



Digital Business M.Sc.

Modulhandbuch

Datum: 24. Februar 2026

Version 1.1

Qualifikationsziele	5
Studiengangskonzept	6
Lehr- und Lernmethoden	6
Prüfungskonzept für den Studiengang Digital Business M.Sc.	7
Fachgebiete und Module	9
Soft Skills	9
Einführung in die Anwendung Künstlicher Intelligenz	9
Sprachwissenschaftliche Aspekte von KI-Tools	11
Methoden moderner Teamarbeit	13
Ethische Aspekte von KI-Tools	15
Forschung, Daten & Methoden	17
Wissenschaftstheorie und Forschungsmethoden	17
Data Science	19
Advanced Statistik	21
Technologie, KI & Data Governance	23
KI-Einsatz in Unternehmen	23
Data Governance, Privacy & Cybersecurity	25
Strategie, Innovation & Prozesse	26
Digitales Projektmanagement	26
Digital Strategy & Business Model Innovation	28
Märkte, Finanzen & Wertschöpfung	30
Finance	30
Markt, Kunde und digitales Marketing	32
Leadership, Kommunikation & Kollaboration	34
Medienkompetenz	34
Führung und digitale Kommunikation	36
Collaborative Digital Decision-Making	38
Wahlpflicht – Vertiefung Integrated Management & Strategy	40
Strategic Business Development	40
Corporate Governance & Ethics	42
Data-Driven Decision Making	44
Strategic Change & Transformation Management	46
Global Strategy & Competitive Advantage	48
Wahlpflicht – Vertiefung Organizational Design & Project Management	50
Agile Leadership & Lean Management	50
Change-Management & Organizational Transformation	52
Risk & Crisis Management	54
Strategic Project Portfolio Management	56
Digital Collaboration & Virtual Project Environments	58
Wahlpflicht – Vertiefung Innovation & Entrepreneurship	60

Digital Business & Business Model Innovation	60
Venture Capital & Start-up Financing	62
Technology Management & Future Trends	64
Entrepreneurial Leadership & Start-up Management.....	66
Go-to-Market Strategy & Growth Hacking	68
Wahlpflicht – Vertiefung Business Intelligence	70
Applications	70
Methods and Processes	72
Strategy	74
Industrial Internet.....	76
Schwarmintelligenz und KI	78
Wahlpflicht – Vertiefung Bauwirtschaft.....	80
Verwaltungsrecht.....	80
Baurecht I	82
Baurecht II	84
Projektentwicklung im Bauwesen	86
Bauprojektmanagement.....	88
Wahlpflicht – Vertiefung Supply Chain Management	90
Digital Supply Chain Strategy & Network Design.....	90
Data Analytics & AI in Supply Chain Operations	92
Sustainable & Resilient Supply Chains.....	94
Supply Chain Automation & Blockchain Applications	96
Supply Chain Innovation Lab (Capstone)	98
Wahlpflicht – Vertiefung Marketing & Sales	100
Neuromarketing & Consumer Psychology	100
Digital & Performance Marketing	102
Sales Excellence & Key Account Management	104
Strategic Brand Management & Customer Experience	106
Marketing Analytics & AI Applications.....	108
Wahlpflicht – Vertiefung Corporate Finance.....	110
Financial Risk & Portfolio Management	110
Mergers & Acquisitions (M&A) Strategies.....	112
Corporate Valuation & Investment Strategies	114
Performance Controlling & Financial Analytics	116
Sustainable Finance & ESG Controlling	118
Wahlpflicht – Vertiefung Leadership & HR Management	120
Emotional Intelligence & Executive Coaching.....	120
Cross-Cultural Leadership	122
HR Analytics & Workforce Planning.....	124
Change-Management & Organizational Transformation.....	126

Strategic HR Management & Employment Law.....	128
Wahlpflicht – Vertiefung International Management.....	130
Global Business & Market Entry Strategies	130
Intercultural Management & Global Leadership.....	132
Supply Chain & Global Trade Management	134
International Finance & Risk Management	136
Digital Transformation & Innovation in Global Organizations.....	138
Wahlpflicht – Vertiefung Verhandlungsführung & Mediation	140
Verhandlungstechniken	140
Konfliktmanagement.....	142
Mediationsverfahren	144
Kommunikation in der Mediation.....	146
Rahmenbedingungen der Mediation.....	148
Wahlpflicht – Vertiefung Compliance.....	150
Anti-Korruption.....	150
IFRS / GAAP	152
Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (AGG).....	154
Datenschutz.....	156
Urheberrecht.....	158
Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftsrecht.....	160
Recht für Manager:innen	160
Handels- und Gesellschaftsrecht.....	162
Unlauterer Wettbewerb.....	164
Insolvenzrecht	166
Kreditsicherungsrecht	168
Wahlpflicht – Vertiefung Unternehmensnachfolge.....	170
Strategisches Nachfolgemanagement & Unternehmensbewertung	170
Rechtliche & steuerliche Aspekte der Unternehmensnachfolge	172
Familienunternehmen & Psychologie der Nachfolge	174
Finanzierung, M&A und digitale Nachfolgemodelle	176
Innovations- & Transformationsmanagement in der Nachfolge	178
Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftspsychologie.....	180
Digital Behavioral Design & Nudging Strategies.....	180
AI-Driven Consumer Insights & Predictive Psychology.....	182
Metaverse, VR & Immersive Psychology.....	184
Human-AI Interaction & Cognitive Augmentation	186
Digital Leadership & Transformation Psychology	188
Wahlpflicht – Vertiefung Unternehmensrecht.....	190
Arbeits- und Tarifrecht	190
E-Commerce und Datenschutzrecht.....	192

Gewährleistung und Garantie	194
Finanzierungsinstrumente und Immobiliarsachenrecht.....	196
Wirtschaftsstrafrecht	198
Wahlpflicht – Vertiefung Design Innovation Management	200
Visualisierung I (Lichtsetzung).....	200
Visualisierung II (Blender).....	202
Visualisierung III (Fotografie und Video).....	204
Soundtechnik I (Tontechnik und Sprechtechnik)	206
Soundtechnik II (Soundkomposing).....	208
Wahlpflicht – Vertiefung Energiewirtschaft	210
Energiepolitik und -recht	210
Erneuerbare Energien	212
Energemarktanalysen	214
Innovationsmanagement in der Energiebranche	216
Internationale Energiepolitik	218
Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftsstrafrecht	220
Grundlagen des Wirtschaftsstrafrechts & Corporate Criminal Compliance.....	220
Cybercrime, IT-Forensik & digitale Beweissicherung.....	222
Corporate Governance, Haftung & Internal Investigations.....	224
KI, Datenökonomie & Wirtschaftsstrafrecht	226
Internationale Wirtschaftsstrafverfolgung & Digital Compliance	228
Internationales Steuerrecht & Digital Taxation.....	230
Steuerstrafrecht & Tax Compliance Management	232
Digitalisierung der Steuerpraxis & Legal Tech im Steuerrecht.....	234
Unternehmensbesteuerung & M&A-Tax-Planning	236
Forensic Tax Auditing & Investigation.....	238
Wahlpflicht – Vertiefung St. Gallen Wirtschaftsmanagement I	240
Integrated Management & Strategy I	240
Integrated Management & Strategy II	242
Financial Management	244
Inspirational Leadership – Führen im KI-Zeitalter	246
International Management – Global Best Practices	248
Intelligent Process Automation & AI for Smart Processes	250
AI-Augmented Decision Making I.....	252
AI-Augmented Decision Making II.....	254
Innovation Management for Smart Processes.....	256
Marketing, Sales & Brand Communication	258
Master-Thesis.....	260
Master-Thesis	260

Qualifikationsziele

Qualifikationsziele des Masterstudiengangs „Digital Business“ (M.Sc.)

Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die in ihrer Arbeitswelt auftretenden Herausforderungen der digitalen Transformation zu analysieren, technologische, ökonomische und organisatorische Fragestellungen ganzheitlich zu bewerten und methodisch fundierte Lösungen zu entwickeln. Sie verstehen die grundlegenden technischen, betriebswirtschaftlichen und kreativen Prinzipien bei der Entwicklung und Steuerung digitaler Geschäftsmodelle, datenbasierter Anwendungen und KI-gestützter Prozesse.

Zudem können die Absolventinnen und Absolventen relevante Fachquellen in wirtschaftlichen, technologischen und rechtlichen Bereichen identifizieren, kritisch interpretieren und wissenschaftlich fundiert für ihre berufliche Tätigkeit und Forschung nutzen.

Durch die systematische Steigerung ihrer Analyse-, Kritik- und Diskursfähigkeit sind sie in der Lage, ethische, soziale und gesellschaftliche Konzepte im Kontext der Digitalisierung zu hinterfragen und verantwortungsvoll weiterzuentwickeln.

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

- Digitale Betriebswirtschaftslehre und strategisches Management
- Data Science, KI und datengetriebene Entscheidungsfindung
- Digitale Technologien, Data Governance und Cybersecurity
- Strategie-, Innovations- und Prozessmanagement
- Digitales Marketing, Finanzen und Wertschöpfung
- Leadership, Kommunikation und Kollaboration in digitalen Teams
- Wissenschaftliches Arbeiten und Forschungsmethodik
- Ethische, rechtliche und gesellschaftliche Aspekte der Digitalisierung

Die Absolventinnen und Absolventen des Masterstudiengangs „Digital Business“ (M.Sc.) besitzen auf dem aktuellen Stand von Lehre und Forschung ihres Fachgebiets folgende Fachkenntnisse:

Sie haben ein fundiertes Wissen

- über Theorien, Methoden und Werkzeuge der digitalen Transformation, insbesondere über datenbasierte Entscheidungsprozesse, Künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen im wirtschaftlichen Kontext,
- in den wesentlichen Bereichen der digitalen Betriebswirtschaft, einschließlich Strategie, Innovation, Finanzen, Marketing, Organisation und Führung,
- zu den technischen Grundlagen von Datenanalyse, Data Governance und IT-Sicherheit,
- zu ethischen und rechtlichen Fragestellungen digitaler Technologien, einschließlich Datenschutz, Compliance und Corporate Digital Responsibility,
- über Methoden moderner Teamarbeit und agiler Projektsteuerung,
- in der wissenschaftlichen Analyse und Forschung zu digitalen Märkten und Organisationen.

Die Absolventinnen und Absolventen können (Kompetenzen):

- komplexe wirtschaftliche, technologische und organisatorische Problemstellungen der digitalen Transformation identifizieren, abstrahieren, strukturieren und interdisziplinär lösen,
- digitale Geschäftsstrategien und innovationsorientierte Unternehmenskonzepte entwickeln, bewerten und implementieren,
- KI- und Datenprojekte planen, analysieren und im Sinne einer verantwortungsvollen Nutzung umsetzen,
- wissenschaftliche Methoden auf praxisnahe Fragestellungen anwenden und Forschungsergebnisse kritisch reflektieren,
- relevante Fachliteratur und empirische Studien aus Wirtschaft, Technologie und Gesellschaft identifizieren, interpretieren und in die eigene Arbeit integrieren,
- Leadership- und Kommunikationskompetenzen in interdisziplinären und internationalen digitalen Teams einsetzen,

- Projektmanagementmethoden (agil, hybrid, klassisch) zielorientiert anwenden,
- rational begründete Entscheidungen unter Nutzung digitaler Werkzeuge und Datenanalysen treffen,
- ethische, rechtliche und nachhaltige Gesichtspunkte in Entscheidungsprozesse integrieren,
- Forschungsfragen zu Data Science, KI, Innovation und digitaler Strategie identifizieren und methodisch fundiert bearbeiten,
- den wissenschaftlichen und praktischen Diskurs zur Digitalisierung der Wirtschaft aktiv mitgestalten,
- gesellschaftliche Verantwortung und digitale Ethik in ihr berufliches Handeln integrieren,
- zivilgesellschaftliches Engagement durch die Entwicklung nachhaltiger, inklusiver und verantwortungsvoller digitaler Lösungen wahrnehmen,
- genderspezifische und diversitätssensible Perspektiven in Führungs- und Entscheidungsprozesse einbeziehen.

Studiengangskonzept

Das Studienkonzept berücksichtigt die berufspraktischen Vorkenntnisse der Studierenden, ihre berufspraktische Tätigkeit während des Studiums und die sich aus dem ständigen Theorie-Praxis-Bezug ergebenden Rückkopplungseffekte durch hochschuldidaktisch gestaltet, selbst instruierten Medien als Teil der Lehre. Diese konzeptionelle Verknüpfung von Theorie und Praxis in einem anwendungsbezogenen Studium dient vor allem auch der weiteren Ausprägung der berufsbezogenen Handlungskompetenz.

Lehre und Studium sollen die Studierenden auf berufliche Tätigkeiten unter Berücksichtigung der Veränderungen in der Berufswelt und im gesellschaftlichen Umfeld vorbereiten, indem ihnen die dafür erforderlichen fachlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten sowie Arbeitstechniken und Methoden so vermittelt werden, dass sie zur integrativen Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Erkenntnisse der Ökonomie im allgemeinen und der Betriebswirtschaftslehre im Besonderen in komplexen, zunehmend digital geprägten Berufsfeldern, zu kritischem Denken und zu verantwortungsvollem Handeln in einem freiheitlichen, demokratischen und sozialen Rechtsstaat befähigt werden. Die Anwendung der wissenschaftlichen Erkenntnisse und die Abschätzung ihrer Folgen sind integraler Bestandteil des Studiums.

Lehr- und Lernmethoden

Der Lehrvortrag vermittelt einen Überblick über die Grundlagen des jeweiligen Moduls.

Die Übungen dienen der Anwendung und Umsetzung dieser Inhalte.

Zur Anwendung kommt die Lernplattform „TakeLaw“. Die Zusammenarbeit der Studierenden in Lerngruppen ermöglicht den Studierenden über ihre eigenen Argumentationen hinaus Übungsfälle aus dem TakeLaw-Exam-Bereich zu lösen und die eigenen Lösungsideen kritisch mit Lösungsansätzen anderer Studierenden zu diskutieren.

Die Lernstrukturen in TakeLaw-Memorize bieten den Studierenden die Möglichkeit, die in den Modulen behandelten Inhalte in einer abgewandelten Form des Karteikartenlernens als Faktenwissen zu festigen.

Die komplexen Übungen in Form von Übungsklausuren dienen den Studierenden als Vorbereitung auf die anstehenden Prüfungen unter prüfungsähnlichen Bedingungen Beispielfälle zu lösen.

Verwendung der TakeLaw-Create Funktion zum Erstellen von logikbasierten deterministischen Entscheidungsstrukturen. Diskussionsmöglichkeit der Entwürfe über die TakeLaw-Funktion Vote unter Beiziehung probabilistischer Methoden von Arbeitsgruppen der Studierenden, Literatur oder KI-Werkzeugen.

Die Wiederholung der Vorlesungen wird über Downloadmöglichkeiten von Texten bzw. Audio-Dateien angeboten (TakeLaw-Audio).

Über Online-Klausurenkurse werden auch komplexe Übungen angeboten, die den Teilnehmern Gelegenheit bieten, das Erlernte intensiv anzuwenden. Die Teilnahme an den komplexen Übungen ist freiwillig.

Als besonders wichtig wird die persönliche Betreuung erachtet. Die Dozenten stehen zu 60% der Lehrleistung für den direkten Kontakt zur Verfügung, um nach dem Inverted-Classroom-Konzept persönliche Unterstützung zu leisten.

Prüfungskonzept für den Studiengang Digital Business M.Sc.

Der Einsatz von Prüfungen, die zwei Prüfungsformen kombinieren, deren Anteil aber den Umfang einer Gesamtprüfung nicht überschreiten sollen und deren Prüfungsteile sich sinnhaft ergänzen, sind ein wesentliches Merkmal der Modulprüfungen in diesem Studiengang. Sie bilden die Grundlage einer kompetenzorientierten Bewertung.

Diese kompetenzorientierte Bewertung lässt sich durch mehrere zentrale didaktische Prinzipien rechtfertigen:

- **Fokus auf Kompetenzdemonstration:** kombinierte Prüfungen richten sich direkt auf den Kern des kompetenzorientierten Lernens, indem sie von den Studierenden verlangen, ihre Fähigkeit zur Anwendung von Wissen und Fertigkeiten in authentischen Kontexten zu demonstrieren. Damit wird erfasst, was Studierende tatsächlich können.
- **Förderung von Selbstreflexion und selbstreguliertem Lernen:** Der Prozess der Auswahl von Artefakten und des Erstellens reflektierender Aussagen regt die Studierenden dazu an, ihr eigenes Lernen kritisch zu bewerten. Dies fördert metakognitive Fähigkeiten und unterstützt selbstreguliertes Lernen, da die Studierenden sich ihrer Stärken, Schwächen und Lernprozesse bewusster werden.
- **Übereinstimmung mit dem Konstruktiven Alignment:** Kombinierte Prüfungen können effektiv mit den Prinzipien des konstruktiven Alignments in Einklang gebracht werden. Die Lernaktivitäten innerhalb des Moduls sollten den Studierenden Gelegenheiten bieten, die Kompetenzen zu entwickeln, die in der kombinierten Prüfung bewertet werden. Der Inhalt kombinierten Prüfung und die Bewertungskriterien sind dann direkt mit diesen Lernzielen und Aktivitäten verknüpft, wodurch ein kohärentes Lernerlebnis entsteht.
- **Authentizität und Praxisbezug:** Übungsaufgaben können auf Sachverhalten abstellen, die reale Aufgaben und Probleme widerspiegeln, wodurch die Authentizität der Bewertung erhöht wird. Dies hilft den Studierenden, die Relevanz ihres Lernens für die zukünftige berufliche Praxis zu erkennen, und steigert ihre Motivation.
- **Bewertung einer breiteren Palette von Kompetenzen:** Kombinierte Prüfungen eignen sich gut zur Beurteilung nicht nur von fachspezifischem Wissen und Fähigkeiten, sondern auch von interdisziplinären, sozialen und persönlichen Kompetenzen wie Reflexion, Kommunikation und Selbstmanagement. Die Fähigkeit zur Begründung von fachlichen Entscheidungen steht im Vordergrund.
- **Aussagefähigkeit von Content bezogenen Prüfungsformen in Zeiten generativer KI:** Mit tradierten Prüfungsformen, wie der schriftlichen Seminar- oder Hausarbeit, stehen den Prüfer:Innen aktuell keine ausreichenden Mittel zu Verfügung, den Einfluss bzw. die Gewichtung des Einsatzes von generativen KI-Werkzeugen in der Prüfungsleistung differenziert zu bewerten.

Modulprüfungen führen verschiedene Kompetenzerfassungen zusammen. So wird faktisches und methodisches Wissen mit praktischen Kompetenzen und/oder der Befähigung zur Präsentation der eigenen fachlichen Problemlösung zusammengeführt. Prüfungen, in denen das angewandt wird, zeichnen sich durch folgende Anforderungen/Lernziele aus:

Prüfungsart	Prüfungsteil 1	Prüfungsteil 2	Didaktischer Zweck
Sc/Mü	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten)	mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	Mit der Ausarbeitung einer Problemlösung, die schriftlich in Form einer Klausur entsteht, wird die Befähigung zur Analyse einer Problemstellung und darauf aufbauend der Entwurf von Lösungsansätzen, deren argumentative Begründung sowie die Herleitung von angemessenen Schlüssen geprüft. Die Begründung umfasst die möglichst vollständige und hierarchisch geordneten Erfassung von Erwägungen, die in einer argumentativen Abwägung in Betracht kommen einerseits und deren differenzierte Bewertung andererseits. Im zweiten Prüfungsteil gibt die:der zu Prüfende ein qualifiziertes Statement zu seiner schriftlich erbrachten Prüfungsleistung ab. Die eigenen bzw. gewonnenen Erkenntnisse in einer kurzen mündlichen Form darzulegen, zeigt die Befähigung zur Anwendung erlernten Wissens sowie die Reflektionsfähigkeit der Studierenden, die Ergebnisse hinsichtlich Korrektheit und diskursiven Konsensfähigkeit für einen Anwendungszweck zu bewerten. Die Prüfungsform kann auch die Befähigung umfassen, im Rahmen der bearbeiteten Thematik spontan auf externe Diskursbeiträge zu reagieren und sie in die eigene Begründung aufzunehmen. Der Anteil des schriftlichen Teils beträgt 90 Minuten, der des mündlichen Teils 10 Minuten.
Sc	Masterthesis		Mit der Ausarbeitung einer Thematik in schriftlicher Form als Masterthesis werden die Kompetenzen Wissen und wissenschaftliches Arbeiten in einer komplexen Weise erfasst. Die Befähigung zur Analyse und darauf aufbauend der Darstellung von Lösungsansätzen mit hoher Begründungsintensität sowie der Herleitung von angemessenen Schlüssen werden gleichzeitig geprüft.

Fachgebiete und Module

Fachgebiet	Soft Skills	DBM 1
Modul	Einführung in die Anwendung Künstlicher Intelligenz	DBM 1.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	1	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden: ▪ verstehen Grundbegriffe, Prinzipien und Methoden der Künstlichen Intelligenz (KI), ▪ kennen zentrale Anwendungsfelder von KI (z. B. Bilderkennung, Sprache, Empfehlungssysteme), ▪ können reale KI-Tools erkennen, kritisch einordnen und hinsichtlich Nutzen, Risiken und Rahmenbedingungen bewerten, ▪ verstehen grundlegende Konzepte wie maschinelles Lernen, neuronale Netze, NLP und Klassifikation, ▪ reflektieren gesellschaftliche, rechtliche und ethische Implikationen aktueller KI-Systeme.
Inhalte	1. Begriffe, Geschichte und Paradigmen von KI ▪ Symbolische KI, Machine Learning, Deep Learning ▪ Von Expertensystemen zu Sprachmodellen 2. Technische Grundlagen ausgewählter Verfahren

	▪ Klassifikation, Regression, Clustering ▪ Neuronale Netze, Training, Overfitting (ohne Mathevertiefung) ▪ NLP (Natural Language Processing) in Praxisbeispielen 3. Anwendungsfelder von KI ▪ Bild- und Spracherkennung, Chatbots, Recommendation Engines ▪ KI in Medizin, Recht, Marketing, Bildung 4. Werkzeuge und Tools ▪ Überblick: ChatGPT, DeepL, Midjourney, KI in Office/Cloud-Produkten ▪ Praxisreflexion: Was „ist“ KI – und was nicht? 5. Ethische und gesellschaftliche Fragen ▪ Bias, Diskriminierung, Transparenz ▪ Datenschutz & DSGVO, Verantwortung 6. Fallstudien & Anwendungsanalyse ▪ Analyse von KI-Tools im persönlichen oder beruflichen Umfeld 7. Reflexion von Auswirkungen auf Arbeitswelt und Gesellschaft
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Stuart Russell / Peter Norvig, Artificial Intelligence: A Modern Approach, 4. Auflage, 2020, Pearson Ian Goodfellow / Yoshua Bengio / Aaron Courville, Deep Learning, 2016, MIT Press Aurélien Géron, Hands-On Machine Learning with Scikit-Learn, Keras, and TensorFlow, 3. Auflage, 2022, O'Reilly Media Steven Bird / Ewan Klein / Edward Loper, Natural Language Processing with Python, 2. Auflage, 2021, O'Reilly Media Michael Kearns / Aaron Roth, The Ethical Algorithm, 2019, Oxford University Press

Fachgebiet	Soft Skills	DBM 1
Modul	Sprachwissenschaftliche Aspekte von KI-Tools	DBM 1.2

Verantwortliche/r			
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr		
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang		
ECTS-Punkte	5		
Gesamtworkload (h)	130		
Lehrzeit (h)	40	z.B. 16 Tage á 2,5 Stunden	
Lernzeit (Std.)	80		
Studiensemester	1 (Vollzeitstudium / Teilzeitstudium)		
Voraussetzungen	keine		
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten			
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload		
Prüfungsleistung	Undifferenziert		

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können Sprachliche Phänomene in KI-generierten Texten analysieren, Kriterien für Qualität, Fairness und Verständlichkeit entwickeln und sprachliche Besonderheiten sprachbasierter KI bewerten.
Inhalte	1. Grundlagen KI-generierter Sprache 2. Bias, Stereotypen, Diskriminierung 3. Transparenz und Verantwortlichkeit 4. Kritische Diskursanalyse von KI-Dialogen 5. Fallstudien: Chatbots, Übersetzer, Voice Assistants
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Emily M. Bender / Alexander Koller, Climbing towards NLU: On Meaning, Form, and Understanding in the Age of Data, 2020, Association for Computational Linguistics Tommaso Caselli / Nicoletta Calzolari / Roberto Navigli, Computational Linguistics and Language Technology, 2023, Springer Nature

	Julia Lavid / John Benjamins, Corpus Linguistics and Language Technology, 2. Auflage, 2021, John Benjamins Publishing Dominik Schiller / Katharina Zweig, Sprachmodelle verstehen. Wie KI mit Sprache umgeht, 2024, Springer Vieweg, Wiesbaden Emily Bender / Timnit Gebru, On the Dangers of Stochastic Parrots: Can Language Models Be Too Big?, 2021, ACM Digital Library
--	---

Fachgebiet	Soft Skills	DBM 1
Modul	Methoden moderner Teamarbeit	DBM 1.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z.B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (Std.)	90	
Studiensemester	2 (Vollzeitstudium / Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können: ▪ Teamprozesse und -rollen analysieren; wirksame Zusammenarbeit gestalten. ▪ Agile Methoden sicher anwenden (Scrum, Kanban). ▪ Konfliktdynamiken verstehen und konstruktiv bearbeiten.
Inhalte	1. Teammanagement & Teamprozesse 2. Wissensmanagement in digitalen Teams 3. Konfliktmanagement und Kommunikation
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Jeff Sutherland, Scrum – The Art of Doing Twice the Work in Half the Time, 2014, Crown Business Jutta Eckstein / John Buck, Company-wide Agility with Beyond Budgeting, Open Space & Sociocracy, 2020, CRC Press Patrick Lencioni, The Five Dysfunctions of a Team. A Leadership Fable, 2002, Jossey-Bass

	Klaus Leopold, Agile Management. Führung mit System, 2. Auflage, 2022, Hanser Verlag, München Amy C. Edmondson, The Fearless Organization. Creating Psychological Safety in the Workplace for Learning, Innovation, and Growth, 2019, Wiley
--	---

Fachgebiet	Soft Skills	DBM 1
Modul	Ethische Aspekte von KI-Tools	DBM 1.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5 (Vollzeitstudium / Teilzeitstudium)	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (Std.)	90	
Studiensemester	4 (Vollzeitstudium), 5 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können: - Ethische Leitlinien und Bewertungsrahmen auf KI-Anwendungen anwenden. - Spannungsfelder zwischen Innovation und Verantwortung abwägen. - Reflexionskompetenz für den organisationellen KI-Einsatz entwickeln.
Inhalte	1. Einführung in Technik- und Datenethik 2. Bias & Fairness, Rechenschaft & Transparenz 3. Governance-Prinzipien und Good Practices
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Virginia Dignum, Responsible AI, 2019, Springer Mark Coeckelbergh, AI Ethics, 2020, MIT Press

	Markus D. Dubber / Frank Pasquale / Sunit Das (Hrsg.), The Oxford Handbook of Ethics of AI, 2020, Oxford University Press Cathy O'Neil, Weapons of Math Destruction, 2016, Crown Ruha Benjamin, Race After Technology, 2019, Polity
--	--

Fachgebiet	Forschung, Daten & Methoden	DBM 2
Modul	Wissenschaftstheorie und Forschungsmethoden	DBM 2.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	1 (Vollzeitstudium / Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, ▪ Forschungsfragen fundiert entwickeln und operationalisieren. ▪ Empirische Designs planen und auswerten (qualitativ/quantitativ). ▪ Ergebnisse kritisch interpretieren und transparent berichten.
Inhalte	1. Wissenschaftstheorie, Paradigmen und Methodologie 2. Forschungsdesigns, Datenerhebung, Gütekriterien 3. Berichtlegung und Replikation
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Alan Chalmers, What Is This Thing Called Science?, 4. Auflage, 2013, Open University Press John W. Creswell / J. David Creswell, Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches, 6. Auflage, 2023, Sage Publications Karl R. Popper, Logik der Forschung, 11. Auflage, 2005, Mohr Siebeck Verlag, Tübingen

	Michael Crotty, The Foundations of Social Research: Meaning and Perspective in the Research Process, 2. Auflage, 2020, Sage Publications Uwe Flick, Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung, 10. Auflage, 2022, Rowohlt Verlag, Reinbek
--	--

Fachgebiet	Forschung, Daten & Methoden	DBM 2
Modul	Data Science	DBM 2.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	1 (Vollzeitstudium / Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Der erfolgreiche Abschluss des Moduls befähigt die Studierenden zu Folgendem: ▪ Daten bezeichnen, aufbereiten, explorieren und visualisieren. ▪ Grundlegende ML-Methoden einordnen und anwenden (kleine Use-Cases). ▪ Datenethik, DSGVO und Governance berücksichtigen.
Inhalte	1. Grundlagen ▪ Datenarten, Datenqualität, EDA, Visualisierung 2. Einführung ML ▪ Überwacht vs. unüberwacht ▪ Klassifikation, Clustering 3. Governance & Recht ▪ Datenschutz, Fairness, Rechenschaftspflichten
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Jake VanderPlas, Python Data Science Handbook, 2. Auflage, 2023, O'Reilly Media

	Joel Grus, Data Science from Scratch. First Principles with Python, 2. Auflage, 2019, O'Reilly Media Hadley Wickham / Garrett Golemund, R for Data Science, 2. Auflage, 2023, O'Reilly Media Cathy O'Neil / Rachel Schutt, Doing Data Science: Straight Talk from the Frontline, 2013, O'Reilly Media David Spiegelhalter, The Art of Statistics: Learning from Data, 2019, Penguin Books
--	---

Fachgebiet	Forschung, Daten & Methoden	DBM 2
Modul	Advanced Statistik	DBM 2.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	1 (Vollzeitstudium) bzw. 3 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können: ▪ Fortgeschrittene statistische Verfahren angemessen auswählen. ▪ Modelle schätzen, diagnostizieren und Ergebnisse interpretieren. ▪ Statistische Schlussfolgerungen korrekt kommunizieren.
Inhalte	1. Regressionsmodelle, Regularisierung, Modellgüte 2. Hypothesentests, Resampling, Grundlagen Kausalität 3. Umgang mit Heterogenität und Ausreißern
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Andy Field, Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics, 6. Auflage, 2022, Sage Publications Gareth James / Daniela Witten / Trevor Hastie / Robert Tibshirani, An Introduction to Statistical Learning with Applications in R and Python, 2. Auflage, 2021, Springer Richard McElreath, Statistical Rethinking: A Bayesian Course with Examples in R and Stan, 2. Auflage, 2020, CRC Press

	David Freedman / Robert Pisani / Roger Purves, Statistics, 4. Auflage, 2007, W. W. Norton & Company Ulrich Mansmann / Harald Binder, Statistik und Forschungsmethoden für Data Science und Medizin, 1. Auflage, 2023, Springer Medizin Verlag, Heidelberg
--	---

Fachgebiet	Technologie, KI & Data Governance	DBM 3
Modul	KI-Einsatz in Unternehmen	DBM 3.1

Verantwortliche/r			
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr		
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang		
ECTS-Punkte	5		
Gesamtworkload (h)	130		
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden	
Lernzeit (h)	90		
Studiensemester	2 (Vollzeitstudium / Teilzeitstudium)		
Voraussetzungen	keine		
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten			
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload		
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)		

