization (CRO): Prinzipien des User Experience (UX)-Designs, Strategien zum Verlassen des Warenkorbs und Personalisierungstaktiken für ein globales Publikum. 4. Das globale operative Rückgrat: Logistik: Internationale Versandstrategien, Lagerhaltung (3PLs), Zölle und Zölle, Zahlungen: Angebot lokaler Zahlungsmethoden (z. B. Alipay, iDEAL, SEPA) und Verwaltung der Betrugsprävention, Recht und Compliance: Datenschutz (DSGVO), Verbraucherschutzgesetze und Nutzungsbedingungen in verschiedenen Ländern. 5. Live Commerce & Social Selling: Live-Streaming Commerce (Taobao Live Model), Shoppable Videos (TikTok Shop, Instagram Reels), Influencer-Drop-Modelle (FOMO-Marketing)
Literatur	Chandra, A., & Kumar, S. (2021). E-Commerce-Logistik und Supply Chain Management. Kogan-Seite. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). Digitales Marketing: Strategie, Implementierung und Praxis (8. Auflage). Pearson. Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). Digital Marketing Excellence: Planung, Optimierung und Integration von Online-Marketing (5. Aufl.). Routledge. Ryan, D. (2023). Digitales Marketing verstehen: Ein vollständiger Leitfaden zur Kundenbindung und Implementierung erfolgreicher digitaler Kampagnen (5. Auflage). Kogan-Seite. Wang, J. (2024). Live Commerce in China: A Playbook for the West. Palgrave.

Fachgebiet	Global Business Specialization: Digital Business	GBB 8.B
Modul	Cybersecurity	GBB 8.B.4

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	10	
Gesamtworkload (h)	260	
Lehrzeit (h)	96	z. B. 16 Tage á 6h
Lernzeit (h)	164	
Semester	4	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 25 %/ Seminar 40 %/ Übung 35 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 10 Seiten) und mündlich (Präsentation, 10 Minuten)	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Studierende sind in der Lage, ▪ die grundlegenden Konzepte, Prinzipien und Bedrohungen der Informations- und Cybersicherheit zu verstehen. ▪ Risiken und Angriffsvektoren (z. B. Malware, Phishing, Social Engineering, Ransomware, Insider Threats) systematisch zu analysieren und geeignete Schutzmaßnahmen zu entwickeln. ▪ Sicherheitsarchitekturen und -strategien für IT-Systeme, Netzwerke und Cloud-Umgebungen zu bewerten und anzuwenden. ▪ Organisatorische, technische und rechtliche Rahmenbedingungen der Cybersicherheit im Unternehmenskontext zu berücksichtigen. ▪ Grundlagen der Kryptographie (Verschlüsselung, Authentifizierung, digitale Signaturen, Public Key Infrastructure) zu erläutern und praktisch anzuwenden. ▪ Notfall- und Incident-Response-Prozesse zu verstehen und in Sicherheitskonzepten zu integrieren. ▪ Internationale und europäische Sicherheitsstandards (z. B. ISO/IEC 27001, NIS2, DSGVO, BSI IT-Grundschutz) zu kennen und deren Umsetzung in Unternehmen zu beurteilen. ▪ Menschliche Faktoren und Sicherheitskultur im Umgang mit digitalen Technologien kritisch zu reflektieren.
--------------------------------	---

Inhalt	1. Einführung in Informationssicherheit und Cybersicherheit: Begriffe, Ziele (CIA-Triad), aktuelle Bedrohungslage. 2. Arten von Cyberangriffen und Bedrohungen: Malware, Social Engineering, Phishing, DoS/DDoS, Ransomware, Zero-Day-Exploits. 3. IT-Sicherheitsmanagement: Risikoanalyse, Schutzbedarfsermittlung, Sicherheitsrichtlinien, Awareness-Programme. 4. Sicherheitsarchitekturen und -technologien: Firewalls, Intrusion Detection/Prevention, Endpoint Protection, Cloud Security, Zero Trust. 5. Kryptographie-Grundlagen: Symmetrische/asymmetrische Verfahren, Hashing, digitale Signaturen, PKI, SSL/TLS. 6. Netzwerksicherheit: Segmentierung, VPN, sichere Kommunikation, WLAN-Schutzmechanismen. 7. Datenschutz und rechtliche Grundlagen: DSGVO, NIS2-Richtlinie, IT-Sicherheitsgesetz, Compliance-Anforderungen. 8. Incident Response & Business Continuity: Erkennung, Reaktion, Wiederherstellung, Forensik, Lessons Learned. 9. Cyber Risk Management: Risikoidentifikation, Bewertung, Metriken, Reporting. 10. Normen und Standards: ISO/IEC 27001, BSI IT-Grundschutz, NIST Cybersecurity Framework. 11. Human Factors: Sicherheitsbewusstsein, Schulung, organisationales Verhalten, Insider Threats. 12. Trends & Zukunftsthemen: KI in der Cybersicherheit, Cloud Security, Quantenkryptographie, Supply-Chain-Security.
Literatur	Pfleeger, C. P.; Pfleeger, S. L.; Margulies, J. (2023): Security in Computing, 6th ed., Pearson. Andress, J. (2023): The Basics of Information Security: Understanding the Fundamentals of InfoSec in Theory and Practice, 3rd ed., Elsevier. European Union Agency for Cybersecurity (ENISA) (aktuell): <i>Cybersecurity Guidelines and NIS2 Implementation Reports</i>, ENISA Publications.