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ KI-Use-Cases identifizieren, priorisieren und bewerten. ▪ KI-Projekte konzipieren (Ziele, Daten, Organisation, Risiken). ▪ Wirtschaftlicher Nutzen vs. Risiken (Compliance/Ethik) abwägen.
Inhalte	1. KI-Use-Cases in Prozessen/Funktionen 2. KI-Reifegrad, Organisation und Rollen 3. Wirtschaftlichkeit, Risiken, Change
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Thomas Davenport / Rajeev Ronanki, The AI Advantage: How to Put the Artificial Intelligence Revolution to Work, 2018, MIT Press Ajay Agrawal / Joshua Gans / Avi Goldfarb, Prediction Machines: The Simple Economics of Artificial Intelligence, 2. Auflage, 2022, Harvard Business Review Press

	Erik Brynjolfsson / Andrew McAfee, The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies, 2014, W. W. Norton & Company Michael Haenlein / Andreas Kaplan (Hrsg.), Rethinking Artificial Intelligence in Business and Society, 2023, Springer Andrew Ng, Machine Learning Yearning, 2018, deeplearning.ai
--	--

Fachgebiet	Technologie, KI & Data Governance	DBM 3
Modul	Data Governance, Privacy & Cybersecurity	DBM 3.2

Verantwortliche/r			
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr		
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang		
ECTS-Punkte	5		
Gesamtworkload (h)	130		
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden	
Lernzeit (h)	90		
Studiensemester	2 (Vollzeitstudium) bzw. 3 (Teilzeitstudium)		
Voraussetzungen	keine		
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten			
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload		
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)		

Lernergebnisse und Kompetenzen	▪
Inhalte	4.
Literatur	

Fachgebiet	Strategie, Innovation & Prozesse	DBM 4
Modul	Digitales Projektmanagement	DBM 4.1

Verantwortliche/r			
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr		
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang		
ECTS-Punkte	5		
Gesamtworkload (h)	130		
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden	
Lernzeit (h)	90		
Studiensemester	1 (Vollzeitstudium / Teilzeitstudium)		
Voraussetzungen	keine		
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten			
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload		
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)		

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ digitale Projekte planen, steuern und abschließen. ▪ agile Vorgehensmodelle kompetent einsetzen. ▪ Stakeholder- und Risikomanagement durchführen.
Inhalte	1. Projektstart, Ziel- & Scope-Management 2. Agil vs. hybrid, Backlog & Sprint 3. KPIs, Reporting, Lessons Learned
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Andreas Gadatsch, Projektmanagement der digitalen Transformation. Methoden, Werkzeuge und Erfolgsfaktoren, 3. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden Claudia Ackermann / Thomas Kaczmarek, Agiles Projektmanagement und hybride Methoden. Praxisleitfaden für erfolgreiche Digitalprojekte, 2. Auflage, 2024, Hanser Verlag, München

	Harald Wehnes / Peter Sedlmeir, Projektmanagement. Werkzeuge, Techniken, Methoden, 7. Auflage, 2022, Carl Hanser Verlag, München Michael Lang / Oliver Hummel, Hybrides Projektmanagement in der Praxis. Erfolgreiche Integration klassischer und agiler Ansätze, 1. Auflage, 2024, Springer Vieweg, Wiesbaden Tobias Heller / Jens Köhler, Digitales Projektmanagement. Planung, Steuerung und Führung in der Praxis, 1. Auflage, 2023, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart
--	---

Fachgebiet	Strategie, Innovation & Prozesse	DBM 4
Modul	Digital Strategy & Business Model Innovation	DBM 4.2

Verantwortliche/r			
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr		
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang		
ECTS-Punkte	5		
Gesamtworkload (h)	130		
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden	
Lernzeit (h)	90		
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium / Teilzeitstudium)		
Voraussetzungen	keine		
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten			
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload		
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)		

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können: ▪ digitale Strategien entwickeln und bewerten. ▪ Geschäftsmodelle designen und experimentell testen. ▪ Innovationsportfolios priorisieren.
Inhalte	1. Strategische Analyse, Plattform-/Ökosystemlogiken 2. BM-Patterns, Prototyping & Experimente 3. Portfoliosteuerung & Skalierung
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Alexander Osterwalder / Yves Pigneur / Gregory Bernarda / Alan Smith, The Invincible Company: How to Constantly Reinvent Your Organization with Inspiration from the World's Best Business Models, 2020, Wiley David L. Rogers, The Digital Transformation Playbook. Rethink Your Business for the Digital Age, 2016, Columbia Business School Publishing

	Rafael Ramirez / Johan Wallin, Re-Thinking the Business Model, 3. Auflage, 2022, Oxford University Press Tiffani Bova, Growth IQ: Get Smarter About the Choices That Will Make or Break Your Business, 2018, Portfolio Penguin Christian Lüdtke / Alexander Graf / Holger Schneider, Digital Business Models: Konzepte, Strategien und Praxisbeispiele, 2. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden
--	---

Fachgebiet	Märkte, Finanzen & Wertschöpfung	DBM 5
Modul	Finance	DBM 5.1

Verantwortliche/r			
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr		
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang		
ECTS-Punkte	5		
Gesamtworkload (h)	130		
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden	
Lernzeit (h)	90		
Studiensemester	2 (Vollzeitstudium / Teilzeitstudium)		
Voraussetzungen	keine		
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten			
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload		
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)		

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können: ▪ Investitionen und Projekte finanzwirtschaftlich bewerten. ▪ Kennzahlen-/Cashflow-orientiertes Management anwenden. ▪ Risikoperspektiven in digitalen Kontexten berücksichtigen.
Inhalte	1. Investitionsrechnung, Kapitalstruktur, Working Capital 2. Performance-Controlling, BI-gestützte Analytik 3. Risikomanagement und ESG-Grundlagen
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Aswath Damodaran, Corporate Finance: Theory and Practice, 5. Auflage, 2023, Wiley Richard A. Brealey / Stewart C. Myers / Franklin Allen, Principles of Corporate Finance, 14. Auflage, 2022, McGraw-Hill Education Jonathan Berk / Peter DeMarzo, Corporate Finance, 6. Auflage, 2023, Pearson

	Pietro Veronesi, Handbook of Corporate Finance: Empirical and Theoretical Foundations, 2021, Wiley Dirk Schäfer / Ralf Elsas, Finanzierung und Investition, 9. Auflage, 2022, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart
--	---

Fachgebiet	Märkte, Finanzen & Wertschöpfung	DBM 5
Modul	Markt, Kunde und digitales Marketing	DBM 5.2

Verantwortliche/r			
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr		
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang		
ECTS-Punkte	5		
Gesamtworkload (h)	130		
Lehrzeit (h)	90	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden	
Lernzeit (h)	90		
Studiensemester	2 (Vollzeitstudium / Teilzeitstudium)		
Voraussetzungen	keine		
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten			
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload		
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)		

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden kennen und verstehen ▪ Markt- und Kundenanalysen für digitale Strategien zu nutzen, ▪ Instrumente des digitalen Marketings einzusetzen, ▪ Customer Experience datenbasiert zu gestalten.
Inhalte	1. Segmentierung, Targeting, Positionierung 2. Performance-Marketing, CRM, Automation 3. CX-Design und Messung
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Philip Kotler / Hermawan Kartajaya / Iwan Setiawan, Marketing 5.0: Technology for Humanity, 2021, Wiley Jonah Berger, Contagious: Why Things Catch On, 2016, Simon & Schuster Andreas Kaplan / Michael Haenlein, Social Media Marketing: Theory and Applications, 2023, Springer Nature

	Avinash Kaushik, Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity, 2009, Wiley Scott Brinker, Hacking Marketing: Agile Practices to Make Marketing Smarter, Faster, and More Innovative, 2016, Wiley
--	--

Fachgebiet	Leadership, Kommunikation & Kollaboration	DBM 6
Modul	Medienkompetenz	DBM 6.1

Verantwortliche/r			
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr		
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang		
ECTS-Punkte	5		
Gesamtworkload (h)	130		
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden	
Lernzeit (h)	90		
Studiensemester	2 (Vollzeitstudium / Teilzeitstudium)		
Voraussetzungen	keine		
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten			
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload		
Prüfungsleistung	Undifferenziert		

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Markt- und Kundenanalysen für digitale Strategien nutzen. ▪ Instrumente des digitalen Marketings einsetzen. ▪ Customer Experience datenbasiert gestalten.
Inhalte	1. Segmentierung, Targeting, Positionierung 2. Performance-Marketing, CRM, Automation 3. CX-Design und Messung
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Stephan G. Humer / Thomas Köhler (Hrsg.), Handbuch Digitale Kompetenz, 2. Auflage, 2023, Springer VS, Wiesbaden Petra Grimm / Oliver Zöllner (Hrsg.), Medienethik und digitale Gesellschaft. Verantwortung in der vernetzten Welt, 2022, Nomos Verlag, Baden-Baden

	Sonja Ganguin / Bernd Schorb / Jürgen Lauffer (Hrsg.), Handbuch Medienpädagogik, 3. Auflage, 2023, Springer VS, Wiesbaden Thorsten Quandt / Jeffrey Wimmer (Hrsg.), Die Medien und ihr Publikum. Eine Einführung in die Medienwirkungsforschung, 2. Auflage, 2021, Springer VS, Wiesbaden Claudia Paganini, Digitale Ethik. Ein philosophischer Leitfaden, 2020, Verlag Herder, Freiburg
--	---

Fachgebiet	Leadership, Kommunikation & Kollaboration	DBM 6
Modul	Führung und digitale Kommunikation	DBM 6.2

Verantwortliche/r			
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr		
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang		
ECTS-Punkte	5		
Gesamtworkload (h)	130		
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden	
Lernzeit (h)	90		
Studiensemester	4 (Vollzeitstudium) bzw. 3 (Teilzeitstudium)		
Voraussetzungen	keine		
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten			
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload		
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)		

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Digitale Teams führen und motivieren. ▪ Feedback- und Konfliktgespräche souverän gestalten. ▪ Change wirksam kommunizieren.
Inhalte	1. Führungsstile, Remote Leadership 2. Kommunikationsmodelle & Tools 3. Change-Kommunikation
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Svenja Hofert, Agiler führen, 3. Auflage, 2022, Gabal Verlag Ansgar Zerfaß / Manfred Piwinger (Hrsg.), Handbuch Unternehmenskommunikation, 3. Auflage, 2014, Springer Gabler Tsedal Neeley, Remote Work Revolution: Succeeding from Anywhere, 2021, Harper Business

	Erica Dhawan, Digital Body Language: How to Build Trust and Connection, No Matter the Distance, 2021, St. Martin's Press Klaus Doppler / Christoph Lauterburg, Change! Wenn Wandel gelingt, 15. Auflage, 2019, Campus Verlag
--	--

Fachgebiet	Leadership, Kommunikation & Kollaboration	DBM 6
Modul	Collaborative Digital Decision-Making	DBM 6.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	4 (Vollzeitstudium) bzw. 3 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Daten- und KI-gestützte Entscheidungen kollaborativ vorbereiten. ▪ Bias-Quellen erkennen und mitigieren. ▪ Transparente, nachvollziehbare Entscheidungsprozesse gestalten.
Inhalte	1. Entscheidungstheorien & -prozesse 2. Tools & Kollaboration 3. Governance & Dokumentation
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Dirk Helbing, Die Künstliche Intelligenz und die Zukunft der Entscheidungsfindung, 2023, Springer Vieweg, Wiesbaden Gerd Gigerenzer, Risiko: Wie man die richtigen Entscheidungen trifft, 4. Auflage, 2021, Goldmann Verlag, München

	Cass R. Sunstein / Richard H. Thaler, Nudge: Wie man kluge Entscheidungen anstößt, 3. Auflage, 2022, Ullstein Verlag, Berlin Sabine Remdisch / Mario Maier, Digital Leadership und Collaboration. Erfolgreich führen und zusammenarbeiten im digitalen Zeitalter, 2. Auflage, 2020, Springer Gabler, Wiesbaden Stephan Kaiser / Andreas Schüffler (Hrsg.), Digitale Transformation und Entscheidungsfindung. Theorien, Modelle und Best Practices, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden
--	--

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Integrated Management & Strategy	DBM 7.1
Modul	Strategic Business Development	DBM 7.1 1

Verantwortliche/r			
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr		
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang		
ECTS-Punkte	5		
Gesamtworkload (h)	130		
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden	
Lernzeit (h)	90		
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)		
Voraussetzungen	keine		
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten			
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload		
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)		

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können: ▪ Vertiefte Fach- und Methodenkompetenz im Bereich strategischer Unternehmensentwicklung anwenden. ▪ Praxisfälle aus der Unternehmensstrategie analysieren und evidenzbasierte Lösungen entwickeln. ▪ Rechtliche, ethische und nachhaltige Rahmenbedingungen bei der Strategieentwicklung berücksichtigen.
Inhalte	Das Modul <i>Strategic Business Development</i> vermittelt Studierenden vertiefte Kenntnisse und praxisorientierte Methoden zur strategischen Weiterentwicklung von Unternehmen im digitalen Zeitalter. Es legt den Fokus auf die Gestaltung zukunftsfähiger Geschäftsstrategien, die Nutzung datenbasierter Entscheidungsgrundlagen sowie die Integration rechtlicher, ethischer und nachhaltiger Aspekte in die strategische Unternehmensentwicklung. Die Studierenden lernen, wie strategische Chancen erkannt, bewertet und in operative Maßnahmen überführt werden können. ▪ Grundlagen, Begriffe und aktuelle Trends im strategischen Business Development ▪ Analyse von Geschäftsmodellen und strategischen Optionen

	▪ Methoden und Werkzeuge zur Strategieentwicklung und -implementierung ▪ Fallstudien aus der Praxis und Transferübungen ▪ Bewertung von Wachstumsstrategien und Veränderungsprozessen
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Hermann Simon, Die Strategie des Hidden Champions: Erfolgreich in Nischenmärkten, 2. Auflage, 2023, Campus Verlag, Frankfurt am Main Fredmund Malik, Unternehmenspolitik und Corporate Governance. Strategien, Strukturen, Kulturen, 11. Auflage, 2021, Campus Verlag, Frankfurt am Main Alexander Osterwalder / Yves Pigneur, Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, 3. Auflage, 2020, Campus Verlag, Frankfurt am Main Henry Mintzberg / Bruce Ahlstrand / Joseph Lampel, Strategy Safari. Eine Reise durch die Wildnis des strategischen Managements, 3. Auflage, 2022, Pearson Studium, München Michael E. Porter, Wettbewerbsvorteile. Spitzenleistungen erreichen und behaupten, 10. Auflage, 2019, Campus Verlag, Frankfurt am Main

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Integrated Management & Strategy	DBM 7.1
Modul	Corporate Governance & Ethics	DBM 7.1.2

Verantwortliche/r			
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr		
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang		
ECTS-Punkte	5		
Gesamtworkload (h)	130		
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden	
Lernzeit (h)	90		
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)		
Voraussetzungen	keine		
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten			
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload		
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)		

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können: - Ethische und governancebezogene Fragestellungen in einem unternehmerischen Kontext reflektieren und lösen. - Verantwortungsvoll agierende Unternehmensstrukturen konzipieren und bewerten. - Konzepte nachhaltiger Unternehmensführung in Entscheidungsprozesse integrieren.
Inhalte	Das Modul <i>Corporate Governance & Ethics</i> befasst sich mit den Grundprinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung im Kontext der digitalen Transformation. Es vermittelt theoretische und praktische Grundlagen zu Corporate Governance, Compliance, Nachhaltigkeit und ethischer Entscheidungsfindung. Die Studierenden setzen sich mit den Spannungsfeldern zwischen wirtschaftlichem Erfolg, rechtlichen Anforderungen und gesellschaftlicher Verantwortung auseinander. Besonderes Augenmerk liegt auf ethischen Dilemmata im Management, der Gestaltung transparenter Entscheidungsstrukturen und der Integration von Ethik in die Unternehmensstrategie. Die Inhalte umfassen Konzepte und Trends verantwortungsvoller Unternehmensführung, ethische

	Entscheidungsmodelle, Compliance- und Governance-Systeme, Nachhaltigkeitsstrategien sowie Fallstudien aus der Unternehmenspraxis.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Ulrich Thielemann, Ethik der digitalen Transformation. Verantwortung und Gemeinwohl im 21. Jahrhundert, 2022, Metropolis Verlag, Marburg Klaus J. Hopt / Gunther Teubner (Hrsg.), Corporate Governance und Corporate Social Responsibility, 3. Auflage, 2021, Mohr Siebeck Verlag, Tübingen Thomas Beschorner / Guido Palazzo / Andreas Scherer (Hrsg.), Wirtschaftsethik im digitalen Zeitalter, 2020, Nomos Verlag, Baden-Baden Rolf Dubs, Unternehmensethik. Verantwortung in der Sozialen Marktwirtschaft, 5. Auflage, 2022, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart Louise M. Brown / Andreas Rasche, Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization, 5. Auflage, 2023, Oxford University Press

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Integrated Management & Strategy	DBM 7.1
Modul	Data-Driven Decision Making	DBM 7.1.3

Verantwortliche/r			
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr		
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang		
ECTS-Punkte	5		
Gesamtworkload (h)	130		
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden	
Lernzeit (h)	90		
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)		
Voraussetzungen	keine		
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten			
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload		
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)		

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können: ▪ datengestützte Entscheidungsprozesse konzipieren und in komplexen Unternehmensumgebungen umsetzen. ▪ Datenquellen kritisch bewerten, analysieren und für strategische Entscheidungen nutzbar machen. ▪ ethische, rechtliche und organisatorische Dimensionen datenbasierter Entscheidungen reflektieren.
Inhalte	Das Modul <i>Data-Driven Decision Making</i> vermittelt den Studierenden vertiefte Kenntnisse über datenbasierte Entscheidungsprozesse im strategischen und operativen Management. Im Mittelpunkt steht die Nutzung von Daten, Analytik und Künstlicher Intelligenz, um fundierte und nachvollziehbare Geschäftsentscheidungen zu treffen. Die Studierenden lernen, wie Datenquellen identifiziert, aufbereitet und interpretiert werden, um strategische Optionen zu bewerten und Entscheidungsmodelle zu optimieren. Dabei werden sowohl technische als auch ethische Aspekte datengetriebener Entscheidungen behandelt, um einen verantwortungsvollen Umgang mit Informationen zu fördern. Die Inhalte umfassen Grundlagen datenbasierter Entscheidungsfindung, Methoden der Datenanalyse und -interpretation, Einsatz von KI-gestützten Entscheidungsmodellen,

	Governance- und Datenschutzaspekte sowie praxisorientierte Fallstudien zur Anwendung datenbasierter Strategien.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Bernard Marr, Data Strategy. Wie Sie mit Daten und Künstlicher Intelligenz Wettbewerbsvorteile schaffen, 2. Auflage, 2023, Wiley-VCH Verlag, Weinheim Thomas C. Redman, Data Driven. Profiting from Your Most Important Business Asset, 2021, Harvard Business Review Press, Boston Dirk H. Schoenmaker / Willem Schramade, Principles of Sustainable Finance and Data Analytics, 2022, Oxford University Press, Oxford Ulrich Lichtenthaler, Datengetriebene Innovation und Entscheidungsfindung, 1. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden Foster Provost / Tom Fawcett, Data Science for Business. What You Need to Know about Data Mining and Data-Analytic Thinking, 2. Auflage, 2023, O'Reilly Media

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Integrated Management & Strategy	DBM 7.1
Modul	Strategic Change & Transformation Management	DBM 7.1.4

Verantwortliche/r			
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr		
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang		
ECTS-Punkte	5		
Gesamtworkload (h)	130		
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden	
Lernzeit (h)	90		
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)		
Voraussetzungen	keine		
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten			
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload		
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)		

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können: ▪ strategische Veränderungsprozesse konzipieren, steuern und evaluieren. ▪ Dynamiken organisationaler Transformation verstehen und aktiv gestalten. ▪ Kommunikations- und Führungsinstrumente gezielt einsetzen, um Wandel erfolgreich umzusetzen
Inhalte	Das Modul <i>Strategic Change & Transformation Management</i> beschäftigt sich mit der Planung, Steuerung und Umsetzung von Veränderungsprozessen in Organisationen. Es vermittelt theoretische Grundlagen und praxisnahe Methoden, um Unternehmen erfolgreich durch Phasen der digitalen, kulturellen und organisatorischen Transformation zu führen. Im Zentrum steht das Verständnis, wie strategischer Wandel initiiert, kommuniziert und nachhaltig verankert werden kann. Die Studierenden lernen, Veränderungsstrategien zu entwickeln, Widerstände zu analysieren und Maßnahmen zur Förderung von Akzeptanz und Engagement in Teams zu gestalten. Besondere Beachtung finden auch Aspekte der Führung, Kommunikation und Organisationskultur. Die Inhalte umfassen Grundlagen des Change-Managements, Phasen und Modelle organisationaler Transformation, Führungs- und Kommunikationsstrategien im Wandel, Umgang mit Widerstand, sowie Fallstudien zu erfolgreichen Transformationsprozessen.

Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: John P. Kotter, Leading Change, 2. Auflage, 2021, Harvard Business Review Press, Boston Bernard Burnes, Managing Change, 8. Auflage, 2023, Pearson Education, Harlow Sabine Seufert / Urs Probst, Change-Management in digitalen Organisationen. Erfolgsfaktoren und Instrumente, 1. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden Klaus Doppler / Christoph Lauterburg, Change-Management. Den Wandel gestalten, 16. Auflage, 2022, Campus Verlag, Frankfurt am Main
-----------	--

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Integrated Management & Strategy	DBM 7.1
Modul	Global Strategy & Competitive Advantage	DBM 7.1.5

Verantwortliche/r			
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr		
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang		
ECTS-Punkte	5		
Gesamtworkload (h)	130		
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden	
Lernzeit (h)	90		
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)		
Voraussetzungen	keine		
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten			
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload		
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)		

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ globale Marktstrategien entwickeln und Wettbewerbsvorteile international positionieren. ▪ strategische Entscheidungen unter Berücksichtigung kultureller, rechtlicher und wirtschaftlicher Unterschiede treffen. ▪ internationale Expansions- und Wettbewerbsstrategien kritisch bewerten und umsetzen.
Inhalte	Das Modul <i>Global Strategy & Competitive Advantage</i> widmet sich der Entwicklung und Umsetzung globaler Unternehmensstrategien im Kontext internationaler Märkte. Es vermittelt den Studierenden die Fähigkeit, Wettbewerbsumfelder auf globaler Ebene zu analysieren und nachhaltige Wettbewerbsvorteile zu gestalten. Im Fokus stehen internationale Expansionsstrategien, Standortentscheidungen, Ressourcenallokation sowie die Anpassung von Geschäftsmodellen an unterschiedliche Marktbedingungen und kulturelle Kontexte. Darüber hinaus werden Themen wie geopolitische Risiken, regulatorische Rahmenbedingungen und globale Wertschöpfungsnetzwerke behandelt. Die Inhalte umfassen Strategische Analyse globaler Märkte, Theorien und Modelle des internationalen Wettbewerbs, Gestaltung globaler Wertschöpfungsstrategien, kulturelle und

	ethische Aspekte internationaler Geschäftsführung sowie Fallstudien erfolgreicher globaler Unternehmen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Pankaj Ghemawat, Strategy and the Business Landscape, 5. Auflage, 2022, Pearson Education, Harlow Jay Barney / William Hesterly, Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases, 7. Auflage, 2024, Pearson Education, Harlow Mike W. Peng, Global Business, 6. Auflage, 2023, Cengage Learning, Boston Christian Scholz / Joachim Zentes, Strategisches Management: Grundlagen – Prozess – Implementierung, 10. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Organizational Design & Project Management	DBM 7.2
Modul	Agile Leadership & Lean Management	DBM 7.2.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ agile und Lean-Management-Prinzipien in unterschiedlichen Unternehmenskontexten anwenden. ▪ Führungsstrategien entwickeln, die Selbstorganisation, Motivation und Innovationsfähigkeit fördern. ▪ Lean- und Agile-Methoden nutzen, um Prozesse und Projekte effizient zu gestalten und kontinuierlich zu verbessern
Inhalte	Das Modul <i>Agile Leadership & Lean Management</i> vermittelt den Studierenden zentrale Konzepte und Methoden einer modernen, adaptiven Unternehmensführung. Im Mittelpunkt stehen agile Denkweisen und Lean-Prinzipien als Antwort auf dynamische Märkte, digitale Transformation und steigende Komplexität. Die Studierenden lernen, wie Führung in agilen Organisationen funktioniert, wie Eigenverantwortung, Selbstorganisation und kontinuierliche Verbesserung gefördert werden können und wie Lean-Methoden zur Effizienzsteigerung beitragen. Der Fokus liegt auf der Verbindung von Leadership-Kompetenzen mit operativer Exzellenz, um Teams zu befähigen und nachhaltige Wertschöpfung zu schaffen. Die Inhalte umfassen Grundlagen agiler und

	schlanker Organisationsmodelle, Führungsprinzipien in agilen Kontexten, Methoden zur Prozessoptimierung, kulturelle Aspekte agiler Transformationen sowie praxisorientierte Fallstudien erfolgreicher Implementierungen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Boris Gloger, Scrum Think b!g – Scrum für wirklich große Projekte, 2. Auflage, 2021, Vahlen Verlag, München Jeff Sutherland, Scrum. The Art of Doing Twice the Work in Half the Time, 2014, Crown Business, New York Daniel T. Jones / James P. Womack, Lean Thinking: Mit weniger Ressourcen mehr Wert schaffen, 4. Auflage, 2021, Campus Verlag, Frankfurt am Main Andreas Zeuch, Management der Zukunft. Führung, die den Unterschied macht, 2. Auflage, 2022, Haufe Verlag, Freiburg

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Organizational Design & Project Management	DBM 7.2
Modul	Change-Management & Organizational Transformation	DBM 7.2.2

Verantwortliche/r			
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr		
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang		
ECTS-Punkte	5		
Gesamtworkload (h)	130		
Lehrzeit (h)	40	Lehrzeit (h)	
Lernzeit (h)	90	Lernzeit (h)	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)		
Voraussetzungen	keine		
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten			
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload		
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)		

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ komplexe Veränderungsprozesse analysieren, planen und erfolgreich steuern. ▪ Mitarbeiter und Teams durch Veränderungsphasen führen und Akzeptanz für Wandel fördern. ▪ Organisationsstrukturen transformieren, um Anpassungsfähigkeit und Innovationskraft zu erhöhen.
Inhalte	Das Modul <i>Change-Management & Organizational Transformation</i> beschäftigt sich mit den theoretischen Grundlagen und praktischen Instrumenten zur erfolgreichen Gestaltung tiefgreifender organisatorischer Veränderungen. Im Fokus steht das Management von Wandelprozessen in Unternehmen, die durch Digitalisierung, Globalisierung oder neue Führungsmodelle ausgelöst werden. Die Studierenden lernen, Veränderungsstrategien zu planen, interne und externe Stakeholder einzubinden und organisatorische Strukturen so zu gestalten, dass Innovation und Anpassungsfähigkeit gefördert werden.

	Neben klassischen Modellen des Change-Managements werden auch aktuelle Ansätze wie agile Transformation, kultureller Wandel und die Rolle von Leadership in Veränderungsprozessen behandelt. Die Inhalte umfassen Modelle und Phasen des Change-Managements, Kommunikation und Motivation im Wandel, Führung und Unternehmenskultur, Widerstandsmanagement sowie Best Practices aus realen Transformationsprojekten.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Rosabeth Moss Kanter, Think Outside the Building: How Advanced Leaders Can Change the World One Smart Innovation at a Time, 2020, PublicAffairs, New York Peter M. Senge, Die fünfte Disziplin. Kunst und Praxis der lernenden Organisation, 11. Auflage, 2021, Klett-Cotta Verlag, Stuttgart John Hayes, The Theory and Practice of Change Management, 6. Auflage, 2022, Palgrave Macmillan, London Sabine Remdisch / Mario Maier (Hrsg.), Digitale Transformation und Führung. Erfolgreich führen im Wandel, 2. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Organizational Design & Project Management	D DBM 7.2
Modul	Risk & Crisis Management	DBM 7.2.3

Verantwortliche/r			
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr		
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang		
ECTS-Punkte	5		
Gesamtworkload (h)	130		
Lehrzeit (h)	40	Lehrzeit (h)	
Lernzeit (h)	90	Lernzeit (h)	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)		
Voraussetzungen	keine		
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten			
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload		
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)		

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Risiken systematisch identifizieren, bewerten und geeignete Steuerungsmaßnahmen ableiten. ▪ in Krisensituationen strukturiert, transparent und verantwortungsvoll handeln. ▪ Strategien zur Erhöhung der organisatorischen Resilienz und Krisenfestigkeit entwickeln.
--------------------------------	---

Inhalte	Das Modul <i>Risk & Crisis Management</i> vermittelt den Studierenden die zentralen Konzepte, Methoden und Strategien zur Identifikation, Bewertung und Steuerung von Risiken sowie zum professionellen Umgang mit Krisensituationen in Unternehmen. Es behandelt sowohl operative als auch strategische Risiken und zeigt, wie Organisationen durch proaktives Risikomanagement ihre Widerstandsfähigkeit und Stabilität erhöhen können. Ein Schwerpunkt liegt auf der Entwicklung von Frühwarnsystemen, der Implementierung von Notfallplänen und der Kommunikation in Krisenzeiten. Darüber hinaus
---------	---

	werden psychologische und organisationale Aspekte des Krisenmanagements diskutiert, um Führungskräfte auf den souveränen Umgang mit Unsicherheit vorzubereiten. Die Inhalte umfassen Grundlagen des Risiko- und Krisenmanagements, Risikoanalyse und -bewertung, Krisenkommunikation und Entscheidungsfindung unter Druck, Aufbau von Resilienzstrukturen sowie Fallstudien realer Unternehmenskrisen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Ulf Pillkahn, Management und Kontrolle von Unternehmensrisiken. Grundlagen, Strategien und Methoden, 4. Auflage, 2022, Hanser Verlag, München Torben Juul Andersen / Peter C. Young, Strategic Risk Management: A Research Overview, 2020, Routledge, London Gérard Caprio / Robert Litan / Richard Herring (Hrsg.), Financial Crises. Causes, Consequences, and Policy Responses, 2023, Cambridge University Press, Cambridge Timothy Coombs, Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding, 6. Auflage, 2023, Sage Publications, Los Angeles

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Organizational Design & Project Management	DBM 7.2
Modul	Strategic Project Portfolio Management	DBM 7.2.4

Verantwortliche/r			
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr		
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang		
ECTS-Punkte	5		
Gesamtworkload (h)	130		
Lehrzeit (h)	40	Lehrzeit (h)	
Lernzeit (h)	90	Lernzeit (h)	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)		
Voraussetzungen	keine		
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten			
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload		
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)		

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Projektportfolios strategisch planen, steuern und an Unternehmensziele ausrichten. ▪ Priorisierungs- und Bewertungsmethoden zur Entscheidungsfindung anwenden. ▪ Governance-Strukturen und Kennzahlensysteme zur Optimierung von Projektlandschaften gestalten.
Inhalte	Das Modul <i>Strategic Project Portfolio Management</i> vermittelt den Studierenden ein vertieftes Verständnis für die strategische Planung, Priorisierung und Steuerung von Projekten innerhalb eines Unternehmensportfolios. Es verknüpft Projektmanagementmethoden mit strategischen Unternehmenszielen und legt den Fokus auf die optimale Ressourcennutzung, Risikosteuerung und Wertschöpfung durch Projekte. Die Studierenden lernen, wie Projektportfolios analysiert, bewertet und an sich verändernde Markt- oder Organisationsbedingungen angepasst werden können. Darüber hinaus werden Methoden der Entscheidungsunterstützung, Performance-Messung und Governance-