Fachgebiet	Global Business Specialization: Digital Business	GBB 8.B
Modul	Digital Process Management	GBB 8.B.5

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage á 6h
Lernzeit (h)	82	
Semester	5	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 20 %/ Seminar 50 %/ Übung 30 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 10 Seiten)	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Studierende sind in der Lage, ▪ die Grundlagen, Ziele und Prinzipien des Prozessmanagements im digitalen Zeitalter zu erläutern. ▪ Geschäftsprozesse zu modellieren, zu analysieren und zu optimieren, unter Anwendung gängiger Modellierungssprachen (z. B. BPMN 2.0). ▪ Digitalisierungspotenziale in bestehenden Prozessen zu erkennen und durch Automatisierung, Integration und datenbasierte Steuerung zu realisieren. ▪ Prozesskennzahlen (KPIs) zu definieren, zu messen und zur Leistungsbewertung einzusetzen. ▪ Werkzeuge des digitalen Prozessmanagements (z. B. Process Mining, RPA, Workflow-Systeme) praxisorientiert anzuwenden. ▪ die Verknüpfung von Prozessen, Daten und Technologien in einer digital vernetzten Organisation zu verstehen. ▪ Change-Management- und Governance-Aspekte bei der Einführung digitaler Prozesse zu berücksichtigen. ▪ die rechtlichen und ethischen Implikationen digitaler Prozessgestaltung (Datenschutz, Transparenz, Compliance) zu reflektieren.
--------------------------------	---

Inhalt	1. Einführung in das Business Process Management (BPM): Grundlagen, Begriffe, Ziele, Nutzen digitaler Prozesssteuerung. 2. Prozessmodellierung: Methoden und Notationen (BPMN 2.0, EPK), Prozesshierarchien, End-to-End-Prozesssicht. 3. Prozessanalyse und -optimierung: Schwachstellenanalyse, Lean Management, Six Sigma, Kaizen, Wertstromanalyse. 4. Digitalisierung von Prozessen: Identifikation digitaler Hebel (Automatisierung, Integration, Standardisierung). 5. Process Automation: Einsatz von Robotic Process Automation (RPA), Workflow-Engines und KI-gestützten Automatisierungslösungen. 6. Process Mining & Analytics: Datengestützte Prozessanalyse, Performance-Messung, Abweichungsanalyse. 7. Prozessgovernance & Organisationsdesign: Rollen, Verantwortlichkeiten, Prozessverantwortliche, Center of Excellence. 8. IT-Architektur & Integration: ERP-, CRM- und Workflow-Systeme, Schnittstellen, APIs, Cloud-Plattformen. 9. Change-Management & Akzeptanz: Einführung digitaler Prozesse, Mitarbeiterbeteiligung, Schulung und Kommunikation. 10. Datenschutz, Sicherheit & Compliance: DSGVO, Nachvollziehbarkeit, Audit Trails, interne Kontrollsysteme. 11. Trends & Innovationen: Hyperautomation, Low-Code/No-Code-Plattformen, KI im Prozessmanagement, digitale Zwillinge von Prozessen (Digital Twins). 12. Praxisprojekt / Case Study: Analyse und Digitalisierung eines realen Geschäftsprozesses mit geeigneten Tools. 13. Low-Code/No-Code Process Automation: Citizen Developer Concept, Airtable, Zapier, Make.com für Business Users, Governance für Schatten-IT-Prozesse
Literatur	Dumas, M.; La Rosa, M.; Mendling, J.; Reijers, H. A. (2018): Fundamentals of Business Process Management, 2nd ed., Springer. van der Aalst, W. M. P. (2016): Process Mining: Data Science in Action, 2nd ed., Springer. vom Brocke, J.; Mendling, J. (Hrsg.) (2018): Business Process Management Cases: Digital Innovation and Business Transformation in Practice, Springer. Gartner (2024). Low-Code Development Platforms Magic Quadrant. Gartner Research.