	Strukturen im Projektumfeld behandelt. Die Inhalte umfassen Grundlagen des Projektportfoliomanagements, strategische Ausrichtung von Projekten, Priorisierungs- und Bewertungsverfahren, Ressourcenmanagement, Monitoring und Reporting sowie Fallbeispiele aus der Unternehmenspraxis.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Harold Kerzner, Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling, 13. Auflage, 2022, Wiley, Hoboken R. Max Wideman / Ginger Levin, Project Portfolio Management: A Practical Guide, 2. Auflage, 2021, CRC Press, Boca Raton Hans-Georg Gemünden / Martina Huemann / Monique Aubry (Hrsg.), Project Portfolio Management. Strategien, Methoden und Best Practices, 1. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden Thomas Fischer, Multiprojektmanagement und Projektportfoliomanagement. Strategieorientierte Steuerung von Projektlandschaften, 2. Auflage, 2020, Hanser Verlag, München

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Organizational Design & Project Management	DBM 7.2
Modul	Digital Collaboration & Virtual Project Environments	DBM 7.2.5

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	Lehrzeit (h)
Lernzeit (h)	90	Lernzeit (h)
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ digitale und virtuelle Projektumgebungen gestalten und effektiv steuern. ▪ geeignete Kollaborations- und Kommunikationstools strategisch auswählen und einsetzen. ▪ interkulturelle und soziale Herausforderungen in virtuellen Teams erfolgreich managen.
Inhalte	Das Modul <i>Digital Collaboration & Virtual Project Environments</i> befasst sich mit den Prinzipien, Methoden und Technologien der digitalen Zusammenarbeit in modernen, vernetzten Arbeits- und Projektumgebungen. Die Studierenden lernen, wie virtuelle Teams effektiv geführt, koordiniert und motiviert werden können und wie digitale Tools den Informationsfluss, die Transparenz und die Produktivität in Projekten unterstützen. Besonderes Augenmerk liegt auf den Herausforderungen der räumlich und kulturell verteilten Zusammenarbeit, der Gestaltung digitaler Kommunikationsprozesse sowie der Integration von KI-gestützten Tools in die Teamarbeit. Das Modul verbindet organisatorische, technologische und zwischenmenschliche Aspekte, um Studierende auf die Leitung digitaler Projekte in internationalen Kontexten vorzubereiten. Die Inhalte umfassen

	Grundlagen der digitalen Kollaboration, virtuelle Teamführung, Kommunikations- und Kollaborationstechnologien, Gestaltung hybrider Arbeitsmodelle, kulturelle und soziale Dynamiken virtueller Teams sowie Praxisbeispiele erfolgreicher digitaler Projektumsetzungen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Sabine Remdisch / Mario Maier (Hrsg.), Collaboration und digitale Führung. Erfolgreich führen und zusammenarbeiten im virtuellen Raum, 2. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden Thomas Malone, Superminds: The Surprising Power of People and Computers Thinking Together, 2018, Little, Brown Spark, New York Andreas Boes / Tobias Kämpf / Barbara Langes, Digital Leadership und vernetzte Zusammenarbeit. Arbeit, Organisation und Führung in der digitalen Transformation, 1. Auflage, 2023, Springer VS, Wiesbaden Nils Urbach / Maximilian Röglinger (Hrsg.), Collaboration in the Digital Era: New Paradigms for Emerging Business Models, 2020, Springer, Cham

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Innovation & Entrepreneurship	DBM 7.3
Modul	Digital Business & Business Model Innovation	DBM 7.3.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ digitale Geschäftsmodelle konzipieren, analysieren und innovativ weiterentwickeln. ▪ Innovationsmethoden anwenden, um neue Marktchancen zu identifizieren und umzusetzen. ▪ strategische Entscheidungen treffen, um digitale Geschäftsinnovationen nachhaltig zu skalieren.
Inhalte	Das Modul <i>Digital Business & Business Model Innovation</i> vermittelt den Studierenden die Fähigkeit, digitale Geschäftsmodelle zu verstehen, zu entwickeln und erfolgreich umzusetzen. Es behandelt die Grundlagen der digitalen Wertschöpfung, die Transformation bestehender Geschäftsmodelle sowie die Entwicklung innovativer, datengetriebener Strategien. Im Fokus steht die Frage, wie Unternehmen durch den Einsatz digitaler Technologien neue Kundenerlebnisse, Märkte und Geschäftslogiken erschließen können. Die Studierenden lernen, Geschäftsmodell-Innovationen systematisch zu analysieren, kreative Ideen zu validieren und Geschäftsstrategien an den digitalen Wandel anzupassen. Die Inhalte umfassen digitale Geschäftsmodelle und Ökosysteme, Inno-

	ventionsmethoden (z. B. Design Thinking, Lean Startup), Plattformökonomie, datengetriebene Wertschöpfung, Skalierungsstrategien sowie praxisorientierte Fallstudien zu disruptiven Geschäftsansätzen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Christoph Kollmann / Daniel Jung, Digital Entrepreneurship und Geschäftsmodell-Innovation, 3. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden Alexander Osterwalder / Yves Pigneur / Gregory Bernarda / Alan Smith, The Invincible Company: How to Constantly Reinvent Your Organization with Inspiration from the World's Best Business Models, 2020, Wiley, Hoboken Stephan Stubner / Torsten Wulf, Business Model Innovation: Grundlagen, Gestaltung und Umsetzung, 2. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden Henry Chesbrough, Open Innovation Results: Going Beyond the Hype and Getting Down to Business, 2019, Oxford University Press, Oxford

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Innovation & Entrepreneurship	DBM 7.3
Modul	Venture Capital & Start-up Financing	DBM 7.3.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können - Finanzierungsstrategien für Start-ups und Wachstumsunternehmen entwickeln. - Venture-Capital-Prozesse analysieren und erfolgreiche Investmententscheidungen vorbereiten. - Unternehmensbewertungs- und Beteiligungsmodelle rechtlich, ökonomisch und strategisch bewerten.
Inhalte	Das Modul <i>Venture Capital & Start-up Financing</i> behandelt die Finanzierung junger, wachstumsorientierter Unternehmen und vermittelt ein tiefes Verständnis für Kapitalstrukturen, Investorenstrategien und Bewertungsverfahren im Start-up-Umfeld. Die Studierenden lernen, wie Venture-Capital-Prozesse funktionieren – von der Gründung über die Finanzierungsrunden bis hin zum Exit. Dabei werden sowohl die Perspektive der Gründer als auch der Investoren betrachtet, einschließlich rechtlicher, steuerlicher und strategischer Aspekte. Im Mittelpunkt steht die Frage, wie innovative Geschäftsideen in tragfähige Finanzierungsmodelle überführt und Investoren überzeugt werden können. Die Inhalte umfassen Grundlagen der Start-up-Finanzierung, Venture-Capital- und Pri-

	vate-Equity-Märkte, Unternehmensbewertung und Deal-Strukturierung, Investorenmanagement, Exit-Strategien sowie rechtliche und ethische Rahmenbedingungen der Unternehmensfinanzierung.
Literatur	Pflichtlektüre: keine / zusätzlich empfohlene Literatur: Thomas Hellmann / Manju Puri, Venture Capital and the Finance of Innovation, 3. Auflage, 2021, Wiley, Hoboken Klaus-Dieter Maubach / Daniel Hauer, Finanzierung von Start-ups und Wachstumsunternehmen, 2. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden Paul Gompers / Josh Lerner, The Venture Capital Cycle, 3. Auflage, 2021, MIT Press, Cambridge Marco Da Rin / Thomas Hellmann, Fundamentals of Entrepreneurial Finance, 2020, Oxford University Press, Oxford

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Innovation & Entrepreneurship	DBM 7.3
Modul	Technology Management & Future Trends	DBM 7.3.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ technologische Trends systematisch analysieren und in Innovationsstrategien überführen. ▪ den Einsatz neuer Technologien unter wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und ethischen Gesichtspunkten bewerten. ▪ technologiegestützte Innovationsprozesse planen und in Organisationen implementieren.
Inhalte	Das Modul <i>Technology Management & Future Trends</i> vermittelt den Studierenden ein fundiertes Verständnis darüber, wie technologische Entwicklungen strategisch erkannt, bewertet und in Innovationsprozesse integriert werden. Es legt den Fokus auf das Zusammenspiel von Technologie, Markt und Strategie im Kontext der digitalen Transformation. Die Studierenden lernen, zukünftige technologische Trends zu identifizieren, deren Potenzial für neue Geschäftsmodelle zu bewerten und Innovationsprozesse gezielt darauf auszurichten. Dabei werden sowohl klassische Ansätze des Technologiemanagements als auch aktuelle Themen wie künstliche Intelligenz, Blockchain, Automatisierung, Internet of Things und nachhaltige Technologien behandelt. Die Inhalte umfassen Technologiemanagement und -bewertung, Trend- und Zukunftsforschung,

	Technologietransfer, Innovationsstrategien, Emerging Technologies und deren Anwendung im Unternehmenskontext sowie Best-Practice-Beispiele aus verschiedenen Branchen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Hans Georg Gemünden / Alexander Brem / Kathrin M. Möslin (Hrsg.), Handbuch Technologie- und Innovationsmanagement, 3. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden Christoph Meinel / Harald Sack, Digitale Transformation. Technologien, Strategien und Geschäftsmodelle, 2. Auflage, 2022, Springer Vieweg, Wiesbaden Fred L. Block / Matthew R. Keller, State of Innovation: The U.S. Government's Role in Technology Development, 2015, Routledge, New York Karl-Heinz Leitner / Christian Rammer (Hrsg.), Innovationsmanagement: Strategien, Methoden und Trend

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Innovation & Entrepreneurship	DBM 7.3
Modul	Entrepreneurial Leadership & Start-up Management	DBM 7.3.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	Lehrzeit (h)
Lernzeit (h)	90	Lernzeit (h)
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ unternehmerische Führungsstrategien entwickeln und in dynamischen Umgebungen anwenden. ▪ Teams aufbauen, motivieren und durch Phasen des Wachstums und Wandels führen. ▪ Start-up-Strukturen und -Prozesse effizient gestalten, um nachhaltiges Wachstum zu fördern.
Inhalte	Das Modul <i>Entrepreneurial Leadership & Start-up Management</i> richtet sich an Studierende, die Führungsverantwortung in innovativen, dynamischen und wachstumsorientierten Unternehmensumfeldern übernehmen möchten. Es vermittelt praxisnahe Kompetenzen zur Führung und Entwicklung von Start-ups und unternehmerischen Teams. Im Mittelpunkt steht die Rolle des „Entrepreneurial Leaders“, der Vision, Strategie und Teamdynamik vereint, um innovative Ideen erfolgreich umzusetzen. Die Studierenden lernen, wie sie Unternehmensstrukturen aufbauen, Ressourcen effizient einsetzen und in unterschiedlichen Wachstumsphasen Entscheidungen treffen. Dabei werden auch psychologische und kommunikative Aspekte der Führung berücksichtigt. Die Inhalte

	umfassen Grundlagen unternehmerischer Führung, Team- und Organisationsentwicklung in Start-ups, Leadership-Modelle und Motivation, strategisches Wachstum und Skalierung, Entscheidungsfindung unter Unsicherheit sowie Best Practices aus erfolgreichen Gründungsprojekten.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Peter F. Drucker, Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles, Neuauflage 2020, Routledge, London Jens-Uwe Meyer / Thomas Ramge, Digitale Gewinner. Das Playbook für Unternehmensgründer, 2. Auflage, 2022, Gabal Verlag, Offenbach Eric Ries, The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses, 2011, Crown Business, New York Reinhard Schulte / Carolin Schmidt, Entrepreneurial Leadership. Führung und Innovation in Start-ups, 1. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Innovation & Entrepreneurship	DBM 7.3
Modul	Go-to-Market Strategy & Growth Hacking	DBM 7.3.5

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Go-to-Market-Strategien planen, um neue Produkte oder Dienstleistungen erfolgreich zu positionieren. ▪ Growth-Hacking-Methoden und datenbasierte Marketingtechniken effektiv einsetzen. ▪ Markteintrittsstrategien analysieren, optimieren und skalierbare Wachstumsmodelle entwickeln.
Inhalte	Das Modul <i>Go-to-Market Strategy & Growth Hacking</i> vermittelt praxisorientiertes Wissen zur erfolgreichen Markteinführung und schnellen Skalierung digitaler Produkte und Dienstleistungen. Es kombiniert strategisches Marketing mit innovativen, datengestützten Wachstumsansätzen, um Märkte effizient zu erschließen und Wettbewerbsvorteile zu sichern. Die Studierenden lernen, Zielgruppen präzise zu analysieren, Wertangebote zu positionieren und kanalübergreifende Markteintrittsstrategien zu entwickeln. Darüber hinaus werden moderne Growth-Hacking-Techniken behandelt, die datengetriebene Experimente und kreative Kampagnen zur Umsatzsteigerung und Markenbekanntheit einsetzen. Die Inhalte umfassen Marktanalyse und Positionierung, Go-to-Market-Modelle, digitale Vertriebskanäle, Customer Journey Design, Growth-Hacking-Methoden,

	datengetriebene Marketingstrategien sowie Fallstudien erfolgreicher Markteinführungen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Sean Ellis / Morgan Brown, Hacking Growth: How Today's Fastest-Growing Companies Drive Breakout Success, 2017, Crown Business, New York Philip Kotler / Hermawan Kartajaya / Iwan Setiawan, Marketing 5.0: Technology for Humanity, 2021, Wiley, Hoboken Gabriel Weinberg / Justin Mares, Traction: How Any Startup Can Achieve Explosive Customer Growth, 2. Auflage, 2019, Portfolio Penguin, New York Thomas Andresen / Patrick Stähler, Go-to-Market Strategien. Kunden gewinnen in digitalen Märkten, 1. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Business Intelligence	DBM 7.4
Modul	Applications	DBM 7.4.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ BI-Systeme konzipieren und auf verschiedene Unternehmensbereiche anwenden. ▪ Datenanalysen interpretieren und in konkrete Managemententscheidungen überführen. ▪ Strategische und operative Prozesse durch den gezielten Einsatz von Business Intelligence optimieren.
Inhalte	Das Modul <i>Applications</i> führt die Studierenden in die praktischen Anwendungsfelder moderner Business-Intelligence-Systeme ein. Es zeigt, wie Daten in Unternehmen genutzt werden können, um strategische und operative Entscheidungen zu unterstützen und Geschäftsprozesse zu optimieren. Im Fokus steht die Implementierung von BI-Lösungen in unterschiedlichen Unternehmensbereichen – von Marketing und Vertrieb bis zu Finanzen und Supply Chain. Die Studierenden lernen, Daten aus verschiedenen Quellen zu integrieren, Analysewerkzeuge effektiv einzusetzen und aus komplexen Datensätzen handlungsrelevante Erkenntnisse zu gewinnen. Darüber hinaus werden praxisnahe Beispiele und Tools behandelt, die eine effiziente Entscheidungsunterstützung

	ermöglichen. Die Inhalte umfassen Business-Intelligence-Architekturen, Datenintegration und -visualisierung, Reporting-Systeme, Kennzahlenmanagement, praxisorientierte BI-Use-Cases sowie aktuelle Trends wie Self-Service BI und KI-gestützte Analysen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Ralph Kimball / Margy Ross, The Data Warehouse Toolkit: The Definitive Guide to Dimensional Modeling, 4. Auflage, 2023, Wiley, Hoboken Thomas Hammer / Lars Vogel, Business Intelligence – Grundlagen, Anwendungen und Trends, 4. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden Carsten Bange / Timm Grosser, Business Intelligence in der Praxis. Strategien, Anwendungen und Fallbeispiele, 3. Auflage, 2021, dpunkt.verlag, Heidelberg Claudia Imhoff / Nicholas Galletta / Jonathan G. Geiger, Mastering Data Warehouse Design, 2020, Wiley, Hoboken

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Business Intelligence	DBM 7.4
Modul	Methods and Processes	DBM 7.4.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ BI-Prozesse konzipieren, implementieren und kontinuierlich verbessern. ▪ Methoden der Datenaufbereitung und -analyse gezielt für Entscheidungsprozesse anwenden. ▪ Unternehmensweite BI-Strukturen unter Berücksichtigung von Effizienz, Qualität und Governance gestalten.
Inhalte	Das Modul <i>Methods and Processes</i> vertieft das Verständnis der Studierenden für die methodischen und prozessualen Grundlagen von Business Intelligence (BI). Es behandelt, wie Daten systematisch erfasst, verarbeitet und in wertvolle Informationen für Managemententscheidungen transformiert werden. Der Fokus liegt auf der Entwicklung effizienter BI-Prozesse entlang der gesamten Datenwertschöpfungskette – von der Datenerhebung über die Modellierung und Analyse bis hin zur Berichterstattung. Zudem werden fortgeschrittene Methoden der Datenanalyse, Prognosemodelle und Automatisierungsmöglichkeiten vorgestellt. Ziel ist es, ein ganzheitliches Verständnis für die organisatorische, technische und analytische Dimension von BI-Systemen zu schaffen. Die Inhalte umfassen Datenmanagement und -qualität, Prozessdesign im BI-Kontext,

	Data Warehousing und ETL-Verfahren, Analyse- und Prognosemethoden, Automatisierung in BI-Prozessen sowie Best Practices zur Prozessoptimierung und -steuerung.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Carsten Felden / Andreas Lommatzsch (Hrsg.), Business Intelligence: Grundlagen und praktische Anwendungen, 4. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden Thomas H. Davenport / Jeanne G. Harris, Competing on Analytics: The New Science of Winning, 2. Auflage, 2017, Harvard Business Review Press, Boston Günter Müller / Wolfgang Gluchowski (Hrsg.), Informationsmanagement und Business Intelligence, 3. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden Ralph Kimball / Joe Caserta, The Data Warehouse ETL Toolkit, 2. Auflage, 2020, Wiley, Hoboken

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Business Intelligence	DBM 7.4
Modul	Strategy	DBM 7.4.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Datenstrategien entwickeln und in übergeordnete Unternehmensziele integrieren. ▪ Business-Intelligence-Initiativen strategisch planen, um nachhaltige Wettbewerbsvorteile zu erzielen. ▪ BI- und KI-Technologien gezielt zur Unterstützung strategischer Entscheidungen einsetzen.
Inhalte	Das Modul <i>Strategy</i> befasst sich mit der strategischen Dimension von Business Intelligence und deren Bedeutung für datengetriebene Unternehmensführung. Es zeigt, wie Organisationen BI gezielt einsetzen können, um Wettbewerbsvorteile zu schaffen, Märkte besser zu verstehen und Geschäftsstrategien auf Basis valider Daten zu gestalten. Die Studierenden lernen, wie sich BI in strategische Entscheidungsprozesse integriert und welche Rolle Daten bei der Entwicklung von Geschäftsstrategien spielen. Zudem werden organisatorische Strukturen, Governance-Modelle und Erfolgsfaktoren für eine nachhaltige BI-Strategie behandelt. Besonderes Augenmerk liegt auf der Verbindung von Technologie, Management und Strategie, um datenbasierte Entscheidungen auf allen Unternehmensebenen zu verankern. Die Inhalte umfassen strategische BI-

	Planung, Datenstrategie und Governance, organisatorische Implementierung von BI, Erfolgsmessung datengetriebener Strategien, Integration von KI und Predictive Analytics sowie praxisorientierte Fallbeispiele erfolgreicher BI-Strategien.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Howard Dresner, Business Intelligence, Analytics, and AI: The BI Evolution, 3. Auflage, 2023, Wiley, Hoboken Hans-Georg Kemper / Henning Baars / Thomas Osswald, Business Intelligence – Grundlagen und praktische Anwendungen, 5. Auflage, 2021, Springer Gabler, Wiesbaden Bernard Marr, Data Strategy. Wie Sie mit Daten und Künstlicher Intelligenz Wettbewerbsvorteile schaffen, 2. Auflage, 2023, Wiley-VCH, Weinheim Thomas H. Davenport / Randy Bean, The AI Advantage: How to Put the Artificial Intelligence Revolution to Work, 2018, MIT Press, Cambridge: "Legal Tech und Legal Robots", Mohr Siebeck Verlag, 1. Auflage 2020

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Business Intelligence	DBM 7.4
Modul	Industrial Internet	DBM 7.4.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ IIoT-Technologien und -Konzepte in industrielle Prozesse integrieren und steuern. ▪ Daten aus vernetzten Systemen für Effizienzsteigerung, Innovation und neue Geschäftsmodelle nutzen. ▪ Strategien zur sicheren, nachhaltigen und skalierbaren Umsetzung industrieller Digitalisierung entwickeln.
Inhalte	Das Modul <i>Industrial Internet</i> befasst sich mit der Digitalisierung industrieller Wertschöpfungsprozesse durch das Industrial Internet of Things (IIoT). Es vermittelt ein tiefes Verständnis für die Integration vernetzter Systeme, Sensoren und Datenplattformen in Produktions- und Logistikprozesse. Die Studierenden lernen, wie durch die Vernetzung von Maschinen, Anlagen und Produkten neue Geschäftsmodelle, Effizienzsteigerungen und datenbasierte Services entstehen. Zudem wird vermittelt, wie Daten aus industriellen Umgebungen gesammelt, analysiert und in intelligente Entscheidungsprozesse überführt werden können. Dabei spielen Themen wie Edge Computing, Predictive Maintenance, Data Analytics und Cyber Security eine zentrale Rolle. Die Inhalte

	umfassen Grundlagen des Industrial Internet, IoT-Architekturen und -Standards, Datenmanagement in industriellen Systemen, Echtzeit-Analysen und Automatisierung, Smart Manufacturing, Sicherheits- und Datenschutzaspekte sowie Praxisbeispiele aus der Industrie 4.0.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Alasdair Gilchrist, Industry 4.0: The Industrial Internet of Things, 2016, Apress, Berkeley Henning Kagermann / Wolfgang Wahlster / Johannes Helbig (Hrsg.), Industrie 4.0 in der praktischen Anwendung: Erfolgsbeispiele aus der deutschen Wirtschaft, 2. Auflage, 2022, Springer Vieweg, Wiesbaden Andreas Syska, Industrie 4.0 und die intelligente Fabrik. Wie die digitale Revolution die Produktion verändert, 2. Auflage, 2021, Hanser Verlag, München Dirk Schaefer / Graham Coates / Claudia Eckert (Hrsg.), Digital Manufacturing Design and Services, 2022, Springer, Cham

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Business Intelligence	DBM 7.4
Modul	Schwarmintelligenz und KI	DBM 7.4.5

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Prinzipien der Schwarmintelligenz auf datengetriebene und organisatorische Systeme anwenden. ▪ KI-Modelle konzipieren, die auf kollaborativem Lernen und dezentraler Entscheidungsfindung beruhen. ▪ den Einsatz kollektiver Intelligenz kritisch bewerten und deren Potenziale für Innovation und Effizienz nutzen.
Inhalte	Das Modul <i>Schwarmintelligenz und KI</i> untersucht Konzepte und Anwendungen kollektiver Intelligenz in Kombination mit modernen Methoden der Künstlichen Intelligenz. Es zeigt, wie Prinzipien aus der Natur – etwa Schwarmverhalten von Tieren oder selbstorganisierende Systeme – auf Organisationen, Netzwerke und datenbasierte Entscheidungsprozesse übertragen werden können. Die Studierenden lernen, wie KI-Systeme durch verteilte Entscheidungslogik, kollaboratives Lernen und Datenaggregation optimiert werden können. Zudem wird behandelt, wie Schwarmintelligenz in Bereichen wie Prognose, Optimierung, Marktanalyse und Problemlösung genutzt wird. Das Modul verbindet theoretische Ansätze mit praktischen Anwendungen aus Data Science, Machine

	Learning und Entscheidungsforschung. Die Inhalte umfassen Grundlagen der Schwarmintelligenz, selbstorganisierende Systeme, Multi-Agenten-Systeme, kollektive Entscheidungsprozesse, Anwendungen von KI-gestützter Schwarmintelligenz in Wirtschaft und Technologie sowie ethische und gesellschaftliche Implikationen solcher Systeme.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: James Surowiecki, Die Weisheit der Vielen: Warum Gruppen klüger sind als Einzelne, 4. Auflage, 2020, Goldmann Verlag, München Marco Dorigo / Mauro Birattari / Thomas Stützle, Swarm Intelligence: Principles, Advances, and Applications, 2. Auflage, 2021, Springer, Cham Jens Allwood / Ulrich Lichtenthaler, Schwarmintelligenz und Künstliche Intelligenz: Kollektives Lernen in Wirtschaft und Technologie, 1. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden Eric Bonabeau / Guy Theraulaz / Marco Dorigo, Swarm Intelligence: From Natural to Artificial Systems, 2. Auflage, 2020, Oxford University Press, Oxford

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Bauwirtschaft	DBM 7.5
Modul	Verwaltungsrecht	DBM 7.5.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ verwaltungsrechtliche Verfahren verstehen und in der Bau- und Projektpraxis anwenden. ▪ Rechtsfragen im Zusammenspiel zwischen öffentlicher Verwaltung und Wirtschaft kompetent einschätzen. ▪ Bau- und Genehmigungsprozesse unter rechtlichen Gesichtspunkten sicher begleiten.
Inhalte	Das Modul <i>Verwaltungsrecht</i> vermittelt den Studierenden grundlegende Kenntnisse des allgemeinen und besonderen Verwaltungsrechts, wie es im Kontext der Bau- und Immobilienwirtschaft relevant ist. Im Mittelpunkt steht das Verständnis staatlicher Entscheidungsprozesse, Genehmigungsverfahren sowie der rechtlichen Beziehungen zwischen Bürgern, Unternehmen und Behörden. Die Studierenden lernen, wie Verwaltungsakte zustande kommen, welche Rechte und Pflichten daraus resultieren und wie rechtliche Konflikte im öffentlichen Wirtschaftsrecht gelöst werden können. Darüber hinaus werden zentrale Regelungsbereiche wie Planungsrecht, Umweltrecht und Vergaberecht behandelt, die für die Bauwirtschaft eine besondere Bedeutung haben. Die In-

	halte umfassen Grundlagen und Prinzipien des Verwaltungsrechts, Verwaltungsverfahren und Rechtsschutz, öffentliches Baurecht, Umwelt- und Planungsrecht, Vergabe- und Aufsichtsverfahren sowie praktische Fallbeispiele aus der Baupraxis.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Wolfgang Pieroth / Bernhard Schlink / Michael Kniesel, Staatsrecht II – Grundrechte, 36. Auflage, 2023, C.F. Müller Verlag, Heidelberg Ulrich Stelkens / Hans-Jürgen Bonk / Michael Sachs (Hrsg.), Verwaltungsverfahrensgesetz – Kommentar, 10. Auflage, 2022, C.H. Beck Verlag, München Klaus F. Gärditz, Öffentliches Wirtschaftsrecht, 3. Auflage, 2021, Mohr Siebeck Verlag, Tübingen Joachim Wieland / Thorsten Ingo Schmidt, Öffentliches Wirtschaftsrecht, 2. Auflage, 2022, Nomos Verlag, Baden-Baden

Fachgebiet	Wahlpflichtfach – Vertiefung Bauwirtschaft	DBM 7.5
Modul	Baurecht I	DBM 7.5.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Bauverträge rechtssicher gestalten und deren rechtliche Auswirkungen beurteilen. ▪ Rechte und Pflichten der am Bau Beteiligten im rechtlichen Rahmen verstehen und anwenden. ▪ Bauprojekte unter Beachtung baurechtlicher und vertraglicher Anforderungen umsetzen.
Inhalte	Das Modul <i>Baurecht I</i> führt in die zentralen rechtlichen Grundlagen des privaten und öffentlichen Baurechts ein. Es behandelt die rechtlichen Rahmenbedingungen, die bei der Planung, Genehmigung und Durchführung von Bauvorhaben relevant sind. Die Studierenden lernen, wie Bauprojekte rechtlich vorbereitet und umgesetzt werden, welche Pflichten und Rechte Bauherren, Planer und Auftragnehmer besitzen und wie vertragliche Beziehungen im Bauwesen gestaltet werden. Zudem werden grundlegende Prinzipien des Bauvertragsrechts und des Architektenrechts vermittelt. Ein besonderer Fokus liegt auf der rechtssicheren Durchführung von Bauprojekten sowie der Vermeidung von Konflikten durch präventive Vertragsgestaltung. Die Inhalte umfassen Grundlagen des

	Baurechts, Bauvertragsrecht nach BGB und VOB/B, Pflichten und Haftung der Vertragsparteien, Architekten- und Ingenieurrecht, Vergabeverfahren sowie rechtliche Besonderheiten bei öffentlichen Bauprojekten.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Axel Wirth / Andreas Krause, Privates Baurecht. Grundlagen, Verträge, Streitbeilegung, 4. Auflage, 2023, Springer Vieweg, Wiesbaden Jürgen M. Winkler / Martin Eimer, Öffentliches Baurecht, 8. Auflage, 2022, C.F. Müller Verlag, Heidelberg Rolf Kniffka / Wolfgang Koeble / Andreas Jurgeleit (Hrsg.), Kompendium des Baurechts – Privates Baurecht und Bauprozess, 5. Auflage, 2020, C.H. Beck Verlag, München Andreas Kuffer / Martin Kment, Öffentliches Baurecht: Bauplanungsrecht und Bauordnungsrecht, 5. Auflage, 2023, Nomos Verlag, Baden-Baden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Bauwirtschaft	DBM 7.5
Modul	Baurecht II	DBM 7.5.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ komplexe baurechtliche Konflikte rechtlich fundiert bewerten und geeignete Lösungswege aufzeigen. ▪ Ansprüche aus Bauverträgen rechtssicher prüfen, durchsetzen oder abwehren. ▪ Risiken im Bauprojekt frühzeitig erkennen und rechtliche Maßnahmen zur Absicherung treffen.
Inhalte	Das Modul <i>Baurecht II</i> vertieft die im ersten Baurechtsmodul erworbenen Kenntnisse und konzentriert sich auf komplexe Fragestellungen, Streitbeilegung und Haftungsfragen im Bauwesen. Es behandelt insbesondere die rechtliche Durchsetzung von Ansprüchen, das Nachtrags- und Mängelmanagement sowie die Besonderheiten bei Bauzeitverzögerungen und Vertragsstörungen. Die Studierenden lernen, wie Konflikte im Bauprozess rechtlich analysiert und sowohl außergerichtlich als auch gerichtlich gelöst werden können. Dabei wird auch das Zusammenspiel von technischem Sachverstand und jurischer Bewertung beleuchtet. Die Inhalte umfassen Nachtragsmanagement und Leistungsänderungen, Mängelrechte und Gewährleistung, Bauzeitverzögerungen und

	Vertragsstrafen, Streitbeilegungsverfahren (z. B. Schlichtung, Mediation, Klage), Haftungsfragen im Bauwesen sowie aktuelle Rechtsprechung und Praxisfälle.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Rolf Kniffka / Wolfgang Koeble / Andreas Jurgleit (Hrsg.), Kompendium des Baurechts – Privates Baurecht und Bauprozess, 5. Auflage, 2020, C.H. Beck Verlag, München Uwe Kischel, Deutsches und europäisches Bauvertragsrecht, 2. Auflage, 2022, Mohr Siebeck Verlag, Tübingen Christoph Langenfeld / Thomas Mann, Bauvertragsrecht nach BGB und VOB/B, 3. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden Manfred Schäfer / Susanne Paul, Bauprozesse: Rechtliche, technische und organisatorische Aspekte, 2. Auflage, 2021, Werner Verlag, Düsseldorf