Fachgebiet	Global Business Specialization: Digital Business	GB 8.B
Module	Artificial Intelligence in Business	GB 8.B.6

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	48	z. B. 8 Tage á 6h
Lernzeit (h)	82	
Semester	5	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Vorlesung 25 %/ Seminar 45 %/ Übung 30 %	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Hausarbeit, 10 Seiten)	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Studierende sind in der Lage, ▪ die Grundkonzepte, Methoden und Anwendungsfelder der Künstlichen Intelligenz (KI) im betriebswirtschaftlichen Kontext zu verstehen und einzuordnen. ▪ KI-Technologien (z. B. Machine Learning, Deep Learning, Natural Language Processing, Generative AI) zu unterscheiden und deren Potenziale für unterschiedliche Geschäftsbereiche zu bewerten. ▪ Einsatzfelder von KI in Marketing, Finance, Operations, HR und strategischem Management kritisch zu analysieren. ▪ Datenanforderungen, Trainingsprozesse und Modellbewertung zu verstehen und grundlegende KI-Modelle konzeptionell zu gestalten. ▪ KI-basierte Entscheidungsunterstützungssysteme zu beurteilen und verantwortungsvoll in Managementprozesse zu integrieren. ▪ Ethische, rechtliche und gesellschaftliche Implikationen des KI-Einsatzes (Transparenz, Bias, Datenschutz, Verantwortung) zu reflektieren. ▪ KI-Strategien für Organisationen zu entwickeln, die technologische Innovation, Wirtschaftlichkeit und Compliance vereinen.
Inhalte	1. Einführung in Künstliche Intelligenz (KI): Definitionen, historische Entwicklung, Klassifikationen und zentrale Technologien.

	2. Grundlagen des maschinellen Lernens (ML): Überwachtes, unüberwachtes und bestärkendes Lernen; Modelle und Algorithmen (z. B. Entscheidungsbäume, neuronale Netze, Clustering). 3. Deep Learning und neuronale Netze: Architektur, Trainingsverfahren, Anwendungen (Bild-, Sprach- und Textverarbeitung). 4. Natural Language Processing (NLP): Sprachmodelle, Text Mining, Chatbots, Übersetzungssysteme, Large Language Models (LLMs). 5. Generative KI: Konzepte, Werkzeuge und Geschäftsmodelle (z. B. Bild-, Text- und Code-Generierung; Anwendungsszenarien in Marketing, Design, Service). 6. KI in der Unternehmenspraxis: Fallstudien zu Einsatzfeldern in Marketing (z. B. Predictive Analytics), Finanzen (Fraud Detection), Operations (Optimierung, Wartung), HR (Recruiting, Skill Matching). 7. KI-Strategie & Implementierung: Vorgehensmodelle, Datenstrategie, Infrastruktur, Change-Management. 8. Ethik, Verantwortung und Regulierung: Bias, Fairness, Transparenz, Nachvollziehbarkeit, EU AI Act, DSGVO-Bezug. 9. Governance und Risikomanagement: Richtlinien, Verantwortlichkeiten, Auditierbarkeit, KI-Compliance. 10. Trends & Zukunftsaussichten: Explainable AI (XAI), Edge AI, Human-AI Collaboration, autonome Systeme. 11. Praxisprojekte / Fallstudien: Entwicklung und Bewertung eines KI-basierten Business Cases. 12. Generative AI Applications: Prompt Engineering Best Practices, Multimodal AI (DALL-E, Midjourney for Business), AI Agents und Autonomous Workflows (LangChain, AutoGPT), Retrieval-Augmented Generation (RAG) für Enterprise
Literatur	Brock, J. K.-U.; Wangenheim, F. (2021): Business and Artificial Intelligence, Routledge. Haenlein, M.; Kaplan, A.; Tan, C.-W. (2023): Artificial Intelligence in Practice: How Organizations Can Harness AI to Improve Performance and Stakeholder Value, Routledge. Ng, A. (2024). AI For Everyone. Coursera/DeepLearning.AI. OpenAI (2024). GPT Best Practices for Enterprise. OpenAI Docs. Russell, S. J.; Norvig, P. (2021): <i>Artificial Intelligence: A Modern Approach</i>, 4th ed., Pearson.