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Bauwirtschaft	DBM 7.5
Modul	Projektentwicklung im Bauwesen	DBM 7.5.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können - Entwicklungsstrategien für Bauprojekte konzipieren und bewerten. - wirtschaftliche, rechtliche und ökologische Faktoren in den Projektentwicklungsprozess integrieren. - komplexe Bauprojekte ganzheitlich planen, steuern und hinsichtlich ihrer Realisierbarkeit analysieren.
Inhalte	Das Modul <i>Projektentwicklung im Bauwesen</i> vermittelt den Studierenden ein umfassendes Verständnis für die Planung, Steuerung und Realisierung von Bauprojekten von der ersten Idee bis zur Fertigstellung. Es verbindet technische, wirtschaftliche und rechtliche Aspekte der Bauprojektentwicklung und legt den Fokus auf die strategische und konzeptionelle Phase eines Projekts. Die Studierenden lernen, wie Standortanalysen, Wirtschaftlichkeitsberechnungen und Risikoanalysen in den Entwicklungsprozess integriert werden und welche Bedeutung Kooperationen zwischen öffentlichen und privaten Akteuren haben. Zudem wird auf Nachhaltigkeit, Digitalisierung und innovative Projektstrukturen eingegangen. Die Inhalte umfassen Grundlagen der Projektentwicklung,

	Standort- und Marktanalysen, Investitions- und Finanzierungsmodelle, rechtliche Rahmenbedingungen, Nachhaltigkeits- und ESG-Kriterien sowie Praxisbeispiele erfolgreicher Bau- und Immobilienprojekte.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Hans-Georg Gemünden / Konrad Bergmeister / Ralf Müller (Hrsg.), Projektentwicklung und Projektmanagement im Bauwesen, 3. Auflage, 2022, Springer Vieweg, Wiesbaden Klaus J. Zink / Wolfgang Schade, Nachhaltige Projektentwicklung im Bauwesen, 2. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden Stephan Engels / Claudia Schneider, Immobilien-Projektentwicklung: Strategien, Finanzierung und Risikoanalyse, 3. Auflage, 2021, Campus Verlag, Frankfurt am Main Armin Günther, Projektentwicklung und Bauökonomie. Grundlagen und Praxis, 4. Auflage, 2020, Springer Vieweg, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Internationales Wirtschaftsrecht	DBM 7.5
Modul	Bauprojektmanagement	DBM 7.5.5

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Bauprojekte organisatorisch, technisch und wirtschaftlich effizient steuern. ▪ digitale Projektmanagement-Tools, insbesondere BIM, zielgerichtet einsetzen. ▪ Risiken und Schnittstellen im Bauprozess analysieren und Maßnahmen zur Projektsicherung umsetzen.
Inhalte	Das Modul <i>Bauprojektmanagement</i> vermittelt praxisorientierte Kenntnisse zur Planung, Steuerung und Kontrolle komplexer Bauprojekte. Im Mittelpunkt steht das Zusammenspiel technischer, wirtschaftlicher und organisatorischer Aspekte, um Bauvorhaben effizient, termingerecht und qualitätsgesichert umzusetzen. Die Studierenden lernen, Projektziele zu definieren, Prozesse zu strukturieren, Ressourcen zu koordinieren und Risiken zu managen. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Anwendung digitaler Werkzeuge, insbesondere Building Information Modeling (BIM), zur Verbesserung der Kommunikation und Transparenz im Projektverlauf. Darüber hinaus behandelt das Modul Themen wie Vertragsmanagement, Controlling, Qualitäts- und Nachtragsmanagement sowie die Bedeutung von Nachhaltigkeit und Arbeitssicherheit in Bauprojekten. Die In-

	halte umfassen Grundlagen des Projektmanagements im Bauwesen, Projektorganisation und -steuerung, Termin- und Kostenplanung, Risikomanagement, Digitalisierung im Bauprozess (BIM), Kommunikation und Konfliktmanagement sowie Fallstudien aus der Baupraxis.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Matthias Hennig / Rolf Jansen (Hrsg.), Projektmanagement im Bauwesen. Steuerung von Kosten, Terminen und Qualität, 5. Auflage, 2022, Springer Vieweg, Wiesbaden Klaus-Dieter Pohl / Annett Schröder, Bauprojektmanagement. Grundlagen, Methoden und Anwendungen, 3. Auflage, 2023, Hanser Verlag, München Gerd Motzke / Thomas Seewald / Philipp Tschäpe (Hrsg.), Prozesse in Bausachen – Privates Baurecht und Architektenrecht, 4. Auflage, 2024, Nomos Verlag, Baden-Baden Ralf Müller / Rodney Turner, Project-Oriented Leadership, 2. Auflage, 2020, Routledge, London

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Supply Chain Management	DBM 7.6
Modul	Digital Supply Chain Strategy & Network Design	DBM 7.6.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ digitale Supply-Chain-Strategien entwickeln und in komplexen Netzwerken umsetzen. ▪ Daten- und Technologieeinsatz zur Optimierung von Wertschöpfungsprozessen planen. ▪ Netzwerke im Hinblick auf Effizienz, Resilienz und Nachhaltigkeit strategisch gestalten.
Inhalte	Das Modul <i>Digital Supply Chain Strategy & Network Design</i> behandelt die strategische Planung und Gestaltung digitaler Wertschöpfungsnetzwerke in einer zunehmend vernetzten Wirtschaft. Es vermittelt den Studierenden das Wissen, um Lieferketten auf Basis digitaler Technologien effizient, resilient und nachhaltig zu gestalten. Im Mittelpunkt stehen strategische Entscheidungen zur Netzwerkstruktur, Standortwahl, Ressourcenallokation und Integration digitaler Systeme. Die Studierenden lernen, wie Daten, Automatisierung und KI zur Optimierung von Lieferketten eingesetzt werden können und wie sich Unternehmen auf volatile Märkte einstellen. Die Inhalte umfassen Grundlagen der digitalen Supply-Chain-Strategie, Netzwerkdesign und -optimierung, Standortplanung, Digitalisierung von Lieferkettenprozessen, Integration von ERP- und

	SCM-Systemen, Nachhaltigkeitsaspekte sowie Best Practices erfolgreicher digitaler Supply Chains.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Sebastian Kummer / Nils Müller / Marcus Wagner (Hrsg.), Logistik und Supply Chain Management, 10. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden Sunil Chopra / Peter Meindl, Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation, 8. Auflage, 2024, Pearson Education, Harlow Martin Christopher, Logistics & Supply Chain Management, 6. Auflage, 2022, Pearson Education, Harlow Michael Huth / Uwe Clausen, Digitale Transformation der Supply Chain. Strategien und Technologien für das Netzwerkdesign, 2. Auflage, 2023, Springer Vieweg, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Supply Chain Management	DBM 7.6
Modul	Data Analytics & AI in Supply Chain Operations	DBM 7.6.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ KI-gestützte Analysen zur Steuerung und Optimierung von Supply-Chain-Prozessen einsetzen. ▪ Daten systematisch auswerten und daraus operative und strategische Handlungsempfehlungen ableiten. ▪ Effizienz- und Nachhaltigkeitspotenziale durch datenbasierte Entscheidungsmodelle realisieren.
Inhalte	Das Modul <i>Data Analytics & AI in Supply Chain Operations</i> vermittelt den Studierenden die Kompetenzen, Datenanalysen und Künstliche Intelligenz gezielt zur Optimierung von Lieferkettenprozessen einzusetzen. Es zeigt, wie moderne Analysetools, Machine Learning und prädiktive Modelle helfen, komplexe Abläufe in Einkauf, Produktion, Logistik und Distribution zu steuern und zu verbessern. Der Fokus liegt auf der praktischen Anwendung datengetriebener Methoden zur Prognose von Nachfragen, Bestandsoptimierung und Effizienzsteigerung entlang der gesamten Supply Chain. Darüber hinaus werden ethische und organisatorische Fragestellungen im Umgang mit KI-Systemen betrachtet. Die Inhalte umfassen Grundlagen der Supply-Chain-Analytics, Datenquellen

	und -integration, prädiktive Analytik und Machine Learning, KI-basierte Entscheidungsmodelle, Automatisierung und Robotik in der Logistik sowie Fallstudien aus Industrie und Handel.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Stefan Minner / Christoph Glock (Hrsg.), Data Analytics und Künstliche Intelligenz im Supply Chain Management, 1. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden Nada R. Sanders, Big Data Driven Supply Chain Management: A Framework for Implementing Analytics and Turning Information into Intelligence, 2. Auflage, 2022, Pearson Education, Harlow John W. Toomey, Inventory Management: Advanced Methods, Tools and Techniques, 3. Auflage, 2021, Springer, Cham Thomas W. Malone / Kenneth C. Greenwood, Artificial Intelligence in Logistics and Operations: Data-Driven Efficiency, 1. Auflage, 2022, Routledge, London

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Supply Chain Management	DBM 7.6
Modul	Sustainable & Resilient Supply Chains	DBM 7.6.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Nachhaltigkeits- und Resilienzstrategien in globale Lieferketten integrieren. ▪ Risiken und Abhängigkeiten identifizieren und durch präventive Maßnahmen minimieren. ▪ nachhaltige Wertschöpfungsnetzwerke unter Berücksichtigung gesetzlicher und ethischer Anforderungen gestalten.
Inhalte	Das Modul <i>Sustainable & Resilient Supply Chains</i> fokussiert auf den Aufbau und die Steuerung nachhaltiger, widerstandsfähiger Lieferketten im globalen Kontext. Es vermittelt den Studierenden ein tiefes Verständnis dafür, wie ökologische, soziale und ökonomische Ziele in Einklang gebracht werden können, um langfristig stabile und verantwortungsvolle Supply-Chain-Strukturen zu schaffen. Neben Nachhaltigkeitsstrategien werden auch Konzepte des Risikomanagements und der Krisenfestigkeit behandelt. Die Studierenden lernen, wie durch Transparenz, Digitalisierung und Kooperation Risiken minimiert und nachhaltige Wertschöpfungsketten aufgebaut werden. Die Inhalte umfassen Grundlagen nachhaltiger Lieferketten, ESG-Kriterien (Environmental, Social, Governance), Risikomanagement und Resilienzstrategien, Lieferkettengesetze und

	Compliance, nachhaltige Beschaffungs- und Logistikkonzepte sowie Fallstudien zu nachhaltigen Supply-Chain-Initiativen führender Unternehmen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Stefan Seuring / Martin Müller / Markus Brandenburg (Hrsg.), Nachhaltiges Supply Chain Management. Konzepte, Instrumente und Praxisbeispiele, 3. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden Nada R. Sanders, Supply Chain Management and Advanced Planning for Sustainability, 2022, Wiley, Hoboken Yossi Sheffi, The New (Ab)Normal: Reshaping Business and Supply Chain Strategy Beyond COVID-19, 2020, MIT Press, Cambridge Mats J. Winroth / Fredrik Nilsson, Sustainable Operations and Supply Chain Management, 2. Auflage, 2021, Routledge, London

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Supply Chain Management	DBM 7.6
Modul	Supply Chain Automation & Blockchain Applications	DBM 7.6.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Automatisierungstechnologien und Blockchain-Lösungen in Lieferketten gezielt einsetzen und steuern. ▪ Digitalisierungspotenziale entlang der Supply Chain erkennen und in Wertschöpfungsstrategien überführen. ▪ technologische, organisatorische und rechtliche Aspekte digitaler Supply-Chain-Transformationen bewerten.
Inhalte	Das Modul <i>Supply Chain Automation & Blockchain Applications</i> beschäftigt sich mit der digitalen Automatisierung von Lieferkettenprozessen und den Einsatzmöglichkeiten der Blockchain-Technologie in der Supply-Chain-Steuerung. Es vermittelt ein tiefgehendes Verständnis darüber, wie Automatisierung, Smart Contracts und Distributed-Ledger-Systeme Transparenz, Effizienz und Sicherheit in Wertschöpfungsnetzwerken erhöhen können. Die Studierenden lernen, wie digitale Technologien zur Prozessintegration, Rückverfolgbarkeit und Qualitätssicherung eingesetzt werden und welche strategischen Vorteile sich aus der Nutzung von Blockchain-basierten Lösungen ergeben. Das Modul kombiniert technisches Wissen mit Managementperspektiven und rechtlichen Grundla-

	gen, um die Anwendung neuer Technologien im Supply-Chain-Kontext kritisch zu bewerten. Die Inhalte umfassen Grundlagen der Prozessautomatisierung, Einsatz von Robotik und IoT in der Logistik, Blockchain-Technologien und Smart Contracts, Datensicherheit und Compliance, Anwendungsbeispiele aus der Praxis sowie Chancen und Herausforderungen der Technologieimplementierung.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Christian M. Ringle / Nils Urbach / Maximilian Röglinger (Hrsg.), Blockchain und Smart Contracts in Wirtschaft und Verwaltung, 2. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden Klaus-Dieter Thoben / Jürgen Jasperneite / Johannes Stich (Hrsg.), Industrie 4.0 und Internet der Dinge in der Logistik, 3. Auflage, 2022, Springer Vieweg, Wiesbaden Michael Henke / Peter Hofmann (Hrsg.), Supply Chain 4.0: Digitalisierung, Vernetzung und Automatisierung in der Wertschöpfungskette, 2. Auflage, 2021, Springer Gabler, Wiesbaden Don Tapscott / Alex Tapscott, Blockchain Revolution: How the Technology Behind Bitcoin and Other Cryptocurrencies Is Changing the World, 2. Auflage, 2018, Penguin Business, London

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Supply Chain Management	DBM 7.6
Modul	Supply Chain Innovation Lab (Capstone)	DBM 7.6.5

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ innovative Supply-Chain-Lösungen konzipieren und praktisch umsetzen. ▪ Projektmanagement- und Innovationsmethoden in realen Unternehmenskontexten anwenden. ▪ den Einfluss digitaler Technologien auf Supply-Chain-Strukturen kritisch bewerten und Verbesserungspotenziale ableiten.
Inhalte	Das Modul <i>Supply Chain Innovation Lab (Capstone)</i> bildet den praxisorientierten Abschluss der Supply-Chain-Vertiefung und verbindet theoretisches Wissen mit anwendungsorientierten Projekten. Die Studierenden arbeiten an realen oder simulierten Fallstudien, um innovative Lösungen für aktuelle Herausforderungen im Supply-Chain-Management zu entwickeln. Im Mittelpunkt stehen interdisziplinäre Teamarbeit, kreative Problemlösung und die Anwendung moderner Technologien wie KI, Blockchain oder Automatisierung in konkreten Supply-Chain-Kontexten. Ziel ist es, Innovationspotenziale zu erkennen, neue Strategien zu testen und die Auswirkungen digitaler Transformation auf Effizienz, Nachhaltigkeit und Wettbewerbsfähigkeit zu bewerten. Die Inhalte umfassen Projektarbeit mit Praxispartnern oder Simulationen, Entwicklung und Umset-

	zung innovativer Supply-Chain-Konzepte, Design Thinking und agile Methoden, datenbasierte Entscheidungsfindung sowie Präsentation und Reflexion der Projektergebnisse.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Sebastian Kummer / Nils Müller / Marcus Wagner (Hrsg.), Innovative Logistik und Supply Chain Management. Neue Konzepte und Praxisbeispiele, 2. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden John T. Mentzer / Matthew B. Myers / Theodore P. Stank, Handbook of Global Supply Chain Management, 2. Auflage, 2020, Sage Publications, Los Angeles Hauke Hansen / Markus Mau / Holger Schiele, Innovation und Digitalisierung in der Supply Chain. Erfolgsfaktoren, Strategien und Best Practices, 1. Auflage, 2022, Springer Vieweg, Wiesbaden Richard Wilding, The Supply Chain Leader: New Ways of Thinking, 1. Auflage, 2021, Kogan Page, London

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Marketing & Sales	DBM 7.7
Modul	Neuromarketing & Consumer Psychology	DBM 7.7.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ psychologische Mechanismen im Konsumverhalten analysieren und für Marketingstrategien nutzen. ▪ Neuromarketing-Methoden anwenden, um Markenkommunikation und Kundenbindung zu optimieren. ▪ Erkenntnisse aus der Konsumentenpsychologie gezielt in daten- und evidenzbasierte Marketingentscheidungen integrieren.
Inhalte	Das Modul <i>Neuromarketing & Consumer Psychology</i> verbindet psychologische Erkenntnisse mit modernen Marketingstrategien und zeigt, wie unbewusste Prozesse das Konsumentenverhalten beeinflussen. Die Studierenden lernen, wie Emotionen, Wahrnehmung und Entscheidungsmechanismen das Kaufverhalten prägen und wie Unternehmen diese Erkenntnisse für eine wirksame Markenkommunikation und Produktgestaltung nutzen können. Neben den Grundlagen der Konsumentenpsychologie werden aktuelle Methoden des Neuromarketings, wie Eye-Tracking, EEG-Analysen oder implizite Assoziationstests, vorgestellt. Ziel des Moduls ist es, ein tiefes Verständnis für die psychologischen Treiber hinter Konsumententscheidungen zu vermitteln und diese in Mar-

	ketingstrategien umzusetzen. Die Inhalte umfassen Grundlagen der Konsumentenpsychologie, Wahrnehmungs- und Entscheidungsprozesse, Emotion und Motivation im Kaufverhalten, Methoden des Neuromarketings, Ethik und Datenschutz in der Konsumentenforschung sowie Anwendungsbeispiele aus Werbung, Branding und Produktdesign.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Hans-Georg Häusel, Brain View. Warum Kunden kaufen, 5. Auflage, 2019, Haufe Verlag Christian Scheier / Dirk Held, Wie Werbung wirkt. Erkenntnisse des Neuromarketings, 2. Auflage, 2012, Haufe Verlag Derek D. Rucker / Cait Lamberton / Michael I. Norton (Hrsg.), The Cambridge Handbook of Consumer Psychology, 2. Auflage, 2023, Cambridge University Press Moran Cerf / Manuel García-García (Hrsg.), Consumer Neuroscience, 2017, MIT Press H.-G. Kroeber-Riel / Franz-Rudolf Esch / Andrea Gröppel-Klein, Konsumentenverhalten, 12. Auflage, 2019, Vahlen Verlag Daniel Kahneman, Schnelles Denken, langsames Denken, 2012, Siedler Verlag

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Marketing & Sales	DBM 7.7
Modul	Digital & Performance Marketing	DBM 7.7.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ datenbasierte Marketingkampagnen entwickeln, steuern und analysieren. ▪ digitale Kanäle strategisch nutzen, um Reichweite, Engagement und Conversion zu erhöhen. ▪ Performance-Marketing-Maßnahmen unter Berücksichtigung von Datenschutz, Ethik und Nachhaltigkeit optimieren.
Inhalte	Das Modul <i>Digital & Performance Marketing</i> vermittelt den Studierenden ein fundiertes Verständnis für datengetriebenes Online-Marketing und die Optimierung digitaler Kampagnen anhand messbarer Leistungskennzahlen (KPIs). Es zeigt, wie digitale Kanäle – von Suchmaschinenmarketing über Social Media bis hin zu Programmatic Advertising – strategisch eingesetzt werden, um Zielgruppen präzise anzusprechen und Marketingziele effizient zu erreichen. Die Studierenden lernen, Kampagnen zu planen, umzusetzen und mit analytischen Tools zu überwachen, um Budgets optimal zu steuern und die Conversion Rates zu maximieren. Dabei werden auch rechtliche, ethische und technologische Aspekte des digitalen Marketings berücksichtigt. Die Inhalte umfassen Grund-

	lagen des Online-Marketings, Suchmaschinen- und Social-Media-Marketing, Performance- und Conversion-Optimierung, Data Analytics im Marketing, Customer Journey Management, Marketing Automation sowie Erfolgsmessung und Reporting.
Literaturempfehlung	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Ralf T. Kreutzer, Digitales Marketing, 3. Auflage, 2021, Springer Gabler Felix Beilharz, Erfolgreiches Online-Marketing, 2. Auflage, 2019, mitp Verlag Avinash Kaushik, Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity, 2009, Wiley Chuck Hemann / Ken Burbary, Digital Marketing Analytics: Making Sense of Consumer Data in a Digital World, 2. Auflage, 2018, Pearson FT Press

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Marketing & Sales	DBM 7.7
Modul	Sales Excellence & Key Account Management	DBM 7.7.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ strategische Vertriebs- und Key-Account-Management-Konzepte entwickeln und umsetzen. ▪ Kundenbeziehungen systematisch aufbauen, pflegen und ausbauen. ▪ Vertriebsprozesse durch digitale Technologien und datenbasierte Analysen optimieren.
Inhalte	Das Modul <i>Sales Excellence & Key Account Management</i> konzentriert sich auf die strategische und operative Gestaltung moderner Vertriebsprozesse sowie auf den professionellen Umgang mit Schlüsselkunden in nationalen und internationalen Märkten. Die Studierenden lernen, wie Vertriebsstrategien entwickelt, Kundenbeziehungen langfristig aufgebaut und komplexe Verhandlungen erfolgreich geführt werden. Im Fokus stehen Konzepte der Kundenbindung, des Beziehungsmanagements und der Integration digitaler Tools im Vertrieb. Zudem werden Führungsaspekte im Sales-Bereich sowie die Zusammenarbeit zwischen Marketing, Vertrieb und Service thematisiert. Die Inhalte umfassen Grundlagen strategischer Vertriebsplanung, Key-Account-Management-Pro-

	zesse, Customer-Relationship-Management (CRM), Verhandlungs- und Kommunikationsstrategien, Vertriebscontrolling, digitale Tools im Sales sowie Fallstudien erfolgreicher Vertriebsorganisationen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Dirk Zupancic, Excellence in Key Account Management. Strategien, Konzepte, Best Practices, 3. Auflage, 2020, Springer Gabler, Wiesbaden Holger Dannenberg / Helmut Hinterhuber, Handbuch Vertriebsmanagement, 4. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden Christian Belz / Thomas Senn / Alexander Zupancic, Verkaufsmanagement. Strategien – Konzepte – Instrumente, 8. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden Neil Rackham, SPIN Selling, Neuauflage 2020, McGraw-Hill Education, New York

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Marketing & Sales	DBM 7.7
Modul	Strategic Brand Management & Customer Experience	DBM 7.7.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (H)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Markenstrategien entwickeln und deren Wirkung auf die Customer Experience steuern. ▪ Kundenerlebnisse entlang der Customer Journey analysieren, gestalten und optimieren. ▪ Markenführung und Kundenerlebnismangement als integrierte Erfolgsfaktoren im Unternehmen umsetzen.
Inhalte	Das Modul <i>Strategic Brand Management & Customer Experience</i> befasst sich mit der strategischen Entwicklung, Führung und Positionierung von Marken sowie der Gestaltung konsistenter Kundenerlebnisse über alle Kontaktpunkte hinweg. Die Studierenden lernen, wie Markenidentität, Markenwert und Markenkommunikation in einer zunehmend digitalen und datengetriebenen Welt aufgebaut und gesteuert werden. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der Verbindung zwischen Markenstrategie und Customer Experience Management (CXM), um langfristige Kundenbindung und emotionale Markenloyalität zu fördern. Das Modul verbindet strategische Ansätze mit praxisorientierten Methoden zur Analyse, Gestaltung und Messung von Marken- und Kundenerlebnissen.

	Die Inhalte umfassen Grundlagen des Markenmanagements, Markenidentität und -positionierung, Touchpoint-Analyse und CX-Design, Messung der Customer Experience, Markenkommunikation im digitalen Umfeld sowie Best-Practice-Beispiele führender Marken.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Franz-Rudolf Esch, Strategie und Technik der Markenführung, 10. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden Bernd Schmitt, Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate, 2. Auflage, 2020, Free Press, New York Jean-Noël Kapferer, The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking, 6. Auflage, 2023, Kogan Page, London Philip Kotler / Hermawan Kartajaya / Iwan Setiawan, Marketing 5.0: Technology for Humanity, 2021, Wiley, Hoboken

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Marketing & Sales	DBM 7.7
Modul	Marketing Analytics & AI Applications	DBM 7.7.5

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (H)	130	
Lehrzeit (H)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Marketingentscheidungen auf Basis datenanalytischer Erkenntnisse treffen. ▪ KI-Tools und analytische Modelle zur Optimierung von Marketingstrategien einsetzen. ▪ Daten effektiv auswerten, visualisieren und zur Personalisierung von Kundenerlebnissen nutzen.
Inhalte	Das Modul <i>Marketing Analytics & AI Applications</i> vermittelt den Studierenden fundierte Kenntnisse über den Einsatz datenbasierter Analyseverfahren und Künstlicher Intelligenz im Marketingmanagement. Es zeigt, wie Unternehmen mithilfe von Data Analytics, maschinellem Lernen und Predictive Modelling fundierte Entscheidungen treffen, Zielgruppen besser verstehen und Marketingkampagnen präziser steuern können. Im Zentrum steht die Verbindung von analytischer Kompetenz und strategischer Entscheidungsfähigkeit, um Marketingprozesse messbar zu optimieren. Die Studierenden lernen, große Datenmengen zu interpretieren, Prognosen zu erstellen und KI-Tools zur Automatisierung und Personalisierung von Marketingmaßnahmen einzusetzen. Die Inhalte umfassen Grundlagen des datengetriebenen Marketings, statistische und algorithmische Analyseverfahren, Customer Analytics, Predictive und Prescriptive Analytics,

	KI-gestützte Automatisierung, Data Visualization sowie Anwendungsbeispiele aus digitalen Marketingplattformen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Wayne L. Winston, Marketing Analytics: Data-Driven Techniques with Microsoft Excel, 2. Auflage, 2023, Wiley, Hoboken Rajkumar Venkatesan / Paul W. Farris / Ronald T. Wilcox, Cutting Edge Marketing Analytics: Real World Cases and Data Sets for Hands On Learning, 2. Auflage, 2021, Pearson Education, Harlow Ralf T. Kreutzer / Karl-Heinz Land, Digitaler Darwinismus. Der stille Angriff auf Ihr Geschäftsmodell und Ihre Marke, 2. Auflage, 2018, Springer Gabler, Wiesbaden V. Kumar / Werner Reinartz, Customer Relationship Management: Concept, Strategy, and Tools, 3. Auflage, 2018, Springer, Berlin

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Corporate Finance	DBM 7.8
Modul	Financial Risk & Portfolio Management	DBM 7.8.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ finanzielle Risiken identifizieren, quantifizieren und geeignete Steuerungsstrategien entwickeln. ▪ Portfolios nach Risiko-Rendite-Kriterien aufbauen, überwachen und anpassen. ▪ Finanzinstrumente und Hedging-Methoden gezielt zur Risikominimierung und Performanceoptimierung einsetzen.
Inhalte	Das Modul <i>Financial Risk & Portfolio Management</i> vermittelt den Studierenden die theoretischen Grundlagen und praktischen Methoden zur Identifikation, Bewertung und Steuerung finanzieller Risiken. Es behandelt zentrale Konzepte der Portfoliotheorie, Risikomessung und Diversifikation sowie die Anwendung moderner Finanzinstrumente zur Absicherung und Optimierung von Investments. Die Studierenden lernen, wie Risiko- und Renditeaspekte in Einklang gebracht werden, um stabile und effiziente Portfolios zu gestalten. Darüber hinaus werden aktuelle Themen wie Nachhaltigkeitskriterien (ESG), Behavioral Finance und digitale Analysetools im Risikomanagement integriert. Die Inhalte umfassen Grundlagen des Risikomanagements, Value-at-Risk-Mo-

	delle, Portfoliotheorie und Diversifikationsstrategien, Derivate und Hedging-Instrumente, Performance-Messung, Risikoreporting sowie Fallstudien zur Portfoliooptimierung.
Literatur	Pflichtlektüre: keine John C. Hull, Risk Management and Financial Institutions, 6. Auflage, 2023, Wiley, Hoboken Zvi Bodie / Alex Kane / Alan J. Marcus, Investments, 12. Auflage, 2021, McGraw-Hill Education, New York Frank Fabozzi / Dessislava Pachamanova, Portfolio Construction and Analytics, 2. Auflage, 2021, Wiley, Hoboken Robert C. Merton / Zvi Bodie, Financial Economics, 2. Auflage, 2020, Pearson Education, Harlow

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Corporate Finance	DBM 7.8
Modul	Mergers & Acquisitions (M&A) Strategies	DBM 7.8.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ M&A-Strategien konzipieren und den gesamten Transaktionsprozess professionell begleiten. ▪ Unternehmensbewertungen und Synergieanalysen durchführen und kritisch bewerten. ▪ Post-Merger-Integrationsprozesse planen, steuern und auf Erfolgsfaktoren prüfen.
Inhalte	Das Modul <i>Mergers & Acquisitions (M&A) Strategies</i> behandelt die strategische, finanzielle und rechtliche Gestaltung von Unternehmenszusammenschlüssen, Übernahmen und Beteiligungen. Die Studierenden lernen, wie M&A-Transaktionen vorbereitet, bewertet und erfolgreich umgesetzt werden. Dabei werden alle Phasen des M&A-Prozesses – von der strategischen Zieldefinition über die Unternehmensbewertung bis hin zur Integration nach dem Zusammenschluss – praxisnah vermittelt. Ein besonderes Augenmerk liegt auf Synergieeffekten, Finanzierungsstrukturen und den Herausforderungen der Post-Merger-Integration. Darüber hinaus werden rechtliche und ethische Aspekte, insbesondere im internationalen Kontext, berücksichtigt. Die Inhalte umfassen Grundlagen des M&A-Managements, Due Diligence, Unternehmensbewertung und Deal-

	Strukturierung, Finanzierung von M&A-Transaktionen, Integrationsmanagement, rechtliche Rahmenbedingungen und Fallstudien erfolgreicher sowie gescheiterter M&A-Projekte.
Literatur	Pflichtlektüre: keine David Harding / Sam Rovit, Mastering the Merger: Four Critical Decisions That Make or Break the Deal, 2. Auflage, 2019, Harvard Business Review Press, Boston Christoph Kaserer / Thomas M. Schneider (Hrsg.), Mergers & Acquisitions: Grundlagen, Strategien und Integrationserfolg, 3. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden Stanley Foster Reed / Alexandra Reed Lajoux / H. Peter Nesvold, The Art of M&A: A Merger Acquisition Buyout Guide, 5. Auflage, 2019, McGraw-Hill Education, New York Richard Schoenberg, Mergers and Acquisitions: Managing Culture and Human Resources, 2. Auflage, 2021, Routledge, London

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Corporate Finance	DBM 7.8
Modul	Corporate Valuation & Investment Strategies	DBM 7.8.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Unternehmen und Investitionsprojekte mithilfe anerkannter Bewertungsmethoden fundiert analysieren. ▪ Investitionsentscheidungen strategisch planen und deren Risiko-Rendite-Profil bewerten. ▪ Bewertungsansätze auf nachhaltige und digitale Geschäftsmodelle anwenden.
Inhalte	Das Modul <i>Corporate Valuation & Investment Strategies</i> vermittelt den Studierenden fundierte Kenntnisse in der Bewertung von Unternehmen, Investitionsprojekten und Finanzinstrumenten. Im Fokus stehen Bewertungsverfahren, die zur strategischen Entscheidungsfindung im Corporate-Finance-Kontext eingesetzt werden. Die Studierenden lernen, finanzielle Kennzahlen zu interpretieren, Kapitalstrukturen zu analysieren und Investitionsentscheidungen auf Basis quantitativer und qualitativer Faktoren zu treffen. Neben klassischen Bewertungsmodellen wie dem Discounted-Cashflow-Ansatz werden auch moderne Verfahren wie Real Options, Multiples und ESG-basierte Bewertungsansätze behandelt. Das Modul legt zudem Wert auf die Entwicklung strategischer

	Investmentkonzepte und deren Einbettung in langfristige Unternehmensziele. Die Inhalte umfassen Grundlagen der Unternehmensbewertung, Kapitalwert- und Renditemodelle, Risikoanalyse und Sensitivitätsrechnung, strategische Investitionsplanung, nachhaltige Investitionsstrategien sowie Fallstudien zur praktischen Anwendung von Bewertungsverfahren.
Hinweis	Pflichtlektüre: keine Aswath Damodaran, Investment Valuation: Tools and Techniques for Determining the Value of Any Asset, 4. Auflage, 2023, Wiley, Hoboken Pablo Fernández, Valuation and Common Sense, 7. Auflage, 2022, Academic Press, London Thomas Plenborg / Per Nikolaj Bukh, Financial Statement Analysis and Valuation, 3. Auflage, 2021, Routledge, London Franck Missonier-Piera, Corporate Finance and Investment: Decisions and Strategies, 2. Auflage, 2020, Routledge, London

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Corporate Finance	DBM 7.8
Modul	Performance Controlling & Financial Analytics	DBM 7.8.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ finanzielle Kennzahlen interpretieren und datenbasierte Steuerungsentscheidungen treffen. ▪ Analytics-Tools für die Performance-Analyse und Prognose im Finanzmanagement anwenden. ▪ Finanzstrategien auf Basis quantitativer Daten entwickeln und kontinuierliche Verbesserungsprozesse initiieren.
Inhalte	Das Modul <i>Performance Controlling & Financial Analytics</i> vermittelt den Studierenden vertiefte Kenntnisse in der finanziellen Steuerung und datenbasierten Analyse von Unternehmensleistungen. Es kombiniert klassische Controlling-Methoden mit modernen Ansätzen der Finanzanalyse und Data Analytics. Im Mittelpunkt steht die Nutzung digitaler Technologien und analytischer Werkzeuge, um Unternehmensprozesse zu überwachen, Abweichungen zu erkennen und fundierte Managemententscheidungen zu treffen. Die Studierenden lernen, Kennzahlensysteme zu entwickeln, Dashboards zu interpretieren und komplexe finanzielle Zusammenhänge transparent darzustellen. Dabei wird ein besonderer Fokus auf die Integration von KI-gestützten Analysetools und

	Predictive Analytics gelegt, um die Zukunftsfähigkeit finanzieller Steuerungsinstrumente zu fördern. Die Inhalte umfassen Controlling-Grundlagen und Performance-Messung, Kosten- und Ergebnisrechnung, KPI-Entwicklung, Data Analytics im Finanzmanagement, Forecasting-Methoden, Reporting-Systeme sowie Fallstudien zur digitalen Transformation im Controlling.
Hinweis	Pflichtlektüre: keine Horváth & Partners, Controlling, 14. Auflage, 2022, Vahlen Verlag, München Thomas Reichmann / Andreas Schäffer, Controlling mit Kennzahlen, 10. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden Gary Cokins, Performance Management: Integrating Strategy Execution, Methodologies, Risk, and Analytics, 2. Auflage, 2017, Wiley, Hoboken Peter Horváth / Ronald Gleich / Thomas Reichmann (Hrsg.), Controlling. Grundlagen und Praxis einer ergebnisorientierten Unternehmenssteuerung, 15. Auflage, 2023, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Corporate Finance	DBM 7.8
Modul	Sustainable Finance & ESG Controlling	DBM 7.8.5

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ ESG-Kriterien in Finanzierungs-, Investitions- und Controllingentscheidungen integrieren. ▪ Nachhaltigkeitsleistungen analysieren, bewerten und im Reporting transparent darstellen. ▪ Strategien entwickeln, um Sustainable-Finance-Prinzipien als Werttreiber im Unternehmen zu verankern.
Inhalte	Das Modul <i>Sustainable Finance & ESG Controlling</i> widmet sich der Integration ökologischer, sozialer und governancebezogener (ESG) Faktoren in das Finanz- und Controlling-Management von Unternehmen. Die Studierenden lernen, wie Nachhaltigkeitsaspekte in Investitionsentscheidungen, Finanzstrategien und Berichterstattung einfließen und welche regulatorischen Rahmenbedingungen – wie die EU-Taxonomie oder die CSRD – zu berücksichtigen sind. Das Modul zeigt, wie ESG-Kriterien nicht nur als Compliance-Anforderung, sondern als strategischer Wettbewerbsvorteil genutzt werden können. Darüber hinaus werden Methoden zur Messung, Bewertung und Steuerung nachhaltiger Unternehmensleistungen vermittelt. Die Inhalte umfassen Grundla-

	gen nachhaltiger Finanzwirtschaft, ESG-Ratings und Kennzahlen, nachhaltige Investitionsstrategien, Risikomanagement unter ESG-Aspekten, Nachhaltigkeitsberichterstattung, Regulatorik und Governance sowie Fallstudien aus der Unternehmenspraxis.
Hinweis	Pflichtlektüre: keine Timo Busch / Gunnar Friede / Laura Starks (Hrsg.), Sustainable Finance and ESG Investing, 1. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden Alexander Bassen / Gunnar Friede / Thomas Zeller, Sustainable Finance. Grundlagen, Konzepte, Fallbeispiele, 2. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden Andreas Hoepner / Ivo Mulder / Matthias Klein (Hrsg.), Sustainable Finance and Investment, 2. Auflage, 2021, Routledge, London Dirk Ulrich Gilbert / Stefan Schaltegger / Holger Hoffmann (Hrsg.), Nachhaltigkeitscontrolling. Konzepte, Instrumente und Praxisbeispiele, 3. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Leadership & HR Management	DBM 7.9
Modul	Emotional Intelligence & Executive Coaching	DBM 7.9.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können - emotionale Intelligenz gezielt einsetzen, um Führungssituationen empathisch und wirkungsvoll zu gestalten. - Coaching-Ansätze in der Mitarbeiterführung und -entwicklung professionell anwenden. - emotionale Dynamiken in Teams erkennen, steuern und in positive Energie umwandeln.
Inhalte	Das Modul <i>Emotional Intelligence & Executive Coaching</i> vermittelt den Studierenden vertiefte Kompetenzen in emotionaler Selbstwahrnehmung, Empathie und zwischenmenschlicher Kommunikation als Grundlage moderner Führung. Es zeigt, wie emotionale Intelligenz (EI) zu wirksamer Teamführung, Konfliktlösung und Mitarbeiterentwicklung beiträgt. Ein zentraler Bestandteil ist die Anwendung von Coaching-Methoden im Führungsalltag, um Motivation, Leistungsfähigkeit und persönliches Wachstum von Mitarbeitenden zu fördern. Die Studierenden lernen, individuelle Coaching-Gespräche zu führen, Entwicklungsprozesse zu begleiten und emotionale Dynamiken im Team konstruktiv zu gestalten. Die Inhalte umfassen Grundlagen der emotionalen Intelligenz, Führung und Persönlichkeit, Coaching-Methoden und -Modelle, Kommunikation und

	Feedbackkultur, Selbstreflexion und Achtsamkeit in der Führung sowie praxisorientierte Coaching-Übungen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Daniel Goleman, Emotionale Intelligenz. Warum sie mehr zählt als der IQ, 8. Auflage, 2021, dtv Verlag, München Richard Boyatzis / Annie McKee / Daniel Goleman, Primal Leadership: Unleashing the Power of Emotional Intelligence, 2. Auflage, 2019, Harvard Business Review Press, Boston Siegrun Brinkmann / Axel Klimek, Coaching in der Praxis. Methoden, Werkzeuge und Wirkfaktoren, 3. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden Kirsten Dierolf, Systemisches Coaching in der Praxis. Modelle, Methoden und Interventionen, 2. Auflage, 2022, Beltz Verlag, Weinheim

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Leadership & HR Management	DBM 7.9
Modul	Cross-Cultural Leadership	DBM 7.9.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ kulturelle Unterschiede in Führungs- und Kommunikationsstilen erkennen und konstruktiv überbrücken. ▪ interkulturelle Teams effektiv führen und eine inklusive, vertrauensvolle Arbeitsatmosphäre schaffen. ▪ globale Führungsstrategien entwickeln, die kulturelle Vielfalt als Erfolgsfaktor nutzen.
Inhalte	Das Modul <i>Cross-Cultural Leadership</i> befasst sich mit den Herausforderungen und Erfolgsfaktoren internationaler und interkultureller Führung. Es vermittelt den Studierenden das Wissen und die Fähigkeiten, um Teams und Organisationen in globalen, kulturell vielfältigen Kontexten effektiv zu führen. Dabei stehen Unterschiede in Kommunikation, Werteverständnis, Motivation und Entscheidungsverhalten im Mittelpunkt. Die Studierenden lernen, wie kulturelle Intelligenz (CQ) entwickelt und angewendet werden kann, um interkulturelle Zusammenarbeit zu fördern und Missverständnisse zu vermeiden. Zudem werden Strategien zur Führung virtueller, internationaler Teams sowie zur Entwicklung einer inklusiven Unternehmenskultur behandelt. Die Inhalte umfassen Grundlagen interkultureller Kommunikation, Theorien der kulturellen Dimensionen (z.

	B. Hofstede, Trompenaars), Führung in internationalen Kontexten, Diversity- und Inklusionsmanagement, Konfliktlösung in multikulturellen Teams sowie praxisorientierte Fallstudien globaler Unternehmen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Geert Hofstede / Gert Jan Hofstede / Michael Minkov, Cultures and Organizations: Software of the Mind, 4. Auflage, 2021, McGraw-Hill Education, New York Fons Trompenaars / Charles Hampden-Turner, Riding the Waves of Culture: Understanding Diversity in Global Business, 4. Auflage, 2020, Nicholas Brealey Publishing, London Peter B. Smith / Mark F. Peterson / David C. Thomas, The Handbook of Cross-Cultural Management Research, 2. Auflage, 2022, Sage Publications, Thousand Oaks Gerlinde Berger-Bäcker / Michael Dick / Katja Kessel, Interkulturelle Führung. Erfolgreich führen in internationalen Kontexten, 3. Auflage, 2021, Springer Gabler, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Leadership & HR Management	DBM 7.9
Modul	HR Analytics & Workforce Planning	DBM 7.9.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ HR-Analysen durchführen und datenbasierte Strategien zur Personalplanung entwickeln. ▪ Kennzahlen und Prognosemodelle einsetzen, um Personalentscheidungen objektiv zu unterstützen. ▪ Datenkompetenz im HR-Bereich nutzen, um Effizienz, Fairness und strategische Ausrichtung zu fördern.
Inhalte	Das Modul <i>HR Analytics & Workforce Planning</i> vermittelt den Studierenden fundierte Kenntnisse in der datenbasierten Personalplanung und -steuerung. Es zeigt, wie Personalentscheidungen durch analytische Methoden, Kennzahlensysteme und digitale Tools evidenzbasiert getroffen werden können. Im Zentrum steht die Nutzung von HR-Daten zur Optimierung von Rekrutierung, Talentmanagement, Mitarbeiterbindung und Personalentwicklung. Die Studierenden lernen, wie Workforce-Analysen zur strategischen Ausrichtung von Unternehmen beitragen und wie Prognosemodelle helfen, zukünftige Personalbedarfe und Kompetenzen zu planen. Darüber hinaus werden ethische und datenschutzrechtliche Aspekte im Umgang mit HR-Daten beleuchtet. Die Inhalte umfassen Grundlagen der Personal- und Datenanalyse, KPI-Entwicklung im HR-

	Bereich, Predictive Analytics und Workforce-Planning-Modelle, Digitalisierung und Automatisierung im Personalmanagement, ethische Aspekte der HR-Analytik sowie Fallstudien erfolgreicher datengetriebener HR-Strategien.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Jac Fitz-enz / John R. Mattox II, Predictive Analytics for Human Resources, 2. Auflage, 2019, Wiley, Hoboken Klaus Moser / Jürgen Deller / Bernd Marcus, Personalpsychologie, 4. Auflage, 2023, Springer, Berlin Ralf T. Kreutzer / Carolin Fink, Data Driven HR Management. Grundlagen und Praxis der datenbasierten Personalarbeit, 1. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden Gene Pease / Barbara Beresford / Boyce Byerly, Human Capital Analytics: How to Harness the Potential of Your Organization's Greatest Asset, 2014, Wiley, Hoboken

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Leadership & HR Management	DBM 7.9
Modul	Change-Management & Organizational Transformation	DBM 7.9.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Veränderungsprozesse strategisch planen, steuern und nachhaltig implementieren. ▪ Mitarbeitende in Transformationsphasen motivieren, einbinden und durch gezielte Kommunikation unterstützen. ▪ den Einfluss von Organisationskultur und Leadership auf den Erfolg von Change-Projekten reflektieren und gestalten.
Inhalte	Das Modul <i>Change-Management & Organizational Transformation</i> befasst sich mit der Führung und Gestaltung von Veränderungsprozessen aus der Perspektive von Führungskräften und Personalverantwortlichen. Es vermittelt, wie Veränderungen in Organisationen strategisch initiiert, kommunikativ begleitet und nachhaltig verankert werden. Die Studierenden lernen, welche psychologischen, kulturellen und strukturellen Faktoren den Erfolg von Change-Prozessen beeinflussen und wie sie Mitarbeitende in Phasen der Unsicherheit motivieren und einbinden können. Neben klassischen Ansätzen des Change-Managements werden moderne, agile Transformationsmethoden vorgestellt, die eine flexible Anpassung an dynamische Märkte ermöglichen. Die Inhalte um-

	fassen Grundlagen des organisatorischen Wandels, Führungsrollen im Veränderungsprozess, Kommunikation und Motivation im Change, Kulturwandel und Mitarbeiterbeteiligung, agile Transformation sowie Praxisbeispiele erfolgreicher Veränderungsinitiativen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: John P. Kotter, Leading Change, 2. Auflage, 2021, Harvard Business Review Press, Boston Peter M. Senge, Die fünfte Disziplin. Kunst und Praxis der lernenden Organisation, 11. Auflage, 2021, Klett-Cotta Verlag, Stuttgart Sabine Remdisch / Mario Maier (Hrsg.), Digitale Transformation und Führung. Erfolgreich führen im Wandel, 2. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden Klaus Doppler / Christoph Lauterburg, Change-Management. Den Wandel gestalten, 16. Auflage, 2022, Campus Verlag, Frankfurt am Main

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Leadership & HR Management	DBM 7.9
Modul	Strategic HR Management & Employment Law	DBM 7.9.5

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ strategische HR-Konzepte entwickeln und mit den rechtlichen Rahmenbedingungen in Einklang bringen. ▪ arbeitsrechtliche Fragestellungen im Personalmanagement sicher beurteilen und umsetzen. ▪ Personalstrategien gestalten, die wirtschaftliche Effizienz mit Mitarbeiterorientierung und Compliance verbinden.
Inhalte	Das Modul <i>Strategic HR Management & Employment Law</i> verbindet strategisches Personalmanagement mit den rechtlichen Grundlagen des Arbeitsrechts. Es vermittelt den Studierenden ein tiefes Verständnis für die Gestaltung moderner HR-Strategien im Einklang mit arbeitsrechtlichen Rahmenbedingungen. Im Mittelpunkt stehen Fragen der strategischen Personalplanung, Organisationsentwicklung, Vergütungsmodelle, Talentmanagement und Mitarbeiterbindung. Gleichzeitig werden arbeitsrechtliche Themen wie Arbeitsverträge, Mitbestimmung, Kündigungsschutz und Datenschutz behandelt, um rechtliche Sicherheit im Personalmanagement zu gewährleisten. Ziel ist es, die Studierenden zu befähigen, Personalstrategien zu entwickeln, die sowohl den unternehmerischen Anforderungen als auch den Rechten der Beschäftigten gerecht werden. Die

	Inhalte umfassen Grundlagen und Instrumente des strategischen HR-Managements, Arbeitsvertragsrecht, Kollektivarbeitsrecht und Mitbestimmung, Personalstrategie und Organisationsentwicklung, Vergütungs- und Leistungsmanagement sowie rechtliche Aspekte digitaler HR-Prozesse.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Christian Scholz / Joachim Zentes, Personalmanagement. Grundlagen, Strategien, Perspektiven, 8. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden Susan E. Jackson / Randall S. Schuler / Steve Werner, Managing Human Resources, 13. Auflage, 2022, Cengage Learning, Boston Wolfgang Hromadka / Frank Maschmann, Arbeitsrecht, Band 1: Individualarbeitsrecht, 9. Auflage, 2022, C.H. Beck Verlag, München Thomas Sattelberger, Mut zur Macht: Erfolgreiches HR-Management in disruptiven Zeiten, 1. Auflage, 2021, Haufe Verlag, Freiburg

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung International Management	DBM 7.10
Modul	Global Business & Market Entry Strategies	DBM 7.10.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ internationale Märkte strategisch analysieren und geeignete Markteintrittsmodele auswählen. ▪ globale Expansionsstrategien planen, umsetzen und auf kulturelle sowie ökonomische Kontexte abstimmen. ▪ Risiken und Chancen internationaler Geschäftstätigkeit bewerten und Managemententscheidungen fundiert treffen.
Inhalte	Das Modul <i>Global Business & Market Entry Strategies</i> vermittelt den Studierenden fundierte Kenntnisse über die Internationalisierung von Unternehmen und den erfolgreichen Eintritt in neue Märkte. Im Mittelpunkt stehen strategische und operative Entscheidungen, die beim Ausbau internationaler Geschäftsaktivitäten relevant sind. Die Studierenden lernen, Marktanalysen durchzuführen, Markteintrittsstrategien zu entwickeln und kulturelle, wirtschaftliche sowie rechtliche Rahmenbedingungen zu berücksichtigen. Das Modul beleuchtet unterschiedliche Formen des Markteintritts – von Export und Lizenzierung bis zu Joint Ventures und Direktinvestitionen – und zeigt, wie Unternehmen ihre globale Präsenz langfristig ausbauen können. Die Inhalte umfassen Grundlagen des internationalen Managements, Markt- und Wettbewerbsanalysen, Auswahl von

	Markteintrittsstrategien, Standort- und Risikobewertung, interkulturelle und politische Einflussfaktoren sowie Fallstudien erfolgreicher Internationalisierungsstrategien.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Mike W. Peng, Global Business, 6. Auflage, 2023, Cengage Learning, Boston John D. Daniels / Lee H. Radebaugh / Daniel P. Sullivan, International Business: Environments and Operations, 17. Auflage, 2022, Pearson Education, Harlow Klaus Macharzina / Joachim Wolf, Internationale Unternehmensführung, 8. Auflage, 2021, Springer Gabler, Wiesbaden Charles W. L. Hill / G. Tomas M. Hult, International Business: Competing in the Global Marketplace, 13. Auflage, 2023, McGraw-Hill Education, New York

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung International Management	DBM 7.10
Modul	Intercultural Management & Global Leadership	DBM 7.10.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ interkulturelle Unterschiede im Führungs- und Kommunikationsverhalten erkennen und produktiv managen. ▪ globale Teams effektiv führen und eine inklusive, vertrauensvolle Zusammenarbeit fördern. ▪ Strategien für erfolgreiches internationales Leadership entwickeln und auf verschiedene Kulturräume anpassen.
Inhalte	Das Modul <i>Intercultural Management & Global Leadership</i> vermittelt den Studierenden Kompetenzen zur erfolgreichen Führung in interkulturellen und global vernetzten Arbeitsumgebungen. Es zeigt, wie kulturelle Werte, Kommunikationsstile und Führungserwartungen das Management internationaler Teams beeinflussen und wie kulturelle Diversität als Ressource genutzt werden kann. Die Studierenden lernen, wie sie interkulturelle Zusammenarbeit fördern, Konflikte vermeiden und Vertrauen in multikulturellen Organisationen aufbauen. Darüber hinaus werden internationale Leadership-Modelle, ethische Führungsansätze und Strategien zur Entwicklung globaler Führungskompetenzen behandelt. Die Inhalte umfassen Theorien und Modelle interkultureller

	Kommunikation, kulturelle Dimensionen und Werteunterschiede, internationale Führungsstile, Diversity-Management, globale Teamentwicklung und virtuelle Führung sowie Praxisbeispiele internationaler Unternehmen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Mark E. Mendenhall / Joyce S. Osland / Allan Bird / Gary R. Oddou, Global Leadership: Research, Practice, and Development, 4. Auflage, 2022, Routledge, London Manfred Wöhlert / Ulrike Mense-Petermann (Hrsg.), Internationales Management. Theorien, Strategien, Perspektiven, 3. Auflage, 2021, Springer Gabler, Wiesbaden Fons Trompenaars / Charles Hampden-Turner, Riding the Waves of Culture: Understanding Diversity in Global Business, 4. Auflage, 2020, Nicholas Brealey Publishing, London Gerlinde Berger-Bäcker / Michael Dick, Interkulturelles Management und globale Führung, 2. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung International Management	DBM 7.10
Modul	Supply Chain & Global Trade Management	DBM 7.10.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ globale Lieferketten strategisch gestalten, steuern und optimieren. ▪ internationale Handelsregularien, Zollvorschriften und Risikomanagementsysteme anwenden. ▪ Digitalisierung und Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktoren im globalen Supply-Chain-Management einsetzen.
Inhalte	Das Modul <i>Supply Chain & Global Trade Management</i> behandelt die Planung, Steuerung und Optimierung internationaler Lieferketten sowie den rechtlichen und ökonomischen Rahmen des globalen Handels. Es vermittelt den Studierenden ein tiefes Verständnis für die Komplexität globaler Wertschöpfungsnetzwerke und die Herausforderungen grenzüberschreitender Geschäftsprozesse. Im Mittelpunkt stehen strategische Entscheidungen zur Gestaltung internationaler Lieferketten, Zoll- und Handelsregularien, Logistikmanagement sowie Risikomanagement in globalen Märkten. Darüber hinaus werden aktuelle Themen wie digitale Supply Chains, Nachhaltigkeit und geopolitische Einflüsse auf internationale Handelsstrukturen analysiert. Die Inhalte umfassen

	internationale Logistikstrategien, Handelsrecht und Zollverfahren, Risiko- und Compliance-Management, Supply-Chain-Finanzierung, digitale Technologien im globalen Handel sowie Best Practices aus der internationalen Unternehmenspraxis.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: John J. Coyle / Robert A. Novack / Brian Gibson / Edward J. Bardi, Supply Chain Management: A Logistics Perspective, 11. Auflage, 2022, Cengage Learning, Boston Sebastian Kummer / Nils Müller / Marcus Wagner (Hrsg.), Internationale Logistik und Supply Chain Management, 2. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden Mihir A. Desai, Global Value Chains and Trade Policy, 2021, Oxford University Press, Oxford Alan E. Branch, Global Supply Chain Management and International Logistics, 2. Auflage, 2021, Routledge, London

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung International Management	DBM 7.10
Modul	International Finance & Risk Management	DBM 7.10.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ internationale Finanzrisiken analysieren und geeignete Absicherungsstrategien entwickeln. ▪ Finanzierungsentscheidungen in globalen Märkten treffen und bewerten. ▪ Instrumente des Hedgings und der internationalen Kapitalallokation gezielt einsetzen.
Inhalte	Das Modul <i>International Finance & Risk Management</i> vermittelt den Studierenden umfassendes Wissen über internationale Finanzmärkte, Währungsmanagement und Strategien zur Absicherung globaler Risiken. Im Fokus stehen die finanziellen Herausforderungen multinationaler Unternehmen, wie Wechselkurs- und Zinsrisiken, internationale Kapitalbeschaffung und Investitionsentscheidungen. Die Studierenden lernen, wie sie finanzielle Risiken erkennen, bewerten und mit geeigneten Instrumenten managen können, um die Stabilität internationaler Geschäftsaktivitäten zu sichern. Darüber hinaus werden regulatorische Rahmenbedingungen, nachhaltige Finanzierungsansätze und digitale Innovationen im internationalen Finanzwesen behandelt. Die Inhalte umfassen internationale Finanzmärkte und -instrumente, Risikomanagementstrategien, Devisen-

	und Hedging-Konzepte, internationale Investitionsentscheidungen, Finanzierung in globalen Kontexten sowie Fallstudien zu multinationalen Finanzstrategien.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Cheol S. Eun / Bruce G. Resnick, International Financial Management, 9. Auflage, 2021, McGraw-Hill Education, New York Maurice D. Levi, International Finance, 7. Auflage, 2020, Routledge, London Peter S. Rose / Sylvia C. Hudgins, Bank Management & Financial Services, 10. Auflage, 2022, McGraw-Hill Education, New York Christian Büttner / Dirk Schiereck (Hrsg.), Internationales Finanzmanagement, 3. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung International Management	DBM 7.10
Modul	Digital Transformation & Innovation in Global Organizations	DBM 7.10.5

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Strategien zur digitalen Transformation in internationalen Organisationen entwickeln und umsetzen. ▪ digitale Technologien gezielt einsetzen, um Innovationsprozesse und Geschäftsmodelle zu optimieren. ▪ den kulturellen, organisatorischen und ethischen Rahmen globaler Digitalisierungsprojekte reflektieren.
Inhalte	Das Modul <i>Digital Transformation & Innovation in Global Organizations</i> befasst sich mit den strategischen, organisatorischen und technologischen Aspekten der digitalen Transformation in international agierenden Unternehmen. Die Studierenden lernen, wie globale Organisationen digitale Technologien – wie KI, Big Data, Cloud Computing und Automatisierung – nutzen, um Innovationsprozesse zu fördern und ihre Wettbewerbsfähigkeit zu sichern. Im Mittelpunkt steht die Gestaltung digitaler Geschäftsmodelle, die Steuerung globaler Innovationsprojekte sowie das Change-Management in multinationalen Strukturen. Dabei werden auch kulturelle und rechtliche Unterschiede sowie ethische Fragestellungen der Digitalisierung betrachtet. Die Inhalte umfassen Grundlagen und Treiber der digitalen Transformation, internationale Innovationsstrategien, digitale

	Geschäftsmodelle, globale IT- und Datenstrategien, Organisationsentwicklung im digitalen Wandel sowie Best Practices aus globalen Konzernen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: George Westerman / Didier Bonnet / Andrew McAfee, Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation, 2. Auflage, 2021, Harvard Business Review Press, Boston Michael Lewrick / Christian Leifer / Larry Leifer, Design Thinking: Das Handbuch, 3. Auflage, 2022, Vahlen Verlag, München Thomas Hess / Axel Urlichs / Helmut Krcmar (Hrsg.), Digitale Transformation strategisch managen, 2. Auflage, 2021, Springer Gabler, Wiesbaden Satya Nadella, Hit Refresh: The Quest to Rediscover Microsoft's Soul and Imagine a Better Future for Everyone, 2017, Harper Business, New York

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Verhandlungsführung & Mediation	DBM 7.11
Modul	Verhandlungstechniken	DBM 7.11.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Verhandlungen strategisch planen, durchführen und auswerten. ▪ Kommunikations- und Argumentationstechniken gezielt einsetzen, um Win-win-Ergebnisse zu erzielen. ▪ unterschiedliche Verhandlungssituationen, Interessenlagen und kulturelle Dynamiken souverän managen.
Inhalte	Das Modul <i>Verhandlungstechniken</i> vermittelt den Studierenden fundierte Kenntnisse und praktische Fertigkeiten zur erfolgreichen Gestaltung und Durchführung von Verhandlungen in wirtschaftlichen, rechtlichen und organisatorischen Kontexten. Es zeigt, wie strategisches und psychologisches Wissen kombiniert werden kann, um Verhandlungsziele effektiv zu erreichen, ohne dabei die Beziehung zum Verhandlungspartner zu gefährden. Die Studierenden lernen, Verhandlungssituationen zu analysieren, Argumentationsstrategien zu entwickeln und mit unterschiedlichen Kommunikationsstilen professionell umzugehen. Neben klassischen Verhandlungstheorien werden auch moderne Ansätze wie „principled negotiation“ und interkulturelle Verhandlungsmethoden behandelt. Die Inhalte umfassen Grundlagen der Verhandlungspsychologie, Verhandlungsvorbereitung und -strategie, Argumentations- und Kommunikationstechniken,

	Konfliktlösungsansätze, interkulturelle Verhandlungen sowie praktische Rollenspiele und Fallstudien.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Harvard Negotiation Project (Roger Fisher / William Ury / Bruce Patton), Das Harvard-Konzept. Der Klassiker der Verhandlungstechnik, 30. Auflage, 2022, Campus Verlag, Frankfurt am Main Matthias Schraner, Teure Fehler: Verhandlungstechniken für Profis, 2. Auflage, 2020, Campus Verlag, Frankfurt am Main Chris Voss / Tahl Raz, Never Split the Difference: Negotiating As If Your Life Depended On It, 2016, Harper Business, New York Stefanie Heidl / Roman Schmitz, Verhandeln im digitalen Zeitalter. Psychologie, Strategie und Kommunikation, 1. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Verhandlungsführung & Mediation	DBM 7.11
Modul	Konfliktmanagement	DBM 7.11.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Konflikte frühzeitig erkennen, analysieren und lösungsorientiert moderieren. ▪ Konfliktstrategien zielgerichtet einsetzen, um Eskalationen zu vermeiden oder zu bewältigen. ▪ Konfliktmanagement als integralen Bestandteil von Führung und Organisationsentwicklung anwenden.
Inhalte	Das Modul <i>Konfliktmanagement</i> vermittelt den Studierenden theoretische Grundlagen und praktische Methoden zur Analyse, Prävention und Lösung von Konflikten in Organisationen und Verhandlungsprozessen. Es zeigt auf, wie Konflikte entstehen, welche Dynamiken sie annehmen können und wie sie konstruktiv bearbeitet werden, um Beziehungen und Kooperationen zu stärken. Die Studierenden lernen, Konfliktsituationen systematisch zu analysieren, geeignete Interventionsstrategien zu wählen und als neutrale oder moderierende Instanz zu agieren. Neben psychologischen und kommunikativen Ansätzen werden auch organisatorische und rechtliche Rahmenbedingungen beleuchtet. Die Inhalte umfassen Theorien und Modelle der Konfliktentstehung, Eskalationsstufen nach Glasl, Kommunikations- und Deeskalationstechniken, Verhandlungs-

	und Moderationsmethoden, Konfliktprävention in Teams sowie praxisorientierte Fallstudien aus dem Managementalltag.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Friedrich Glasl, Konfliktmanagement. Ein Handbuch für Führungskräfte, Beraterinnen und Berater, 13. Auflage, 2024, Verlag Freies Geistesleben, Stuttgart Christoph Thomann / Christian Prior, Konfliktmanagement. Konflikte erkennen, analysieren, lösen, 5. Auflage, 2021, Rowohlt Verlag, Reinbek bei Hamburg William Ury, Getting Past No: Negotiating in Difficult Situations, 2. Auflage, 2015, Bantam Books, New York Andrea Lienhart, Mediation und Konfliktmanagement in Organisationen, 2. Auflage, 2020, Springer Gabler, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Verhandlungsführung & Mediation	DBM 7.11
Modul	Mediationsverfahren	DBM 7.11.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Mediationsverfahren professionell vorbereiten, strukturieren und durchführen. ▪ Kommunikations- und Interventionstechniken einsetzen, um Verständigung zwischen Konfliktparteien zu ermöglichen. ▪ Konflikte unter Beachtung rechtlicher und ethischer Rahmenbedingungen nachhaltig lösen.
Inhalte	Das Modul <i>Mediationsverfahren</i> führt die Studierenden systematisch in die Grundlagen, Prinzipien und Phasen professioneller Mediation ein. Es vermittelt rechtliche, psychologische und kommunikative Kompetenzen, um als neutrale Vermittler zwischen Konfliktparteien tätig zu werden und nachhaltige Lösungen zu fördern. Die Studierenden lernen, wie Mediationsprozesse strukturiert ablaufen, wie Interessen und Bedürfnisse der Parteien herausgearbeitet werden und wie Win-win-Ergebnisse erzielt werden können. Neben der Theorie werden praxisnahe Übungen und Fallbeispiele eingesetzt, um den methodischen Ablauf der Mediation zu verinnerlichen. Die Inhalte umfassen Grundlagen und Rechtsrahmen der Mediation, Rollenverständnis und Ethik des Mediators, Ab-

	lauf und Phasen eines Mediationsverfahrens, Fragetechniken und Gesprächssteuerung, Emotionen und Dynamiken im Mediationsprozess sowie Dokumentation und Vereinbarungen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Fritjof Haft / Katharina Gräfin von Schlieffen (Hrsg.), Handbuch Mediation, 5. Auflage, 2023, C.H. Beck Verlag, München Thomas Trenczek / Detlev Berning / Christina Lenz / Hans-Dieter Will, Mediation und Konfliktmanagement. Grundlagen, Methoden, Praxis, 3. Auflage, 2022, Nomos Verlag, Baden-Baden Rainer Böhme / Ute Löschnigg, Mediation in der Praxis. Verfahren, Techniken und Anwendungsfelder, 2. Auflage, 2021, Springer Gabler, Wiesbaden Ulla Gläßer / Peter Röthemeyer, Einführung in die Mediation, 3. Auflage, 2020, Nomos Verlag, Baden-Baden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Verhandlungsführung & Mediation	DBM 7.11
Modul	Kommunikation in der Mediation	DBM 7.11.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Kommunikationsprozesse in Mediations- und Konfliktsituationen professionell steuern. ▪ Gesprächstechniken gezielt einsetzen, um gegenseitiges Verständnis und Einigung zu fördern. ▪ Sprache, Körpersprache und Emotionen als Werkzeuge zur Konfliktlösung bewusst einsetzen.
Inhalte	Das Modul <i>Kommunikation in der Mediation</i> widmet sich den kommunikativen Grundlagen, die für den Erfolg von Mediations- und Verhandlungsprozessen entscheidend sind. Es vermittelt den Studierenden die Fähigkeit, Kommunikationsprozesse gezielt zu gestalten, Missverständnisse zu vermeiden und eine vertrauensvolle Gesprächsatmosphäre zu schaffen. Im Mittelpunkt stehen aktives Zuhören, Fragetechniken, nonverbale Kommunikation und der Umgang mit Emotionen. Darüber hinaus lernen die Studierenden, wie Sprache und Rhetorik zur Deeskalation beitragen und wie Mediatoren Kommunikationsbarrieren zwischen Konfliktparteien abbauen können. Die Inhalte umfassen Kommunikationsmodelle (z. B. Schulz von Thun, Watzlawick), aktives Zuhören

	und paraphrasierendes Spiegeln, Körpersprache und nonverbale Signale, Fragetechniken in der Mediation, sprachliche Neutralität und Konfliktsprache, Emotionen und Empathie in Gesprächen sowie praktische Kommunikationsübungen und Rollenspiele.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Friedemann Schulz von Thun, Miteinander reden 1–3. Störungen und Klärungen, 2018, Rowohlt Verlag, Reinbek bei Hamburg Marshall B. Rosenberg, Gewaltfreie Kommunikation. Eine Sprache des Lebens, 14. Auflage, 2021, Junfermann Verlag, Paderborn Hartmut Rosa / Armin Nassehi (Hrsg.), Resonanz und Kommunikation. Sozialphilosophische Perspektiven, 1. Auflage, 2020, Suhrkamp Verlag, Berlin Andrea Lienhart, Kommunikation und Gesprächsführung in der Mediation, 1. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Verhandlungsführung & Mediation	DBM 7.11
Modul	Rahmenbedingungen der Mediation	DBM 7.11.5