Fachgebiet	Work Placement Semester	GBB 9
Module	Internship and Presentation	GBB 9.1

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	30	
Gesamtworkload (h)	780	
Lehrzeit (h)	12	z. B. 2 Tage á 6h
Lernzeit (h)	768	
Semester	6	
Voraussetzungen	Keine	
Lehrform	Abhängig von dem Praktikumsbetrieb	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich, Praxisbericht (10 Seiten), Mündlich, Präsentation (30 Minuten)	
Prüfungsleistung	Undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden wissen und verstehen, die Arbeitsbedingungen für ein studienrelevantes Praktikum in einem Praktikumsvertrag mit dem jeweiligen Praktikumsgeber selbstständig zu verhandeln. Die Studierenden können ▪ die im Rahmen des Studiums erlernten Fähigkeiten praktisch im beruflichen Umfeld anwenden und erproben. ▪ zusätzlich vertiefendes Praxiswissen im jeweiligen Einsatzgebiet sammeln. ▪ potenzielle Arbeitgeber und die Eigenheiten der Branche kennenlernen. ▪ das während des Praktikums erworbene Fach- und Methodenwissen in einem Praktikumsbericht vertiefend darlegen und reflektieren.
Inhalte	Die Inhalte des Praktikumssemesters werden weitestgehend von der Ausrichtung des Unternehmens bestimmt, bei welchem die Studierenden das Praktikum absolvieren. Art, Umfang und Qualität der Projekte und Arbeiten, welche von Studierenden während ihrer Praktika bewältigt werden, werden zum einen von den Ansprechpartnern in den Medienunternehmen und zum anderen von den betreuenden Dozenten der mdh festgelegt, damit die praktischen und die pädagogischen Ziele eines Praktikums optimal

	erreicht werden. In regelmäßigen Treffen mit den betreuenden Dozenten wird die Erfüllung von Bewertungskriterien geprüft und bei der Notwendigkeit entsprechend korrigiert.
Literatur	Die Literatur richtet sich nach der jeweiligen Aufgabenstellung.

Fachgebiet	Bachelor's Qualification	GBB 10
Module	Thesis and Colloquium	GBB 10.1

Verantwortlich		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit		
ECTS-Punkte	10	
Gesamtworkload (h)	260	
Lehrzeit (h)		
Lernzeit (h)	260	
Semester	7	
Voraussetzungen	GBB 1 academic Methods and Competencies GBB 2 Law GBB 3 Quantitative Methods and Research GBB 4 International and Strategic Management GBB 5 Digitalisation and Technology GBB 6 Soft Skills GBB 7 Electives GBB 8.A Global Business Specialisation: International Management oder GBB 8.B Global Business Specialisation: Digital Business GBB 9 Work Placement Semester	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftliche Abschlussarbeit (40-50 Seiten) und mündliche Verteidigung (30 Minuten)	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Abschlussarbeit Dem Prüfungsgremium soll eine schlüssig aufgebaute Arbeit präsentiert werden, in der die Vorgehensweise und die Resultate logisch gegliedert und gut überschaubar dargestellt werden. Die Studierenden sind in der Lage, eine komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellung mit internationalem oder globalem Bezug selbstständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Sie demonstrieren die Fähigkeit zur kritischen Analyse, zur Synthese von Theorien und empirischen Befunden sowie zur Entwicklung praxisorientierter Lösungen. Sie beherrschen den gesamten Forschungsprozess von der Themenfindung über die Literaturlauswertung und gegebenenfalls Datenerhebung bis hin zur schlüssigen Darstellung der Ergebnisse.
--------------------------------	---

	Kolloquium Das Kolloquium orientiert sich schwerpunktmäßig an den Fachgebieten der Abschlussarbeit, einschließlich der benachbarten und ergänzenden Wissensgebiete. Durch das Kolloquium soll festgestellt werden, ob die Studierenden ein fundiertes Wissen in den Bereichen des Global Business und in den Fachgebieten, denen die Abschlussarbeit thematisch zugeordnet ist, besitzen. Die Studierenden sind in der Lage, ▪ eine Projektpräsentation nach optimierten Kommunikations- und Visualisierungskriterien, für die Darlegung der Abschlussarbeit zu betreiben, ▪ fundiertes Basiswissen nach den Fachgebieten der Abschlussarbeit mit einzubringen.
Inhalte	1. Entwicklung einer Forschungsfrage mit internationalem Bezug 2. Systematische Literaturrecherche und -auswertung 3. Anwendung quantitativer oder qualitativer Forschungsmethoden 4. Gegebenenfalls empirische Datenerhebung und -analyse 5. Strukturierte und wissenschaftlich fundierte Darstellung 6. Kritische Diskussion der Ergebnisse und Implikationen 7. Verfassen der Arbeit gemäß akademischen Standards 8. Mündliche Präsentation und Verteidigung der Ergebnisse
Literatur	Saunders, M. N. K., Lewis, P., & Thornhill, A. (2023). Forschungsmethoden für Wirtschaftsstudenten (9. Aufl.). Pearson. Eco, U. (2017). Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt (13. Aufl.). utb. Theisen, M. R. (2022). Wissenschaftliches Arbeiten (18. Aufl.). Vahlen.