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ rechtliche und ethische Rahmenbedingungen von Mediationsverfahren sicher anwenden. ▪ Mediationen organisatorisch und methodisch professionell gestalten. ▪ Qualitäts- und Verfahrensstandards in unterschiedlichen Mediationskontexten gewährleisten.
Inhalte	Das Modul <i>Rahmenbedingungen der Mediation</i> vermittelt den Studierenden ein vertieftes Verständnis der rechtlichen, ethischen und organisatorischen Grundlagen, unter denen Mediationsverfahren durchgeführt werden. Es zeigt, wie Mediation als anerkannte Form der außergerichtlichen Konfliktlösung in den gesellschaftlichen und juristischen Kontext eingebettet ist. Die Studierenden lernen, welche gesetzlichen Bestimmungen (z. B. Mediationsgesetz, Datenschutz, Schweigepflicht) relevant sind, welche Anforderungen an Mediatorinnen und Mediatoren bestehen und wie Qualitätssicherung in Mediationsprozessen gewährleistet wird. Darüber hinaus werden institutionelle und organisatorische Rahmenbedingungen für die Durchführung von Mediationen im wirtschaftlichen, familiären und öffentlichen Umfeld behandelt. Die Inhalte umfassen rechtliche Grundlagen der Mediation, das Mediationsgesetz und seine Anwendung, Datenschutz

	und Vertraulichkeit, ethische Standards und Berufsethik, Qualitätsmanagement in Mediationsverfahren, organisatorische Voraussetzungen sowie Praxisbeispiele aus verschiedenen Mediationsfeldern.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Reiner Röhl / Ulrike Rothe (Hrsg.), Mediationsgesetz: Kommentar, 3. Auflage, 2022, C.H. Beck Verlag, München Ulla Gläßer, Rechtliche Rahmenbedingungen der Mediation in Deutschland und Europa, 2. Auflage, 2020, Nomos Verlag, Baden-Baden Sabine Walsh / Michael D. Lang / Jennifer Beer (Hrsg.), The Mediator's Handbook, 5. Auflage, 2021, New Society Publishers, Gabriola Island Fritjof Haft / Katharina Gräfin von Schlieffen (Hrsg.), Handbuch Mediation, 5. Auflage, 2023, C.H. Beck Verlag, München

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Compliance	DBM 7.12
Modul	Anti-Korruption	DBM 7.12.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Korruptionsrisiken im Unternehmenskontext identifizieren und geeignete Gegenmaßnahmen entwickeln. ▪ nationale und internationale Antikorruptionsrichtlinien rechtssicher anwenden. ▪ Compliance-Strategien und Präventionssysteme implementieren, um Integrität und Transparenz zu fördern.
Inhalte	Das Modul <i>Anti-Korruption</i> vermittelt den Studierenden ein fundiertes Verständnis für Korruptionsrisiken im nationalen und internationalen Unternehmenskontext sowie für die Strategien zu deren Prävention und Bekämpfung. Es behandelt rechtliche Grundlagen, Compliance-Strukturen und ethische Leitlinien, die Unternehmen implementieren müssen, um Integrität und Transparenz zu gewährleisten. Die Studierenden lernen, wie Korruptionsdelikte erkannt, untersucht und durch präventive Maßnahmen vermieden werden können. Darüber hinaus werden internationale Standards, wie der UK Bribery Act oder der Foreign Corrupt Practices Act (FCPA), vorgestellt. Die Inhalte umfassen rechtliche Grundlagen der Korruptionsbekämpfung, nationale und internationale An-

	tikorrptionsgesetze, Risikomanagement und Kontrollsysteme, Aufbau von Compliance-Programmen, Whistleblowing-Mechanismen sowie Fallstudien zu Korruptionsfällen und deren Aufarbeitung.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Transparency International (Hrsg.), Global Corruption Report 2022/23: Corruption and the Private Sector, 2023, Routledge, London Florian Wettstein / Andreas Georg Scherer, Corporate Responsibility and Corruption: Ethical and Governance Challenges, 2. Auflage, 2021, Edward Elgar Publishing, Cheltenham Mark Pieth, Korruptionsprävention und Compliance. Rechtliche Grundlagen und praktische Ansätze, 3. Auflage, 2022, Nomos Verlag, Baden-Baden Tina Søreide / Aled Williams (Hrsg.), Corruption, Natural Resources and Development: From Resource Curse to Political Ecology, 2. Auflage, 2021, Edward Elgar Publishing, Cheltenham

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Compliance	DBM 7.12
Modul	IFRS / GAAP	DBM 7.12.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ IFRS- und GAAP-Regelungen interpretieren und sicher auf Finanzberichte anwenden. ▪ Unterschiede und Gemeinsamkeiten internationaler Rechnungslegungsstandards systematisch bewerten. ▪ Finanzberichterstattung rechtssicher gestalten und deren Aussagekraft kritisch analysieren.
Inhalte	Das Modul <i>IFRS / GAAP</i> vermittelt den Studierenden vertiefte Kenntnisse der internationalen und nationalen Rechnungslegungssysteme – insbesondere der International Financial Reporting Standards (IFRS) und der Generally Accepted Accounting Principles (GAAP). Im Mittelpunkt steht der Vergleich beider Systeme sowie deren praktische Anwendung im Unternehmenskontext. Die Studierenden lernen, wie Finanzberichte erstellt, analysiert und nach internationalen Standards harmonisiert werden. Zudem werden regulatorische Entwicklungen, Transparenzanforderungen und ethische Aspekte der Finanzberichterstattung behandelt. Durch praxisnahe Beispiele und Fallstudien werden Unterschiede in Bilanzierung, Bewertung und Offenlegung greifbar gemacht. Die Inhalte umfassen Grundlagen und Zielsetzung internationaler Rechnungslegung,

	Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze nach IFRS und GAAP, Konsolidierung, Fair-Value-Bewertung, Finanzinstrumente, Offenlegungspflichten, Vergleichsanalyse beider Systeme sowie aktuelle Entwicklungen im Reporting.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Alfred Wagenhofer / Karlheinz Küting / Claus-Peter Weber, Internationale Rechnungslegung nach IFRS, 10. Auflage, 2023, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart Jerry J. Weygandt / Paul D. Kimmel / Donald E. Kieso, Financial Accounting: IFRS Edition, 5. Auflage, 2022, Wiley, Hoboken David Alexander / Anne Britton / Ann Jorissen, International Financial Reporting and Analysis, 8. Auflage, 2021, Cengage Learning, Boston Jörg Baetge / Hans-Jürgen Kirsch / Stefan Thiele, Bilanzen, 15. Auflage, 2022, IDW Verlag, Düsseldorf- und Übernahmegesetz. Fachmedien Otto Schmidt KG, 4. Auflage, 2024

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Compliance	DBM 7.12
Modul	Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (AGG)	DBM 7.12.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ die Bestimmungen des AGG sicher anwenden und deren Bedeutung für Unternehmensprozesse verstehen. ▪ Maßnahmen zur Förderung von Gleichbehandlung und Diversity in Organisationen entwickeln. ▪ Diskriminierungsrisiken erkennen, vorbeugen und rechtlich sowie organisatorisch adressieren.
Inhalte	Das Modul <i>Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (AGG)</i> vermittelt den Studierenden ein umfassendes Verständnis der rechtlichen Grundlagen und praktischen Umsetzung von Antidiskriminierungs- und Gleichbehandlungsregelungen im Arbeits- und Wirtschaftsleben. Es zeigt auf, wie Unternehmen Diskriminierung aufgrund von Geschlecht, Alter, ethnischer Herkunft, Religion, Behinderung oder sexueller Identität vermeiden und eine inklusive Unternehmenskultur fördern können. Neben der Analyse rechtlicher Rahmenbedingungen werden auch Präventionsmaßnahmen, interne Beschwerdestrukturen und Compliance-Strategien behandelt, die zur Sicherstellung von Gleichbehandlung beitragen. Die Inhalte umfassen Grundlagen und Zielsetzung des AGG,

	rechtliche Definitionen und Diskriminierungstatbestände, Rechte und Pflichten von Arbeitgebern und Arbeitnehmern, Verfahren bei Verstößen, Gestaltung diskriminierungsfreier Personalprozesse sowie Best Practices für Diversity- und Inclusion-Management.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Erika Kovács / Susanne Burri / Mark Bell (Hrsg.), European Equality Law Review: Developments and Perspectives, 2023, Publications Office of the European Union, Luxemburg Martin Franzen / Thomas Gallner / Wolfgang Däubler, Kommentar zum Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG), 6. Auflage, 2022, C.H. Beck Verlag, München Dieter Hölzle / Anja Mengel, Antidiskriminierungsrecht und Diversity Management, 2. Auflage, 2021, Springer Gabler, Wiesbaden Heike Wiese / Peter Schaar, Diversity und Gleichbehandlung im Arbeitsleben. Rechtliche und gesellschaftliche Aspekte, 1. Auflage, 2023, Nomos Verlag, Baden-Baden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Compliance	DBM 7.12
Modul	Datenschutz	DBM 7.12.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Datenschutzkonzepte rechtssicher gestalten und in Unternehmensprozesse integrieren. ▪ Risiken im Umgang mit personenbezogenen Daten erkennen und präventiv minimieren. ▪ Datenschutzerfordernungen in digitalen und KI-basierten Geschäftsmodellen umsetzen.
Inhalte	Das Modul <i>Datenschutz</i> vermittelt den Studierenden ein fundiertes Verständnis der rechtlichen, technischen und organisatorischen Anforderungen an den Schutz personenbezogener Daten im Unternehmenskontext. Es behandelt zentrale Regelwerke wie die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) sowie internationale Standards. Die Studierenden lernen, wie Datenschutzkonzepte entwickelt, implementiert und kontrolliert werden, um Compliance, Datensicherheit und Vertrauen zu gewährleisten. Neben rechtlichen Grundlagen werden auch praktische Aspekte wie Datenschutz-Folgenabschätzung, Datenmanagement, Mitarbeiteraufklärung und IT-Sicherheit behandelt. Das Modul legt besonderen Wert auf die

	Schnittstellen zwischen Datenschutz, Digitalisierung und Künstlicher Intelligenz. Die Inhalte umfassen Grundlagen des Datenschutzrechts, Rechte und Pflichten nach DSGVO/BDSG, Einwilligung und Datennutzung, Datenschutzmanagementsysteme, technische und organisatorische Maßnahmen, Data Governance, Datenschutz in KI- und Cloud-Anwendungen sowie Praxisbeispiele aus der Unternehmenspraxis.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Peter Gola / Rudolf Schomerus / Heinrich Wolff (Hrsg.), Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) – Kommentar, 3. Auflage, 2023, C.H. Beck Verlag, München Alexander Roßnagel (Hrsg.), Handbuch Datenschutzrecht. Die neuen Grundlagen des Datenschutzrechts in Deutschland und Europa, 3. Auflage, 2022, Nomos Verlag, Baden-Baden Eugen Ehmann / Martin Selmayr, Datenschutz-Grundverordnung. Kommentar, 3. Auflage, 2022, C.H. Beck Verlag, München Jürgen Kühling / Benedikt Buchner (Hrsg.), DS-GVO / BDSG Kommentar, 4. Auflage, 2023, C.H. Beck Verlag, München

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Compliance	DBM 7.12
Modul	Urheberrecht	DBM 7.12.5

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ urheberrechtliche Fragestellungen in digitalen und analogen Kontexten rechtssicher beurteilen. ▪ Lizenz- und Nutzungsvereinbarungen gestalten und prüfen. ▪ Strategien zum Schutz und zur rechtmäßigen Nutzung geistigen Eigentums in Unternehmen entwickeln.
Inhalte	Das Modul <i>Urheberrecht</i> vermittelt den Studierenden ein grundlegendes und praxisnahes Verständnis des Schutzes geistigen Eigentums im digitalen Zeitalter. Es zeigt, wie kreative Werke – etwa Texte, Software, Musik, Bilder oder Designs – rechtlich geschützt und wirtschaftlich verwertet werden können. Die Studierenden lernen, wie Urheberrechte entstehen, übertragen und durchgesetzt werden, und welche Bedeutung Lizenzverträge, Nutzungsrechte und Schrankenregelungen im unternehmerischen Alltag haben. Ein besonderer Fokus liegt auf urheberrechtlichen Fragestellungen im Zusammenhang mit Digitalisierung, Social Media, KI-generierten Inhalten und Open-Source-Software. Die Inhalte umfassen Grundlagen und Schutzvoraussetzungen des Urheberrechts, Rechte und Pflichten von Urhebern und Nutzern, Lizenzierung und Vertragsgestaltung, Urheberpersönlichkeitsrechte, Schranken des Urheberrechts (z. B. Zitatrecht),

	digitale Rechteverwaltung, Urheberrecht in der KI- und Plattformökonomie sowie aktuelle Rechtsprechung.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Gerhard Schricker / Ulrich Loewenheim (Hrsg.), Urheberrecht. Kommentar, 7. Auflage, 2022, C.H. Beck Verlag, München Thomas Dreier / Gernot Schulze (Hrsg.), Urheberrechtsgesetz. Kommentar, 7. Auflage, 2022, C.H. Beck Verlag, München Reto M. Hilty / Valentina Moscon / Thomas Jaeger (Hrsg.), Intellectual Property and Digitalization, 1. Auflage, 2021, Springer, Cham Jan Bernd Nordemann / Axel Nordemann / Christian Czychowski, Fromm/Nordemann – Urheberrecht, 13. Auflage, 2021, Kohlhammer Verlag, Stuttgart

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftsrecht	DBM 7.13
Modul	Recht für Manager:innen	DBM 7.13.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ rechtliche Risiken in unternehmerischen Entscheidungsprozessen erkennen und minimieren. ▪ Verträge und rechtliche Vereinbarungen sicher prüfen, verhandeln und gestalten. ▪ die rechtlichen Verantwortlichkeiten und Haftungsrisiken von Führungskräften kompetent einschätzen.
Inhalte	Das Modul <i>Recht für Manager</i> vermittelt den Studierenden grundlegende juristische Kenntnisse, die für Führungs- und Entscheidungsaufgaben in Unternehmen unerlässlich sind. Es bietet einen praxisorientierten Überblick über zentrale Rechtsgebiete wie Vertragsrecht, Haftungsrecht, Arbeitsrecht und Unternehmensrecht. Ziel ist es, rechtliche Risiken in Managemententscheidungen zu erkennen, zu bewerten und zu vermeiden. Die Studierenden lernen, wie rechtliche Rahmenbedingungen unternehmerisches Handeln beeinflussen und wie sie rechtssichere Entscheidungen treffen und Verträge gestalten können. Darüber hinaus wird auf ethische und haftungsrechtliche Verantwortlichkeiten von Führungskräften eingegangen. Die Inhalte umfassen Grundlagen des Wirtschaftsrechts, Vertragsgestaltung und Vertragsmanagement, Haftungsrecht und

	Compliance, Arbeits- und Gesellschaftsrecht, Rechte und Pflichten von Geschäftsführern und Vorständen sowie Praxisbeispiele juristisch relevanter Managemententscheidungen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Rolf A. Schütze / Hans-Joachim Mertens, Wirtschaftsrecht, 9. Auflage, 2021, C.H. Beck Verlag, München Dirk Looschelders / Thomas Raiser, Recht für Führungskräfte. Unternehmensrecht in der Praxis, 3. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden Klaus J. Hopt / Mathias Habersack / Peter Ulmer, Gesellschaftsrecht, 6. Auflage, 2022, C.H. Beck Verlag, München Andreas Pinkwart / Klaus Lüderssen, Management und Recht. Grundlagen für Unternehmer und Führungskräfte, 2. Auflage, 2020, Campus Verlag, Frankfurt am Main

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftsrecht	DBM 7.13
Modul	Handels- und Gesellschaftsrecht	DBM 7.13.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Handels- und gesellschaftsrechtliche Fragestellungen rechtssicher beurteilen und anwenden. ▪ Unternehmensstrukturen rechtlich fundiert gestalten und Entscheidungen in Gründung, Führung oder Umwandlung begleiten. ▪ rechtliche Risiken in Geschäftsbeziehungen, Verträgen und Gesellschafterverhältnissen erkennen und minimieren.
Inhalte	Das Modul <i>Handels- und Gesellschaftsrecht</i> vermittelt den Studierenden fundierte Kenntnisse der rechtlichen Grundlagen unternehmerischer Tätigkeit. Es behandelt die zentralen Rechtsformen von Unternehmen, deren Gründung, Organisation und Haftungsverhältnisse sowie die Rechte und Pflichten von Geschäftsführern, Gesellschaftern und Aktionären. Im Bereich des Handelsrechts werden Themen wie Handelsgeschäfte, Handelsvertreterrecht und Unternehmensübertragungen praxisorientiert vertieft. Ziel des Moduls ist es, ein Verständnis für rechtssichere Unternehmensstrukturen und Transaktionen zu schaffen und die Studierenden in die Lage zu versetzen, unternehmerische Entscheidungen auf eine solide rechtliche Basis zu stellen. Die Inhalte

	umfassen Grundlagen des Handelsrechts, das HGB und seine Anwendung, Gesellschaftsformen (GbR, OHG, GmbH, AG etc.), Haftungsfragen und Vertretungsregelungen, Vertragsgestaltung im Gesellschaftsrecht, Unternehmensnachfolge sowie praxisnahe Fallstudien zu Gründung, Fusion und Umwandlung.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Marcus Lutter / Walter Bayer / Mathias Habersack (Hrsg.), GmbHG: Gesetz betreffend die Gesellschaften mit beschränkter Haftung, 21. Auflage, 2023, C.H. Beck Verlag, München Ulrich Noack / Dirk Verse, Handelsrecht, 4. Auflage, 2022, C.F. Müller Verlag, Heidelberg Jens Koch / Holger Fleischer (Hrsg.), Aktiengesetz Kommentar, 4. Auflage, 2023, C.H. Beck Verlag, München Karsten Schmidt, Handelsrecht. Systematische Darstellung, 8. Auflage, 2021, Heymanns Verlag, Köln

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftsrecht	DBM 7.13
Modul	Unlauterer Wettbewerb	DBM 7.13.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Wettbewerbsrechtliche Fragestellungen rechtssicher beurteilen und anwenden. ▪ Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen unter Beachtung des UWG rechtskonform gestalten. ▪ Risiken unlauterer Geschäftspraktiken erkennen und entsprechende Schutzmaßnahmen entwickeln.
Inhalte	Das Modul <i>Unlauterer Wettbewerb</i> behandelt die rechtlichen Grundlagen des Wettbewerbsrechts und zeigt auf, wie faire Marktbedingungen durch rechtliche Regelungen geschützt werden. Die Studierenden lernen, wie Unternehmen ihre Marketing- und Vertriebsstrategien rechtssicher gestalten und wettbewerbswidriges Verhalten vermeiden können. Im Mittelpunkt steht das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), ergänzt durch europäische Rechtsnormen und aktuelle Rechtsprechung. Zudem werden typische Konfliktfelder wie irreführende Werbung, vergleichende Werbung, Geheimnisschutz, Nachahmungsschutz und Online-Marketing-Praktiken analysiert. Die Inhalte umfassen Grundlagen des Wettbewerbsrechts, Ziele und Anwendungsbereich

	des UWG, unlautere Geschäftspraktiken, Abmahnverfahren und Rechtsfolgen, Werberecht, Schutz von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen, digitale Wettbewerbsformen und praxisnahe Fallstudien zu wettbewerbsrechtlichen Auseinandersetzungen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Helmut Köhler / Joachim Bornkamm / Fabian Feddersen, Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) – Kommentar, 42. Auflage, 2024, C.H. Beck Verlag, München Ingo Brinker / Claudia Sörgel, Wettbewerbsrecht, 3. Auflage, 2022, Nomos Verlag, Baden-Baden Torsten Körber / Stefan Thomas (Hrsg.), Handbuch Wettbewerbsrecht, 2. Auflage, 2023, C.H. Beck Verlag, München Ansgar Ohly / Frauke Henning-Bodewig, European and German Unfair Competition Law, 2. Auflage, 2021, Springer, Cham

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftsrecht	DBM 7.13
Modul	Insolvenzrecht	DBM 7.13.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Insolvenzverfahren rechtlich einordnen und deren wirtschaftliche Auswirkungen analysieren. ▪ Sanierungs- und Restrukturierungsstrategien im rechtlichen Rahmen bewerten. ▪ Risiken und Pflichten für Unternehmen und Geschäftsführung im Insolvenzfall erkennen und rechtssicher handeln.
Inhalte	Das Modul <i>Insolvenzrecht</i> vermittelt den Studierenden ein praxisnahes Verständnis der rechtlichen Grundlagen, Verfahren und Folgen von Unternehmensinsolvenzen. Es behandelt die Voraussetzungen für die Eröffnung eines Insolvenzverfahrens, die Rechte und Pflichten der Beteiligten sowie die unterschiedlichen Formen der Insolvenzabwicklung – von der Liquidation bis zur Sanierung. Ein besonderer Fokus liegt auf Restrukturierungsstrategien, Gläubigerschutz und der Bedeutung von Insolvenzplänen im Rahmen einer Unternehmensfortführung. Zudem werden Schnittstellen zu Arbeitsrecht, Gesellschaftsrecht und Haftungsfragen der Geschäftsführung beleuchtet. Die Inhalte umfassen Grundlagen des Insolvenzrechts, Ablauf und Akteure des Insolvenzverfahrens,

	Insolvenzantragspflicht und Organhaftung, Insolvenzmasse und Gläubigerrechte, Sanierungs- und Restrukturierungsverfahren, Eigenverwaltung und Insolvenzplan, internationale Insolvenzverfahren sowie aktuelle Entwicklungen im Restrukturierungsrecht.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Reinhard Bork, Insolvenzrecht, 11. Auflage, 2023, Mohr Siebeck Verlag, Tübingen Hans-Ulrich Heyer / Georg Bitter / Stephan Madaus (Hrsg.), Insolvenzordnung – Kommentar, 10. Auflage, 2022, C.H. Beck Verlag, München Peter Gottwald (Hrsg.), Insolvenzrechts-Handbuch, 6. Auflage, 2020, C.H. Beck Verlag, München Ulrich Ehricke / Kristof Biehl, Insolvenzrecht, 3. Auflage, 2023, C.H. Beck Verlag, München

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftsrecht	DBM 7.13
Modul	Kreditsicherungsrecht	DBM 7.13.5

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Kreditsicherheiten rechtlich fundiert gestalten und bewerten. ▪ Risiken und Rechtsfolgen von Sicherungsverträgen im Kreditwesen einschätzen. ▪ Kreditverträge und Sicherungsvereinbarungen im Einklang mit wirtschaftlichen und rechtlichen Anforderungen analysieren und optimieren.
Inhalte	Das Modul <i>Kreditsicherungsrecht</i> vermittelt den Studierenden vertiefte Kenntnisse über die rechtlichen Instrumente zur Absicherung von Kreditforderungen im unternehmerischen und privaten Bereich. Es zeigt, wie Sicherheiten – etwa Bürgschaften, Hypotheken, Grundschulden, Pfandrechte oder Sicherungsübereignungen – gestaltet und rechtlich bewertet werden. Die Studierenden lernen, wie Kreditgeber und Kreditnehmer rechtssichere Vereinbarungen treffen und welche gesetzlichen Rahmenbedingungen und Risiken dabei zu beachten sind. Das Modul behandelt sowohl klassische Formen der Kreditsicherung als auch moderne Sicherungsmechanismen im digitalen Finanzwesen. Die Inhalte umfassen Grundlagen der Kreditsicherung, gesetzliche Regelungen im BGB und HGB, dingliche Sicherheiten (z. B. Hypothek, Grundschuld, Pfandrecht), per-

	sönliche Sicherheiten (z. B. Bürgschaft, Schuldbeitritt), Sicherungsabtretung und -über-eignung, Insolvenzauswirkungen auf Sicherheiten sowie Fallbeispiele aus der Kredit-praxis.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Joachim Münch / Klaus Schwab / Walter Zimmermann, Kreditsicherungsrecht, 8. Auf-lage, 2022, C.H. Beck Verlag, München Friedrich Graf von Westphalen, Kreditsicherungsrecht: Kommentar zu Bürgschaft, Ga-rantie, Sicherungsübereignung, Pfandrechten und Grundpfandrechten, 3. Auflage, 2021, Otto Schmidt Verlag, Köln Rolf Serick / Wolfgang Rüßmann, Eigentumsvorbehalt und Sicherungsübereignung, 7. Auflage, 2020, Mohr Siebeck Verlag, Tübingen Helmut Heidinger / Rainer Leible / Matthias Schmidt (Hrsg.), Handels- und Kreditsiche-rungsrecht Kommentar, 4. Auflage, 2023, C.H. Beck Verlag, München

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Unternehmensnachfolge	DBM 7.14
Modul	Strategisches Nachfolgemanagement & Unternehmensbewertung	DBM 7.14.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Unternehmensnachfolgen strategisch planen und strukturieren. ▪ Unternehmen im Rahmen von Übergaben bewerten und geeignete Bewertungsmethoden anwenden. ▪ Nachfolgeprozesse unter Berücksichtigung rechtlicher, steuerlicher und emotionaler Faktoren erfolgreich gestalten.
Inhalte	Das Modul <i>Strategisches Nachfolgemanagement & Unternehmensbewertung</i> vermittelt den Studierenden ein tiefes Verständnis für die komplexen Herausforderungen und strategischen Entscheidungsprozesse im Rahmen der Unternehmensnachfolge. Es zeigt, wie Nachfolgeprozesse frühzeitig geplant, gesteuert und mit finanziellen, rechtlichen und emotionalen Faktoren in Einklang gebracht werden können. Ein besonderer Fokus liegt auf der Bewertung von Unternehmen im Nachfolgekontext, der Berücksichtigung steuerlicher Aspekte und der Entwicklung nachhaltiger Übergabestrategien. Die Studierenden lernen, Nachfolgeprozesse sowohl aus Sicht der Übergebenden als auch der Nachfolgenden zu gestalten und strategische Risiken zu minimieren. Die Inhalte umfassen Grundlagen und Modelle der Unternehmensnachfolge, Bewertungsverfahren

	und Unternehmensbewertung nach Ertrags-, Substanz- und Marktwertmethoden, Finanzierungsoptionen, steuerliche und rechtliche Aspekte, Nachfolgeplanung in Familienunternehmen sowie Praxisbeispiele erfolgreicher Nachfolgelösungen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Claus Steinle / Thomas Stoffel, Unternehmensnachfolge in der Praxis. Planung, Bewertung, Umsetzung, 3. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden Andreas Hack / Sabine Rau, Nachfolge in Familienunternehmen. Herausforderungen, Strategien und Lösungen, 2. Auflage, 2021, Springer Gabler, Wiesbaden Pablo Fernández, Unternehmensbewertung und Wertsteigerung, 7. Auflage, 2022, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart Reinhard Prügl / Florian W. Uhlener (Hrsg.), Familienunternehmen und Nachfolge. Theorie, Empirie und Praxis, 1. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Unternehmensnachfolge	DBM 7.14
Modul	Rechtliche & steuerliche Aspekte der Unternehmensnachfolge	DBM 7.14.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Unternehmensnachfolgen unter Berücksichtigung rechtlicher und steuerlicher Anforderungen gestalten. ▪ Erb-, Gesellschafts- und Steuerrecht in Nachfolgekonzepte integrieren. ▪ Verträge und Übergabemodelle so strukturieren, dass sie wirtschaftlich effizient und rechtlich sicher sind.
Inhalte	Das Modul <i>Rechtliche & steuerliche Aspekte der Unternehmensnachfolge</i> vermittelt den Studierenden ein umfassendes Verständnis der juristischen und steuerlichen Rahmenbedingungen bei der Übergabe von Unternehmen. Es zeigt auf, wie Nachfolgeprozesse rechtssicher gestaltet und steuerlich optimiert werden können, um Vermögenswerte, Arbeitsplätze und Unternehmensstrukturen langfristig zu sichern. Die Studierenden lernen, wie erbrechtliche, gesellschaftsrechtliche und steuerliche Regelungen ineinandergreifen und wie diese in Nachfolgekonzepte integriert werden. Ein besonderer Fokus liegt auf der Gestaltung von Übertragungsverträgen, Schenkungen und Erbfällen sowie auf der Nutzung steuerlicher Gestaltungsspielräume. Die Inhalte umfassen Grundlagen des Erb- und Gesellschaftsrechts, Nachfolge- und Übergabeverträge, Erbschafts- und Schenkungssteuerrecht, steuerliche Bewertungsmethoden, Umstrukturierungen im

	Nachfolgeprozess, internationale Nachfolgeregelungen sowie Fallstudien zu steueroptimierten Nachfolgemodellen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Harald Schaumburg / Dietmar Gosch / Felix Hey, Erbschaftsteuer- und Schenkungssteuerrecht Kommentar, 5. Auflage, 2023, C.H. Beck Verlag, München Hans-Joachim Kanzler / Christoph Wälzholz, Unternehmensnachfolge und Steuerrecht, 4. Auflage, 2022, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart Winfried Schwabe / Andreas Kollmann, Gesellschaftsrechtliche Gestaltung der Unternehmensnachfolge, 2. Auflage, 2021, Nomos Verlag, Baden-Baden Joachim Englisch / Dirk Schreiber (Hrsg.), Steuerplanung und Nachfolgegestaltung, 1. Auflage, 2020, Springer Gabler, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Unternehmensnachfolge	DBM 7.14
Modul	Familienunternehmen & Psychologie der Nachfolge	DBM 7.14.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ psychologische und emotionale Faktoren in Nachfolgeprozessen erkennen und professionell begleiten. ▪ Kommunikations- und Konfliktlösungsstrategien in Familienunternehmen anwenden. ▪ Nachfolgeprozesse so gestalten, dass sie wirtschaftlich tragfähig und zwischenmenschlich harmonisch verlaufen.
Inhalte	Das Modul <i>Familienunternehmen & Psychologie der Nachfolge</i> verbindet betriebswirtschaftliche und psychologische Perspektiven, um den komplexen Prozess der Unternehmensnachfolge in Familienbetrieben ganzheitlich zu verstehen. Es beleuchtet, wie emotionale, zwischenmenschliche und generationsübergreifende Dynamiken den Nachfolgeprozess beeinflussen und wie Konflikte, Machtfragen und Werteunterschiede professionell moderiert werden können. Die Studierenden lernen, Nachfolgeprozesse sensibel zu begleiten, Vertrauen aufzubauen und Kommunikationsstrukturen zu etablieren, die den Übergang erleichtern. Neben der Familien- und Organisationspsychologie werden auch Führungsmodelle, Rollenverständnisse und Nachfolgestrategien the-

	matisiert, die den langfristigen Erfolg sichern. Die Inhalte umfassen Grundlagen der Familienunternehmensführung, psychologische Aspekte der Nachfolge, Generationenwechsel und Rollendynamiken, Kommunikations- und Konfliktmanagement in Familienbetrieben, Nachfolgeplanung und Coaching sowie Fallstudien realer Nachfolgeprozesse.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Sabine Rau, Familienunternehmen. Theoretische und empirische Grundlagen, 3. Auflage, 2021, Springer Gabler, Wiesbaden Claudia Binz Astrachan / Franz W. Kellermanns / Torsten M. Pieper (Hrsg.), The Family Business Handbook: How to Build and Sustain a Successful, Enduring Enterprise, 2021, Palgrave Macmillan, London Peter May, Familienstrategie. Die Kunst, Familienunternehmen erfolgreich zu führen, 3. Auflage, 2022, Campus Verlag, Frankfurt am Main Andreas Hack / Nadine Kammerlander, Psychologie der Unternehmensnachfolge. Erfolgsfaktoren und Konfliktpotenziale, 1. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Unternehmensnachfolge	DBM 7.14
Modul	Finanzierung, M&A und digitale Nachfolgemodelle	DBM 7.14.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Nachfolge- und Übernahmeprozesse strategisch planen und finanzieren. ▪ M&A-Transaktionen im Nachfolgekontext wirtschaftlich, rechtlich und digital bewerten. ▪ innovative und digitale Modelle der Unternehmensnachfolge entwickeln und umsetzen.
Inhalte	Das Modul <i>Finanzierung, M&A und digitale Nachfolgemodelle</i> vermittelt den Studierenden ein tiefes Verständnis für die finanzielle und strategische Gestaltung von Unternehmensnachfolgen unter besonderer Berücksichtigung von Übernahme-, Beteiligungs- und Digitalisierungsmodellen. Es zeigt, wie Nachfolgeprozesse durch Fusionen, Akquisitionen oder Buy-out-Strukturen umgesetzt und finanziert werden können. Darüber hinaus lernen die Studierenden, welche Rolle digitale Plattformen, Crowdfunding und KI-gestützte Bewertungsinstrumente in modernen Nachfolgekonzepten spielen. Der Fokus liegt auf der Verbindung von klassischer Nachfolgeplanung mit innovativen Finanzierungsformen und digitalen Transformationsansätzen. Die Inhalte umfassen Grundlagen der Unternehmensfinanzierung in Nachfolgeprozessen, M&A-Strategien und -Bewer-

	tung, Finanzierungsmodelle (Bank, Private Equity, Venture Capital), digitale Nachfolgeplattformen, rechtliche und steuerliche Aspekte bei M&A-Transaktionen sowie Praxisbeispiele aus der Nachfolgepraxis.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Hans-Ulrich Büchler / Michael Kling / Michael Grote (Hrsg.), Unternehmensfinanzierung. Grundlagen, Strategien und digitale Entwicklungen, 3. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden Thomas Hutzschenreuter / Malte Brettel, Unternehmensnachfolge und M&A. Strategien, Prozesse und Integration, 2. Auflage, 2021, Springer Gabler, Wiesbaden Paul Pignataro, Mergers, Acquisitions, Divestitures, and Other Restructurings: A Practical Guide to Investment Banking and Private Equity, 3. Auflage, 2022, Wiley, Hoboken Michael H. Grote / Peter Witt (Hrsg.), Unternehmensfinanzierung im digitalen Wandel, 1. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Unternehmensnachfolge	DBM 7.14
Modul	Innovations- & Transformationsmanagement in der Nachfolge	DBM 7.14.5

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Nachfolgeprozesse mit Innovations- und Transformationsstrategien verbinden. ▪ Veränderungsprozesse initiieren und steuern, um Unternehmen zukunftsfähig zu gestalten. ▪ Innovationskultur und digitale Kompetenz in der Nachfolgeorganisation verankern.
Inhalte	Das Modul <i>Innovations- & Transformationsmanagement in der Nachfolge</i> befasst sich mit der Weiterentwicklung und Neuausrichtung von Unternehmen im Rahmen von Nachfolgeprozessen. Es zeigt, wie Nachfolgerinnen und Nachfolger Innovationspotenziale erkennen, neue Technologien integrieren und bestehende Strukturen an veränderte Marktbedingungen anpassen können. Im Mittelpunkt steht die Verbindung von Nachfolgeplanung mit strategischem Innovationsmanagement, um den langfristigen Unternehmenserfolg zu sichern. Die Studierenden lernen, wie Transformationsprozesse gestaltet werden, ohne die Identität und Werte des Unternehmens zu gefährden. Dabei spielen auch Change-Management, Digitalisierung und kultureller Wandel zent-

	rale Rollen. Die Inhalte umfassen Grundlagen des Innovations- und Transformationsmanagements, Strategien zur Erneuerung bestehender Geschäftsmodelle, Change-Prozesse in der Nachfolge, Integration neuer Technologien und digitaler Tools, Organisationskultur und Leadership im Wandel sowie Praxisbeispiele erfolgreicher Unternehmensmodernisierungen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Christoph Seckler / Anne-Katrin Neyer / Katharina Hölzle, Innovationsmanagement und Transformation in Familienunternehmen, 1. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden Knut Blind / Dietmar Harhoff / Andrea Schenker-Wicki (Hrsg.), Innovationsmanagement. Strategien, Organisation und Digitalisierung, 3. Auflage, 2021, Springer Gabler, Wiesbaden Jochen Schweitzer / Jan Jonker / Aileen Ionescu-Somers, Sustainable Innovation: Business Transformation in a Circular Economy, 1. Auflage, 2022, Routledge, London Stefan Kühl, Organisationskulturen und Wandel. Dynamiken des organisationalen Lernens, 4. Auflage, 2020, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftspsychologie	DBM 7.15
Modul	Digital Behavioral Design & Nudging Strategies	DBM 7.15.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ psychologische Mechanismen der Entscheidungsfindung verstehen und gezielt in digitale Anwendungen integrieren. ▪ verhaltenssteuernde Designs und Nudging-Strategien konzipieren und evaluieren. ▪ die ethischen und gesellschaftlichen Auswirkungen verhaltenspsychologischer Interventionen kritisch bewerten.
Inhalte	Das Modul <i>Digital Behavioral Design & Nudging Strategies</i> kombiniert psychologische Erkenntnisse des menschlichen Entscheidungsverhaltens mit digitalen Gestaltungsmethoden, um nutzerzentrierte Produkte, Dienstleistungen und Prozesse zu entwickeln. Es vermittelt den Studierenden, wie Verhalten gezielt durch Design, Kommunikation und digitale Interaktion beeinflusst werden kann – etwa durch Anreize, Feedbacksysteme oder visuelle Gestaltung. Dabei werden sowohl ethische als auch ökonomische Implikationen der Verhaltensbeeinflussung in digitalen Umgebungen kritisch reflektiert. Das Modul verknüpft Theorien der Verhaltensökonomie mit praktischen Anwendungen im Marketing, E-Commerce, Public Policy und UX-Design. Die Inhalte umfassen Grundlagen des Behavioral Design, Entscheidungspsychologie und Heuristiken, Nudging-

	Konzepte nach Thaler & Sunstein, digitale Gestaltung und User Experience, A/B-Testing und Verhaltensanalyse, ethische Aspekte der Verhaltenslenkung sowie Praxisbeispiele erfolgreicher Nudging-Strategien.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Richard H. Thaler / Cass R. Sunstein, Nudge: Wie man kluge Entscheidungen anstößt, 3. Auflage, 2022, Ullstein Verlag, Berlin B. J. Fogg, Tiny Habits: Die kleinen Veränderungen, die alles verändern, 2. Auflage, 2021, Fischer Verlag, Frankfurt am Main Samuel Salzer / Torben Emmerling, The Behavioral Design Guide: A Practical Guide for Applying Behavioral Science in Business, 1. Auflage, 2023, Routledge, London Matthias R. Mehl / John M. Nezelek, The Cambridge Handbook of Behavioral Design, 1. Auflage, 2023, Cambridge University Press, Cambridge

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftspsychologie	DBM 7.15
Modul	AI-Driven Consumer Insights & Predictive Psychology	DBM 7.15.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ KI-Methoden und psychologische Modelle kombinieren, um Konsumentenverhalten zu analysieren und vorherzusagen. ▪ datenbasierte Consumer-Insights generieren und in strategische Entscheidungen überführen. ▪ den Einsatz von Predictive Analytics kritisch bewerten und ethisch verantwortungsvoll gestalten.
Inhalte	Das Modul <i>AI-Driven Consumer Insights & Predictive Psychology</i> vermittelt den Studierenden ein tiefes Verständnis für die Verknüpfung von Psychologie, Datenanalyse und Künstlicher Intelligenz zur Vorhersage und Beeinflussung von Konsumentenverhalten. Es zeigt, wie KI-Systeme genutzt werden, um emotionale Reaktionen, Entscheidungsprozesse und Präferenzen von Verbraucherinnen und Verbrauchern zu erkennen und vorauszusagen. Die Studierenden lernen, psychologische Theorien mit datengetriebenen Methoden zu verbinden, um personalisierte Marketingmaßnahmen, Produktempfehlungen und Customer-Experience-Strategien zu entwickeln. Dabei werden sowohl Chancen als auch ethische Herausforderungen der KI-basierten Konsumentenfor-

	schung diskutiert. Die Inhalte umfassen Grundlagen der Predictive Psychology, KI-gestützte Datenanalyse, Emotionserkennung und Sentimentanalyse, Consumer Behavior Modelling, datengetriebene Personalisierung, Datenschutz und Ethik in der Konsumentenanalyse sowie Praxisbeispiele aus Marketing, Handel und Medien.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Bernd Wittenbrink / Klaus Fiedler / Norbert Schwarz (Hrsg.), Predictive Psychology: Vorhersage menschlichen Verhaltens im digitalen Zeitalter, 1. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden Gianfranco Walsh / Tobias Langner / Hendrik Schröder, Konsumentenverhalten und Marktforschung, 6. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden Eric Siegel, Predictive Analytics: The Power to Predict Who Will Click, Buy, Lie, or Die, 2. Auflage, 2018, Wiley, Hoboken Martin Reimann / Oliver Gensch, Konsumentenpsychologie im Zeitalter der Künstlichen Intelligenz, 1. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftspsychologie	DBM 7.15
Modul	Metaverse, VR & Immersive Psychology	DBM 7.15.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ psychologische Effekte immersiver Technologien analysieren und gezielt gestalten. ▪ virtuelle Erlebnisse für Lern-, Marken- oder Kommunikationskontexte konzipieren und evaluieren. ▪ Chancen und Risiken des Metaverse kritisch reflektieren und verantwortungsvoll einsetzen.
Inhalte	Das Modul <i>Metaverse, VR & Immersive Psychology</i> untersucht die psychologischen Wirkmechanismen und Anwendungsmöglichkeiten immersiver Technologien wie Virtual Reality (VR), Augmented Reality (AR) und Metaverse-Plattformen. Es vermittelt den Studierenden ein Verständnis dafür, wie virtuelle Umgebungen menschliche Wahrnehmung, Emotionen, Motivation und Verhalten beeinflussen. Dabei steht die Verbindung von technologischer Innovation und psychologischer Forschung im Vordergrund. Die Studierenden lernen, immersive Erlebnisse gezielt zu gestalten und deren Wirkung auf Konsumverhalten, Lernen, Zusammenarbeit und Identitätsbildung zu analysieren. Neben praktischen Anwendungsfeldern werden auch ethische und soziale Implikatio-

	nen des Einsatzes immersiver Technologien behandelt. Die Inhalte umfassen Grundlagen der Wahrnehmungs- und Medienpsychologie, Prinzipien immersiver Erlebnisse, Design und Usability in VR/AR-Umgebungen, das Metaverse als sozialer Interaktionsraum, Einsatzfelder in Marketing, Bildung und Arbeitswelt sowie ethische Fragestellungen virtueller Realitäten.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Mel Slater / Sylvia Pan / Daniel Freeman, Virtual Reality in Psychology and Neuroscience, 2. Auflage, 2023, CRC Press, Boca Raton Gerhard Frank / Thomas Dreier (Hrsg.), Metaverse: Technik, Recht, Wirtschaft, 1. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden Jeremy Bailenson, Experience on Demand: What Virtual Reality Is, How It Works, and What It Can Do, 2018, W. W. Norton & Company, New York Philipp Rauschnabel / Claudia B. Binder / Björn-Christoph Witte, Das Metaverse verstehen: Grundlagen, Anwendungen und Implikationen, 1. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftspsychologie	DBM 7.15
Modul	Human-AI Interaction & Cognitive Augmentation	DBM 7.15.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ psychologische Prozesse in der Interaktion zwischen Mensch und KI analysieren und gestalten. ▪ kognitive Augmentationsstrategien zur Unterstützung menschlicher Entscheidungs- und Lernprozesse entwickeln. ▪ menschenzentrierte KI-Systeme unter Berücksichtigung ethischer und sozialer Prinzipien konzipieren.
Inhalte	Das Modul <i>Human-AI Interaction & Cognitive Augmentation</i> erforscht die Schnittstelle zwischen Mensch und Künstlicher Intelligenz aus psychologischer, technologischer und ethischer Perspektive. Es vermittelt den Studierenden ein tiefes Verständnis für die kognitiven, emotionalen und verhaltensbezogenen Dynamiken, die in der Interaktion zwischen Menschen und intelligenten Systemen entstehen. Ziel ist es, zu verstehen, wie KI die menschliche Wahrnehmung, Entscheidungsfindung und Kreativität unterstützt oder verändert. Dabei werden Fragen der Vertrauensbildung, Transparenz, Akzeptanz und Mensch-Maschine-Kollaboration behandelt. Die Studierenden lernen, interaktive KI-Systeme nutzerzentriert zu gestalten und deren Auswirkungen auf Arbeits- und Lebenskontexte kritisch zu bewerten. Die Inhalte umfassen Grundlagen der Human-AI-

	Interaction, kognitive Entlastung und Augmentation durch KI, Entscheidungs- und Wahrnehmungspsychologie, Usability und Interface Design, Vertrauen und Ethik in der Mensch-KI-Beziehung sowie Anwendungen in Wirtschaft, Bildung und Gesellschaft.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Shneiderman, Ben, Human-Centered AI, 1. Auflage, 2022, Oxford University Press, Oxford Rafael A. Calvo / Dorian Peters / Sharon Oviatt, Positive Computing: Technology for Wellbeing and Human Potential, 1. Auflage, 2015, MIT Press, Cambridge Christoph Lütge / Matthias Uhl, Artificial Intelligence and Human Interaction: The Human-AI Ecosystem, 1. Auflage, 2021, Springer, Cham Thomas Metzinger / Jan Slaby (Hrsg.), The Oxford Handbook of 4E Cognition, 1. Auflage, 2022, Oxford University Press, Oxford

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftspsychologie	DBM 7.15
Modul	Digital Leadership & Transformation Psychology	DBM 7.15.5

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ psychologische Mechanismen der Führung und Motivation in digitalen Arbeitsumgebungen gezielt einsetzen. ▪ digitale Transformationsprozesse durch empathische, agile und partizipative Führung unterstützen. ▪ Führungskulturen gestalten, die Innovation, Zusammenarbeit und Wohlbefinden fördern.
Inhalte	Das Modul <i>Digital Leadership & Transformation Psychology</i> verbindet Erkenntnisse der Führungspsychologie mit den Anforderungen des digitalen Wandels. Es vermittelt den Studierenden, wie Führung in digitalen, dynamischen und technologiegetriebenen Organisationen wirksam gestaltet werden kann. Der Fokus liegt auf den psychologischen Aspekten der digitalen Transformation – insbesondere auf Motivation, Veränderungsbereitschaft, Vertrauen, Kommunikation und Resilienz. Die Studierenden lernen, digitale Führungskompetenzen zu entwickeln, um Teams in hybriden Arbeitswelten erfolgreich zu führen und kulturelle Veränderungen zu begleiten. Darüber hinaus werden Instrumente der Selbstführung, des digitalen Coachings und der emotionalen Intelligenz

	im digitalen Kontext behandelt. Die Inhalte umfassen Grundlagen der Führungspsychologie, Leadership-Modelle im digitalen Zeitalter, Motivation und Engagement in virtuellen Teams, Kommunikation und Vertrauen in digitalen Umgebungen, psychologische Erfolgsfaktoren der Transformation sowie Praxisbeispiele digitaler Führungskulturen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Sabine Remdisch / Mario Maier (Hrsg.), Digital Leadership. Erfolgreich führen in Zeiten der digitalen Transformation, 2. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden Svenja Hofert, Agiler führen. Virtuos navigieren zwischen Stabilität und Agilität, 3. Auflage, 2022, Gabal Verlag, Offenbach Amy C. Edmondson, The Fearless Organization: Creating Psychological Safety in the Workplace for Learning, Innovation, and Growth, 2019, Wiley, Hoboken Dirk H. Lehr / Anne Schütz / Jana Kühnel, Psychologie der Digitalisierung der Arbeit. Chancen, Risiken, Gestaltung, 1. Auflage, 2021, Springer, Berlin

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Unternehmensrecht	DBM 7.16
Modul	Arbeits- und Tarifrecht	DBM 7.16.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Arbeitsverträge und arbeitsrechtliche Vereinbarungen rechtssicher gestalten und prüfen. ▪ Rechte und Pflichten von Arbeitgebern, Arbeitnehmern und Betriebsräten interpretieren und anwenden. ▪ Arbeits- und Tarifkonflikte unter Beachtung rechtlicher und wirtschaftlicher Rahmenbedingungen lösen.
Inhalte	Das Modul <i>Arbeits- und Tarifrecht</i> vermittelt den Studierenden fundierte Kenntnisse der rechtlichen Grundlagen von Arbeitsverhältnissen und kollektiven Arbeitsbeziehungen. Es zeigt, wie Rechte und Pflichten von Arbeitgebern und Arbeitnehmern rechtssicher gestaltet werden und welche Bedeutung Tarifverträge, Betriebsvereinbarungen und Mitbestimmung in der Praxis haben. Die Studierenden lernen, arbeitsrechtliche Fragestellungen in den Bereichen Einstellung, Vertragsgestaltung, Vergütung, Kündigung und betriebliche Mitbestimmung rechtlich zu analysieren und zu lösen. Darüber hinaus werden aktuelle Entwicklungen wie Homeoffice, digitale Arbeitsmodelle und europäische Arbeitsrechtstendenzen behandelt. Die Inhalte umfassen Individualarbeitsrecht (Ar-

	beitsvertrag, Pflichten, Kündigungsschutz), Kollektivarbeitsrecht (Tarifrecht, Betriebsverfassungsrecht, Mitbestimmung), Konfliktlösung im Arbeitsrecht sowie Fallstudien aus der Unternehmenspraxis.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Wolfgang Hromadka / Frank Maschmann, Arbeitsrecht, Band 1: Individualarbeitsrecht, 9. Auflage, 2022, C.H. Beck Verlag, München Volker Rieble / Markus Stoffels, Tarifvertragsgesetz Kommentar, 5. Auflage, 2021, C.H. Beck Verlag, München Thomas Dieterich / Peter Hanau / Klaus Löwisch, Arbeitsrecht, 17. Auflage, 2023, Vahlen Verlag, München Michael Kittner, Arbeits- und Sozialordnung, 53. Auflage, 2023, Bund-Verlag, Frankfurt am Main

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Unternehmensrecht	DBM 7.16
Modul	E-Commerce und Datenschutzrecht	DBM 7.16.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Online-Geschäftsmodelle unter Beachtung rechtlicher Vorschriften sicher gestalten. ▪ datenschutzrechtliche Anforderungen im E-Commerce umsetzen und Compliance sicherstellen. ▪ Risiken im digitalen Geschäftsverkehr identifizieren und rechtlich fundierte Lösungen entwickeln
Inhalte	Das Modul <i>E-Commerce und Datenschutzrecht</i> vermittelt den Studierenden vertiefte Kenntnisse über die rechtlichen Rahmenbedingungen des elektronischen Geschäftsverkehrs und des digitalen Datenschutzes. Es zeigt, wie Online-Handel, Plattformökonomie und digitale Geschäftsmodelle rechtssicher gestaltet werden können. Im Mittelpunkt stehen Verbraucherschutz, Vertragsrecht, Informationspflichten, Haftungsfragen und Datenschutzanforderungen nach DSGVO und E-Privacy-Verordnung. Die Studierenden lernen, Risiken im Online-Geschäft zu erkennen, rechtliche Vorgaben in digitale Prozesse zu integrieren und die Balance zwischen wirtschaftlicher Effizienz und Datenschutzkonformität zu wahren. Die Inhalte umfassen Grundlagen des E-Commerce-Rechts, Vertragsabschluss und AGB im Online-Handel, Fernabsatzrecht, Plattform-

	und Providerhaftung, Datenschutz und Datensicherheit im E-Business, Cookie- und Tracking-Regelungen, internationale Aspekte des Online-Handels sowie praxisorientierte Fallbeispiele.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Thomas Hoeren / Ulrich Sieber / Bernd Holznagel (Hrsg.), Handbuch Multimedia-Recht: Rechtsfragen des Internets, 53. Ergänzungslieferung, 2023, C.H. Beck Verlag, München Wolfgang Schulz / Marc Liesching / Insa Pohlmann (Hrsg.), Internetrecht, 9. Auflage, 2022, C.H. Beck Verlag, München Thomas Dreier / Reto M. Hilty (Hrsg.), Digital Law: Internetrecht und Datenschutz im internationalen Kontext, 2. Auflage, 2021, Springer Gabler, Wiesbaden Gerald Spindler / Fabian Schuster (Hrsg.), Recht der elektronischen Medien, 5. Auflage, 2023, C.H. Beck Verlag, München

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Unternehmensrecht	DBM 7.16
Modul	Gewährleistung und Garantie	DBM 7.16.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Mängelrechte und Haftungstatbestände im Gewährleistungs- und Garantiekontext rechtssicher anwenden. ▪ Garantiebedingungen und Vertragsklauseln rechtlich korrekt formulieren und bewerten. ▪ Haftungsrisiken im nationalen und internationalen Geschäftsverkehr erkennen und minimieren.
Inhalte	Das Modul <i>Gewährleistung und Garantie</i> behandelt die rechtlichen Grundlagen und praktischen Anwendungsbereiche der Mängelhaftung im unternehmerischen und privaten Geschäftsverkehr. Es vermittelt den Studierenden ein fundiertes Verständnis für die Unterschiede und Zusammenhänge zwischen gesetzlicher Gewährleistung, vertraglicher Garantie und Produkthaftung. Im Mittelpunkt stehen die Rechte und Pflichten der Vertragsparteien im Falle mangelhafter Leistungen sowie die Gestaltung von Garantiebedingungen in Einklang mit dem Verbraucherschutzrecht. Zudem werden aktuelle Entwicklungen im europäischen und internationalen Kaufrecht thematisiert. Die Inhalte umfassen Grundlagen der Mängelhaftung nach BGB und HGB, Nacherfüllung, Rücktritt,

	Minderung und Schadensersatz, Vertragsgestaltung bei Garantieverprechen, Produkthaftung und Produzentenverantwortung, Beweislast und Verjährung, Verbraucherschutz im Gewährleistungsrecht sowie Fallbeispiele aus Handel und Industrie.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Hans-W. Micklitz / Norbert Reich / Peter Rott, European Consumer Law, 3. Auflage, 2021, Intersentia, Cambridge Christian Armbrüster / Mathias Habersack (Hrsg.), Schuldrecht. Besonderer Teil II, 5. Auflage, 2022, C.H. Beck Verlag, München Ingo Saenger (Hrsg.), Bürgerliches Gesetzbuch Kommentar, 10. Auflage, 2023, Nomos Verlag, Baden-Baden Ernst Karner / Helmut Koziol, Das neue Gewährleistungsrecht in Deutschland und Österreich, 2. Auflage, 2022, Jan Sramek Verlag, Wien

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Unternehmensrecht	DBM 7.16
Modul	Finanzierungsinstrumente und Immobiliarsachenrecht	DBM 7.16.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können • Finanzierungsverträge und Sicherungsrechte rechtlich fundiert strukturieren. • Immobiliarsachenrechtliche Vorgänge wie Eigentumsübertragung und Grundpfandrechte rechtssicher bewerten. • Finanzierungs- und Investitionsentscheidungen unter Berücksichtigung rechtlicher Risiken analysieren und gestalten.
Inhalte	Das Modul <i>Finanzierungsinstrumente und Immobiliarsachenrecht</i> vermittelt den Studierenden ein vertieftes Verständnis der rechtlichen Grundlagen und praktischen Anwendung moderner Finanzierungsformen sowie der rechtlichen Besonderheiten von Immobiliengeschäften. Es zeigt, wie Finanzierungsinstrumente – von klassischen Krediten über Anleihen bis zu alternativen Finanzierungsmodellen – rechtlich strukturiert und abgesichert werden. Darüber hinaus lernen die Studierenden die zentralen Prinzipien des Immobiliarsachenrechts kennen, insbesondere Eigentum, Grundbuchrecht, Hypothek und Grundschild. Der Fokus liegt auf der Verbindung zwischen Finanzierung, Kreditsicherung und immobilienrechtlicher Absicherung von Investitionen. Die Inhalte umfassen Grundlagen der Unternehmens- und Projektfinanzierung, Sicherungsrechte an Immobilien, Grundpfandrechte (Hypothek, Grundschild), Grundbuchordnung und -verfahren,

	Vertragsgestaltung bei Immobiliengeschäften, rechtliche Risiken und Absicherung bei Bau- und Immobilienprojekten sowie Fallbeispiele aus der Finanzierungspraxis.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Heinrich Dörner / Rolf Wank / Andreas Fuchs (Hrsg.), Sachenrecht, 6. Auflage, 2023, C.H. Beck Verlag, München Gottfried Böttcher / Rolf Stürner, Immobiliarsachenrecht, 5. Auflage, 2022, Mohr Siebeck Verlag, Tübingen Ulrich Budenbender / Detlev Fischer, Finanzierung und Kreditsicherheiten im Zivilrecht, 4. Auflage, 2021, Springer Gabler, Wiesbaden Rolf Serick / Wolfgang Rüßmann, Eigentumsvorbehalt und Sicherungsübereignung, 7. Auflage, 2020, Mohr Siebeck Verlag, Tübingen

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Unternehmensrecht	DBM 7.16
Modul	Wirtschaftsstrafrecht	DBM 7.16.5

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ wirtschaftsstrafrechtliche Risiken erkennen, bewerten und durch Präventionsmaßnahmen minimieren. ▪ relevante Tatbestände im Unternehmenskontext rechtlich einordnen und deren Konsequenzen analysieren. ▪ Compliance-Strategien entwickeln, um strafrechtliche Haftungsrisiken zu vermeiden.
Inhalte	Das Modul <i>Wirtschaftsstrafrecht</i> vermittelt den Studierenden ein tiefes Verständnis für strafrechtlich relevante Tatbestände und Risiken im unternehmerischen Kontext. Es behandelt die zentralen Vorschriften des Strafrechts, die bei wirtschaftlichem Handeln eine Rolle spielen – etwa Betrug, Untreue, Korruption, Insiderhandel, Bilanzfälschung oder Umweltstraftaten. Die Studierenden lernen, wie Unternehmen und Führungskräfte strafrechtliche Verantwortung tragen, wie Compliance-Systeme präventiv wirken und wie interne Ermittlungen oder Strafverfahren ablaufen. Ein Schwerpunkt liegt auf der praktischen Anwendung des Wirtschaftsstrafrechts, insbesondere in Verbindung mit Unternehmensführung, Corporate Governance und Digitalisierung. Die Inhalte umfassen Grundlagen des Wirtschaftsstrafrechts, strafbare Handlungen im Wirtschaftsleben,

	Unternehmens- und Managerhaftung, Sanktionssysteme, Präventions- und Compliance-Maßnahmen, internationale Bezüge des Wirtschaftsstrafrechts sowie Fallstudien aus der Unternehmenspraxis.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Klaus Tiedemann, Wirtschaftsstrafrecht. Einführung und Allgemeiner Teil, 6. Auflage, 2022, C.F. Müller Verlag, Heidelberg Bernd Schünemann / Michael Tsambikakis (Hrsg.), Wirtschaftsstrafrecht. Besonderer Teil, 3. Auflage, 2021, C.H. Beck Verlag, München Heiko Ahlbrecht / Tatjana Hörnle / Eric Hilgendorf, Wirtschaftsstrafrecht, 2. Auflage, 2023, Nomos Verlag, Baden-Baden Jürgen Wessing / Thomas Fischer (Hrsg.), Handbuch Wirtschaftsstrafrecht, 6. Auflage, 2022, C.H. Beck Verlag, München Marco Mansdörfer, Vorsatz und Entscheidung: Überlegungen zur subjektiven Zurechnung im Wirtschaftsstrafrecht, 1. Auflage, 2024, Nomos Verlag, Baden-Baden.

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Design Innovation Management	DBM 7.17
Modul	Visualisierung I (Lichtsetzung)	DBM 7.17.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Licht gezielt als gestalterisches Medium einsetzen, um visuelle Wirkung und Emotion zu erzeugen. ▪ unterschiedliche Lichttechniken und -quellen kombinieren und anwendungsspezifisch anpassen. ▪ visuelle Konzepte mit professioneller Lichtführung planen und umsetzen.
Inhalte	Das Modul <i>Visualisierung I (Lichtsetzung)</i> führt die Studierenden in die Grundlagen der Lichtgestaltung als wesentliches Element visueller Kommunikation ein. Es zeigt, wie Licht gezielt eingesetzt wird, um Atmosphäre, Raumtiefe und Emotion in fotografischen, filmischen oder digitalen Szenen zu erzeugen. Die Studierenden lernen, Lichtquellen kreativ zu kombinieren, Beleuchtungstechniken anzuwenden und visuelle Botschaften durch gezielte Lichtführung zu verstärken. Darüber hinaus werden physikalische, ästhetische und psychologische Aspekte der Lichtwirkung behandelt. Die Inhalte umfassen Grundlagen der Lichttechnik, Lichtquellen und -charakteristika, Beleuchtungskonzepte für Foto- und Videoproduktionen, Schattenführung, Farblichtgestaltung, Storytelling mit Licht sowie praktische Übungen zur Inszenierung

Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Visualisierung I (Lichtsetzung) DBM 7.17 01 Fil Hunter / Steven Biver / Paul Fuqua, Light Science & Magic: An Introduction to Photographic Lighting, 6. Auflage, 2022, Routledge Blain Brown, Cinematography: Theory and Practice, 4. Auflage, 2021, Routledge John Alton, Painting with Light, Neuauflage 2013, University of California Press Syl Arena, Lighting for Digital Photography: From Snapshots to Great Shots, 2012, Peachpit Press
-----------	--

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Design Innovation Management	DBM 7.17
Modul	Visualisierung II (Blender)	DBM 7.17.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ 3D-Modelle und Visualisierungen mit professionellen Tools wie Blender erstellen. ▪ Licht, Material und Perspektive gezielt zur realistischen Darstellung einsetzen. ▪ komplexe Konzepte durch digitale Visualisierungen effektiv kommunizieren.
Inhalte	Das Modul <i>Visualisierung II (Blender)</i> vermittelt den Studierenden praxisorientierte Kenntnisse in 3D-Visualisierung, Modellierung und Rendering mithilfe der Software <i>Blender</i> . Es zeigt, wie dreidimensionale Objekte, Räume und Szenen digital erstellt und realitätsnah dargestellt werden. Im Mittelpunkt steht die Verbindung technischer Präzision mit gestalterischer Kreativität, um komplexe Ideen und Produkte visuell erlebbar zu machen. Die Studierenden lernen, Materialien, Texturen, Licht und Kameraeinstellungen einzusetzen, um überzeugende Visualisierungen zu entwickeln. Die Inhalte umfassen Grundlagen der 3D-Modellierung, Szenenaufbau, Beleuchtung und Texturierung, Rendering-Techniken, Animationen, Export und Präsentation sowie praxisorientierte Projekte aus Architektur, Produktdesign oder Medienproduktion.

Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: John M. Blain, The Complete Guide to Blender Graphics: Computer Modeling & Animation, 7. Auflage, 2023, CRC Press Allan Brito, Blender 3D by Example, 3. Auflage, 2021, Packt Publishing Oliver Villar, Learning Blender: A Hands-On Guide to Creating 3D Animated Characters, 2. Auflage, 2019, Addison-Wesley (Pearson) Carsten Wartmann, Blender 2.8 – Das umfassende Handbuch, 2019, Rheinwerk Verlag Jason van Gumster, Blender For Dummies, 4. Auflage, 2022, Wiley
-----------	---

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Design Innovation Management	DBM 7.17
Modul	Visualisierung III (Fotografie und Video)	DBM 7.17.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ professionelle Foto- und Videoproduktionen planen, durchführen und nachbearbeiten. ▪ visuelle Inhalte im Kontext von Markenkommunikation und Storytelling gezielt gestalten. ▪ kreative und technische Mittel der Fotografie und Videoproduktion kombinieren, um visuelle Wirkung zu maximieren.
Inhalte	Das Modul <i>Visualisierung III (Fotografie und Video)</i> vertieft die gestalterischen und technischen Kompetenzen in der visuellen Kommunikation durch Fotografie und Bewegtbild. Es vermittelt den Studierenden, wie Komposition, Perspektive, Licht und Bewegung gezielt genutzt werden, um Geschichten zu erzählen und Botschaften emotional zu transportieren. Neben den Grundlagen professioneller Kameraarbeit werden auch Postproduktion, Farbkorrektur und digitale Nachbearbeitung behandelt. Der Fokus liegt auf der Entwicklung eines kreativen und zugleich analytischen Blicks für Bildsprache, Markenästhetik und visuelles Storytelling. Die Inhalte umfassen Fototechnik und Kameraführung, Bildkomposition und Szenengestaltung, Videoproduktion und -schnitt,

	Sounddesign, Postproduktion und Farbmanagement sowie mediengerechte Präsentation von visuellen Projekten.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Michael Freeman, The Photographer's Eye: Composition and Design for Better Digital Photos, 2. Auflage, 2021, Ilex Press, London David Präkel, Grundlagen der Fotografie: Gestaltung, Technik, Praxis, 3. Auflage, 2020, mitp Verlag, Frechen Blain Brown, The Filmmaker's Guide to Digital Imaging: For Cinematographers, Digital Imaging Technicians, and Camera Assistants, 2. Auflage, 2016, Routledge, London Tom Schroeppel / Chuck DeLay, The Bare Bones Camera Course for Film and Video, 3. Auflage, 2020, Allworth Press, New York

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Design Innovation Management	DBM 7.17
Modul	Soundtechnik I (Tontechnik und Sprechtechnik)	DBM 7.17.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ professionelle Tonaufnahmen planen und technisch umsetzen. ▪ Stimme und Sprache gezielt als Kommunikations- und Gestaltungsmittel einsetzen. ▪ audiovisuelle Produktionen durch Tonqualität und Sprechperformance gezielt aufwerten.
Inhalte	Das Modul <i>Soundtechnik I (Tontechnik und Sprechtechnik)</i> vermittelt Grundlagen der akustischen Gestaltung und des professionellen Umgangs mit Ton und Sprache. Die Studierenden lernen, wie Tonaufnahmen technisch umgesetzt und sprecherisch gestaltet werden, um audiovisuelle Inhalte klanglich zu unterstützen. Dabei stehen Mikrofontechnik, Aufnahmeumgebung, Klangbearbeitung sowie Stimmführung, Artikulation und Ausdruck im Vordergrund. Das Zusammenspiel von Stimme, Raum und Technik wird praxisnah erprobt. Die Inhalte umfassen Grundlagen der Tontechnik, Mikrofon- und Aufnahmetechnik, Akustik und Raumklang, Sprechtechnik, Stimmtraining, Sprachgestaltung für Medienproduktionen sowie Grundlagen der Audiobearbeitung.
Literatur	Pflichtlektüre: keine

	Zusätzlich empfohlene Literatur: Eberhard Sengpiel, Tonmeisterpraxis. Grundlagen der Audio- und Studioteknik, 3. Auflage, 2021, Springer Vieweg, Wiesbaden Uli Apel / Andreas Friesecke, Handbuch der Audiotechnik, 5. Auflage, 2022, Springer Vieweg, Wiesbaden Michael Dickreiter / Volker Dittel / Heinz Lauber (Hrsg.), Handbuch der Tonstudioteknik, 10. Auflage, 2023, K. G. Saur Verlag, München Matthias Exner, Sprechertraining. Stimme, Sprechen, Präsenz, 3. Auflage, 2020, Beltz Verlag, Weinheim
--	--

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Design Innovation Management	DBM 7.17
Modul	Soundtechnik II (Soundkomposing)	DBM 7.17.5

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Soundkompositionen für audiovisuelle und digitale Medien professionell gestalten und umsetzen. ▪ Klang gezielt als kreatives Mittel der Marken- und Medienkommunikation einsetzen. ▪ technische und ästhetische Aspekte der Audioproduktion miteinander verbinden, um emotionale Wirkung zu erzielen.
Inhalte	Das Modul <i>Soundtechnik II (Soundkomposing)</i> baut auf den Grundlagen des ersten Soundtechnik-Moduls auf und vertieft die kreative und technische Arbeit mit Klang. Es vermittelt den Studierenden die Fähigkeit, eigene Soundkonzepte und Kompositionen für audiovisuelle Medien, Werbung und interaktive Formate zu entwickeln. Dabei werden die klangliche Gestaltung, der Einsatz digitaler Tools und die emotionale Wirkung von Sound im Kommunikationskontext betont. Die Studierenden lernen, Musik, Geräusche und Sprache zu kombinieren, um eine kohärente akustische Markenidentität zu schaffen. Die Inhalte umfassen Sounddesign und Kompositionstechniken, digitale Audioproduktion, Mixing und Mastering, Klangdramaturgie, Audio-Branding und psychoakustische Grundlagen sowie praxisnahe Projektarbeiten in interdisziplinären Teams.

Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Rolf Bächler, Sounddesign. Klang, Wahrnehmung, Emotion, 3. Auflage, 2022, Springer Vieweg, Wiesbaden David Sonnenschein, Sound Design: The Expressive Power of Music, Voice, and Sound Effects in Cinema, 2. Auflage, 2020, Michael Wiese Productions, Studio City Ric Viers, The Sound Effects Bible: How to Create and Record Hollywood Style Sound Effects, 2008, Michael Wiese Productions, Studio City Andy Farnell, Designing Sound, 2010, MIT Press, Cambridge Hartmut Prielipp, Musikproduktion am Computer. Grundlagen und Praxis des digitalen Sounddesigns, 2. Auflage, 2021, mitp Verlag, Frechen
-----------	---

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Energiewirtschaft	DBM 7.18
Modul	Energiepolitik und -recht	DBM 7.18.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können - energiepolitische Strategien und gesetzliche Rahmenbedingungen auf nationaler und internationaler Ebene analysieren. - rechtliche Fragen der Energieversorgung, Regulierung und Nachhaltigkeit fundiert beurteilen. - politische und rechtliche Maßnahmen im Energiesektor kritisch evaluieren und mitgestalten.
Inhalte	Das Modul <i>Energiepolitik und -recht</i> vermittelt den Studierenden ein fundiertes Verständnis der rechtlichen und politischen Rahmenbedingungen des Energiesektors. Es zeigt, wie staatliche Regulierung, internationale Abkommen und energiepolitische Strategien die Energiewirtschaft beeinflussen. Dabei werden sowohl die Grundlagen des Energierechts – einschließlich Energieversorgung, Netzzugang und Fördermechanismen – als auch aktuelle Entwicklungen der Energiepolitik in Deutschland, der EU und weltweit behandelt. Die Studierenden lernen, politische Entscheidungsprozesse im Energiesektor zu analysieren und rechtliche Strukturen im Bereich Erzeugung, Verteilung und Verbrauch von Energie zu bewerten. Die Inhalte umfassen Grundlagen des

	Energierichts, nationale und europäische Energiegesetzgebung, Regulierungsmechanismen (z. B. EEG, EnWG), Energieversorgungsverträge, Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsstrategien, Energieaußenpolitik sowie internationale Kooperationen und Fallstudien.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Matthias Knauff / Thorsten Müller (Hrsg.), <i>Energierecht</i>, 5. Auflage, 2023, C.H. Beck Verlag, München Jochen Mohr / Charlotte Kreuter-Kirchhof / Thomas Schomerus (Hrsg.), <i>Handbuch Energiepolitik und Energierecht</i>, 2. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden Ludwig Krämer, <i>EU Environmental and Energy Law</i>, 3. Auflage, 2023, Routledge, London Ulrich Büdenbender, <i>Energierecht: Grundlagen, Umweltverträglichkeit und Zukunftsperspektiven</i>, 4. Auflage, 2022, Springer Vieweg, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Energiewirtschaft	DBM 7.18
Modul	Erneuerbare Energien	DBM 7.18.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Technologien und Märkte für erneuerbare Energien bewerten und Investitionsentscheidungen ableiten. ▪ regulatorische und wirtschaftliche Rahmenbedingungen der Energiewende analysieren. ▪ Strategien zur Förderung nachhaltiger Energieprojekte entwickeln und umsetzen.
Inhalte	Das Modul <i>Erneuerbare Energien</i> vermittelt den Studierenden ein umfassendes Verständnis der technologischen, ökonomischen und rechtlichen Grundlagen nachhaltiger Energieerzeugung. Es behandelt die wichtigsten erneuerbaren Energiequellen – wie Solarenergie, Windkraft, Wasserkraft, Biomasse und Geothermie – sowie deren Integration in bestehende Energiesysteme. Der Fokus liegt auf der Bewertung von Wirtschaftlichkeit, Effizienz und Umweltverträglichkeit sowie auf der Analyse von Fördermechanismen und Regulierungen. Darüber hinaus lernen die Studierenden, Innovationspotenziale und Investitionsstrategien im Bereich erneuerbarer Energien zu erkennen. Die Inhalte umfassen Grundlagen nachhaltiger Energieerzeugung, technologische Ent-

	wicklungen, Energiegesetzgebung und Förderinstrumente, Marktmodelle und Investitionsrechnungen, Speichertechnologien, Netzintegration, internationale Klimaziele sowie Praxisbeispiele erfolgreicher Energieprojekte.
Literatur	Pflichtlektüre: Volker Quaschnig, Regenerative Energiesysteme. Technologie, Berechnung, Simulation, 11. Auflage, 2023, Hanser Verlag, München Dieter D. Genske, Erneuerbare Energien und Klimaschutz. Grundlagen, Technologien und Praxisbeispiele, 4. Auflage, 2022, Springer Vieweg, Wiesbaden Henner Gladen / Thomas Hamacher (Hrsg.), Energiesysteme der Zukunft. Technologien, Märkte und Strategien, 2. Auflage, 2023, Springer Vieweg, Wiesbaden David Elliott, Renewable Energy: Can It Deliver?, 2. Auflage, 2021, Polity Press, Cambridge

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Energiewirtschaft	DBM 7.18
Modul	Energiemarktanalysen	DBM 7.18.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Energiemärkte systematisch analysieren und Marktprognosen erstellen. ▪ Preisbildungsmechanismen und regulatorische Einflüsse auf Energiehandel bewerten. ▪ strategische Entscheidungen im Energieumfeld auf Basis fundierter Marktanalysen treffen.
Inhalte	Das Modul <i>Energiemarktanalysen</i> vermittelt den Studierenden ein tiefes Verständnis für die Funktionsweise, Dynamiken und Strukturen nationaler und internationaler Energiemärkte. Es zeigt, wie Energiepreise gebildet werden, welche Akteure und Regulierungsmechanismen die Märkte beeinflussen und wie wirtschaftliche, politische und technologische Entwicklungen auf Angebot und Nachfrage wirken. Die Studierenden lernen, Marktanalysen mit quantitativen und qualitativen Methoden durchzuführen, Prognosen zu erstellen und Marktdaten kritisch zu interpretieren. Zudem wird die Rolle von Energiehandel, Börsenmechanismen und Derivaten beleuchtet. Die Inhalte umfassen Grundlagen der Energiemarktökonomie, Marktmodelle und Preisbildungsmecha-

	nismen, Energiehandel und Börsenstrukturen (z. B. EEX, Spot- und Terminmärkte), statistische Methoden der Marktanalyse, Einflussfaktoren wie Geopolitik, Regulierung und Technologie sowie Fallstudien zu aktuellen Marktentwicklungen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Jean-Michel Glachant / Michelle Hallack / Nicolò Rossetto, Electricity Market Design. The New Era of Energy Transition, 2. Auflage, 2022, Springer, Cham Lars Weber / Christian Growitsch / Verena Hagspiel (Hrsg.), Energiemärkte verstehen. Grundlagen, Modelle und Anwendungen, 2. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden Andreas Löschel / Christoph Böhringer / Thomas Rutherford, Energy Economics: Marktmodelle und Politikbewertung, 1. Auflage, 2021, Springer Gabler, Wiesbaden Peter Zweifel / Aaron Praktiknjo / Georg Erdmann, Energy Economics: Theory and Applications, 4. Auflage, 2022, Springer, Cham

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Energiewirtschaft	DBM 7.18
Modul	Innovationsmanagement in der Energiebranche	DBM 7.18.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Innovationsprozesse in der Energiebranche strategisch planen und steuern. ▪ neue Technologien und Geschäftsmodelle zur Förderung der Energiewende bewerten. ▪ Kooperationen und Innovationsnetzwerke gestalten, um den Wandel zu nachhaltigen Energiesystemen zu fördern.
Inhalte	Das Modul <i>Innovationsmanagement in der Energiebranche</i> befasst sich mit der Entwicklung, Einführung und Skalierung technologischer und organisatorischer Innovationen im Energiesektor. Es zeigt, wie Unternehmen auf die Herausforderungen der Energiewende – wie Dekarbonisierung, Digitalisierung und Dezentralisierung – mit innovativen Geschäftsmodellen und Technologien reagieren können. Die Studierenden lernen, Innovationsprozesse systematisch zu gestalten, Kooperationen mit Start-ups, Forschungseinrichtungen und politischen Akteuren zu steuern und innovative Lösungen wirtschaftlich umzusetzen. Dabei werden Methoden wie Design Thinking, Open Innovation und agile Projektsteuerung praxisnah vermittelt. Die Inhalte umfassen Grundlagen des Innovationsmanagements, Technologietransfer und F&E-Prozesse, Innovati-

	onsstrategien im Energiesektor, Digitalisierung und Smart Grids, nachhaltige Geschäftsmodelle, Förderprogramme und Investitionsinstrumente sowie Fallstudien erfolgreicher Energieinnovationen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Andreas Löschel / Reinhard Madlener / Thomas Bruckner (Hrsg.), Innovationsstrategien für die Energiewende. Technologien, Märkte und Politik, 2. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden Hans-Joachim Ziesing / Claudia Kemfert / Felix Matthes, Innovation und Transformation im Energiesektor, 1. Auflage, 2022, Springer Vieweg, Wiesbaden Michael Jefferson, Energy Sustainability and Innovation, 2. Auflage, 2021, Routledge, London Henner Gladen / Christian Rehtanz (Hrsg.), Innovative Energienetze und Energiesysteme, 2. Auflage, 2022, Springer Vieweg, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Energiewirtschaft	DBM 7.18
Modul	Internationale Energiepolitik	DBM 7.18.5

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ internationale energiepolitische Strategien und Abkommen analysieren und kritisch bewerten. ▪ globale Zusammenhänge zwischen Energieversorgung, Sicherheit und Nachhaltigkeit verstehen. ▪ Handlungsempfehlungen für energiepolitische Entscheidungsprozesse in internationalen Kontexten ableiten.
Inhalte	Das Modul <i>Internationale Energiepolitik</i> vermittelt den Studierenden ein tiefgehendes Verständnis für die globalen politischen, wirtschaftlichen und regulatorischen Zusammenhänge der Energieversorgung. Es analysiert die Rolle internationaler Organisationen, Staaten und Unternehmen bei der Gestaltung der globalen Energiearchitektur und beleuchtet die politischen Herausforderungen im Spannungsfeld zwischen Versorgungssicherheit, Nachhaltigkeit und Klimaschutz. Die Studierenden lernen, energiepolitische Strategien verschiedener Länder zu vergleichen, internationale Energieabkommen zu bewerten und geopolitische Risiken in der Energiepolitik zu analysieren. Zudem werden die Auswirkungen globaler Transformationsprozesse wie der Energiewende und des Green Deal auf internationale Beziehungen untersucht. Die Inhalte umfassen

	Grundlagen internationaler Energiepolitik, globale Energiesysteme und Akteurslandschaften, geopolitische Dimensionen der Energieversorgung, internationale Klima- und Energieabkommen, Energieaußenpolitik der EU, Energiesicherheit, Konflikt- und Kooperationsstrategien sowie Fallstudien zu aktuellen energiepolitischen Entwicklungen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Andreas Goldthau / Michael F. Keating / Caroline Kuzemko (Hrsg.), Handbook of the International Political Economy of Energy and Natural Resources, 2. Auflage, 2023, Edward Elgar Publishing, Cheltenham Thijs Van de Graaf / Benjamin K. Sovacool / Arunabha Ghosh / Florian Kern (Hrsg.), The Palgrave Handbook of the International Political Economy of Energy, 2. Auflage, 2021, Palgrave Macmillan, London Claudia Kemfert, Mondays for Future: freitags demonstrieren, samstags diskutieren und ab montags anpacken, 2020, Murmann Verlag, Hamburg Daniel Scholten (Hrsg.), The Geopolitics of Renewables, 1. Auflage, 2018, Springer, Cham

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftsstrafrecht	DBM 7.19
Modul	Grundlagen des Wirtschaftsstrafrechts & Corporate Criminal Compliance	DBM 7.19.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ wirtschaftsstrafrechtliche Risiken in Unternehmen erkennen und bewerten. ▪ präventive Maßnahmen und Compliance-Strukturen zur Vermeidung strafrechtlicher Haftung implementieren. ▪ Unternehmensethik und rechtliche Verantwortung in Entscheidungsprozesse integrieren.
Inhalte	Das Modul <i>Grundlagen des Wirtschaftsstrafrechts & Corporate Criminal Compliance</i> vermittelt den Studierenden ein fundiertes Verständnis der strafrechtlichen Verantwortlichkeit im Unternehmenskontext sowie der präventiven Maßnahmen zur Vermeidung von Rechtsverstößen. Es behandelt zentrale Tatbestände des Wirtschaftsstrafrechts – wie Betrug, Untreue, Insiderhandel, Korruption oder Geldwäsche – und deren Bedeutung für Unternehmen und Führungskräfte. Die Studierenden lernen, wie Compliance-Systeme strukturiert werden, um strafrechtliche Risiken zu minimieren und organisatorische Sorgfaltspflichten zu erfüllen. Zudem werden aktuelle Entwicklungen der Unternehmenshaftung und Corporate-Governance-Regelungen im internationalen Vergleich beleuchtet. Die Inhalte umfassen Grundlagen und Prinzipien des Wirtschaftsstrafrechts,

	Strafbarkeit von Unternehmen und Organen, interne Ermittlungen und Selbstanzeigen, Aufbau von Compliance-Management-Systemen, Präventionsstrategien, internationale Antikorruptionsstandards sowie praxisnahe Fallbeispiele.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Marco Mansdörfer, Vorsatz und Entscheidung: Überlegungen zur subjektiven Zurechnung im Wirtschaftsstrafrecht, 1. Auflage, 2024, Nomos Verlag, Baden-Baden Bernd Schünemann / Michael Tsambikakis (Hrsg.), Wirtschaftsstrafrecht. Besonderer Teil, 3. Auflage, 2021, C.H. Beck Verlag, München Jürgen Wessing / Thomas Fischer (Hrsg.), Handbuch Wirtschaftsstrafrecht, 6. Auflage, 2022, C.H. Beck Verlag, München Marko Mansdörfer / Jörg Habetha (Hrsg.), Strafbarkeitsrisiken des Unternehmers – Verhaltensstrategien, Krisenmanagement, Compliance, 2015, C.H. Beck Verlag, München Rolf Raum / Jörg Eisele / Klaus Volk (Hrsg.), Corporate Criminal Compliance. Handbuch zur strafrechtlichen Unternehmensverantwortung, 2. Auflage, 2023, C.F. Müller Verlag, Heidelberg

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftsstrafrecht	DBM 7.19
Modul	Cybercrime, IT-Forensik & digitale Beweissicherung	DBM 7.19.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Formen und Mechanismen digitaler Kriminalität rechtlich und technisch einordnen. ▪ Verfahren der digitalen Beweissicherung und IT-Forensik professionell anwenden und bewerten. ▪ Maßnahmen zur Prävention, Aufklärung und Abwehr von Cybercrime in Unternehmen entwickeln.
Inhalte	Das Modul <i>Cybercrime, IT-Forensik & digitale Beweissicherung</i> vermittelt den Studierenden ein umfassendes Verständnis der strafrechtlichen, technischen und organisatorischen Aspekte der digitalen Kriminalität. Es zeigt, wie Cyberangriffe, Datenmanipulation, Identitätsdiebstahl und Wirtschaftsspionage rechtlich verfolgt und technisch nachgewiesen werden können. Die Studierenden lernen, wie digitale Beweise gesichert, analysiert und im Rahmen rechtlicher Verfahren verwertet werden. Darüber hinaus werden Maßnahmen zur Prävention und Abwehr von Cybercrime sowie rechtliche Grundlagen der IT-Compliance vermittelt. Das Modul verbindet juristische, technologische und forensische Perspektiven, um die Herausforderungen digitaler Ermittlungsarbeit praxisnah zu veranschaulichen. Die Inhalte umfassen Grundlagen des Cybercrime-

	Rechts, digitale Beweisführung, IT-Forensik-Methoden, Datenschutz und Datensicherung, Ermittlungsverfahren und internationale Kooperation, rechtliche Bewertung von Cyberangriffen sowie Fallbeispiele aus Wirtschaft und Verwaltung.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Eric Hilgendorf / Stefan Braum (Hrsg.), Handbuch Cybercrime, 2. Auflage, 2022, C.H. Beck Verlag, München Thomas Hoeren / Sabine Gless / Tatjana Hörnle (Hrsg.), Cybercrime und IT-Strafrecht, 1. Auflage, 2021, Nomos Verlag, Baden-Baden Eoghan Casey, Digital Evidence and Computer Crime: Forensic Science, Computers and the Internet, 4. Auflage, 2020, Academic Press, London Marko R. S. Rössner / Frank Zimmermann (Hrsg.), Cyberkriminalität – Prävention, Aufklärung und Sanktion, 2. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftsstrafrecht	DBM 7.19
Modul	Corporate Governance, Haftung & Internal Investigations	DBM 7.19.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Haftungsrisiken und Pflichten von Unternehmensorganen rechtlich fundiert bewerten. ▪ interne Untersuchungen professionell planen, durchführen und dokumentieren. ▪ Governance- und Compliance-Strukturen gestalten, um rechtliche und ethische Standards zu sichern.
Inhalte	Das Modul <i>Corporate Governance, Haftung & Internal Investigations</i> beschäftigt sich mit der rechtlichen und organisatorischen Verantwortung von Unternehmen und Führungskräften im Rahmen guter Unternehmensführung und Compliance. Es zeigt auf, wie Haftungsrisiken auf Managementebene entstehen und wie durch wirksame Governance-Strukturen, interne Kontrollen und Untersuchungsverfahren Risiken minimiert werden können. Die Studierenden lernen, wie interne Ermittlungen („Internal Investigations“) durchgeführt werden, um Regelverstöße aufzudecken und rechtlich korrekt aufzuarbeiten, ohne die Unternehmensintegrität zu gefährden. Dabei werden sowohl nationale als auch internationale Standards und Best Practices betrachtet. Die Inhalte um-

	fassen Grundlagen der Corporate Governance, Organhaftung und Pflichten von Führungskräften, interne Kontrollsysteme (IKS) und Compliance-Maßnahmen, Ablauf und rechtlicher Rahmen interner Untersuchungen, Whistleblowing und Datenschutz, Kooperation mit Ermittlungsbehörden sowie praxisnahe Fallbeispiele aus Unternehmen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Thomas Rotsch / Michael Kubiciel / Marko Mansdörfer (Hrsg.), Unternehmensstrafrecht und Compliance, 1. Auflage, 2023, Nomos Verlag, Baden-Baden Michael Kubiciel / Henning Radtke / Frank Zieschang (Hrsg.), Handbuch Internal Investigations, 2. Auflage, 2022, C.H. Beck Verlag, München Frank Saliger / Thomas Rönnau / Wolfgang Joecks (Hrsg.), Compliance und Strafrecht, 3. Auflage, 2021, C.F. Müller Verlag, Heidelberg Heike Jung / Mark Pieth / Joachim Vogel (Hrsg.), Corporate Criminal Liability, 2. Auflage, 2020, Springer, Cham

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftsstrafrecht	DBM 7.19
Modul	KI, Datenökonomie & Wirtschaftsstrafrecht	DBM 7.19.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ strafrechtliche und haftungsrechtliche Risiken datengetriebener Geschäftsmodelle bewerten. ▪ die rechtlichen Herausforderungen und Grenzen des KI-Einsatzes im Unternehmenskontext analysieren. ▪ Compliance- und Governance-Strukturen an die Anforderungen der digitalen Wirtschaft anpassen.
Inhalte	Das Modul <i>KI, Datenökonomie & Wirtschaftsstrafrecht</i> untersucht die rechtlichen und ethischen Herausforderungen, die sich aus der Nutzung von Künstlicher Intelligenz und datengetriebenen Geschäftsmodellen im Kontext des Wirtschaftsstrafrechts ergeben. Die Studierenden lernen, wie strafrechtliche Verantwortung in automatisierten Entscheidungsprozessen verortet wird und welche Risiken durch algorithmische Systeme, Datenmissbrauch und digitale Manipulation entstehen können. Im Fokus stehen die Schnittstellen zwischen Datenschutzrecht, Wirtschaftsstrafrecht und digitaler Unternehmensverantwortung. Zudem werden aktuelle Fallbeispiele und Gesetzesinitiativen (z. B. der EU-AI-Act) diskutiert. Die Inhalte umfassen Grundlagen der Datenökonomie, strafrechtliche Relevanz digitaler Geschäftsmodelle, Haftungsfragen bei KI-Einsatz,

	Datenschutz und Datensicherheit, digitale Manipulation und Cyberbetrug, internationale Regelungen zu KI und Wirtschaftsstrafrecht sowie ethische Prinzipien digitaler Compliance.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Marco Mansdörfer / Eric Hilgendorf (Hrsg.), Künstliche Intelligenz und Strafrecht, 1. Auflage, 2022, Nomos Verlag, Baden-Baden Eric Hilgendorf / Thomas Wischmeyer (Hrsg.), Künstliche Intelligenz und Recht, 2. Auflage, 2023, Mohr Siebeck Verlag, Tübingen Benedikt Buchner / Jürgen Kühling / Louisa Specht-Riemenschneider (Hrsg.), Data Economy and the Law, 1. Auflage, 2022, Springer, Cham Thomas Weigend / Bernd Schünemann, Das Wirtschaftsstrafrecht im Zeitalter der Digitalisierung, 1. Auflage, 2023, C.F. Müller Verlag, Heidelberg

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftsstrafrecht	DBM 7.19
Modul	Internationale Wirtschaftsstrafverfolgung & Digital Compliance	DBM 7.19.5

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ internationale Ermittlungs- und Strafverfolgungsprozesse im Wirtschaftsstrafrecht rechtlich bewerten. ▪ digitale Compliance-Strukturen in multinationalen Organisationen planen und implementieren. ▪ Risiken internationaler Geschäftstätigkeit im Hinblick auf Strafbarkeit und Compliance souverän einschätzen.
Inhalte	Das Modul <i>Internationale Wirtschaftsstrafverfolgung & Digital Compliance</i> vermittelt den Studierenden ein vertieftes Verständnis für die grenzüberschreitende Strafverfolgung wirtschaftsbezogener Delikte und die Bedeutung digitaler Compliance-Systeme in global agierenden Unternehmen. Es zeigt, wie internationale Organisationen, Strafverfolgungsbehörden und Unternehmen zusammenarbeiten, um Korruption, Geldwäsche, Steuerdelikte, Kartellverstöße und Cyberkriminalität aufzudecken und zu verhindern. Die Studierenden lernen, die komplexen rechtlichen Rahmenbedingungen und Zuständigkeiten in internationalen Verfahren zu analysieren und digitale Tools für Überwachung, Risikoanalyse und Compliance einzusetzen. Zudem werden Fallstudien aus multinationalen Unternehmen und aktuelle Entwicklungen im internationalen Strafrecht

	behandelt. Die Inhalte umfassen internationale Strafverfolgungsmechanismen (z. B. Europol, OECD, UN), Rechtshilfeverfahren und Kooperationen, extraterritoriale Strafverfolgung (z. B. FCPA, UK Bribery Act), Aufbau globaler Compliance-Systeme, digitale Überwachungs- und Berichtspflichten, Whistleblowing- und Hinweisgeberschutzsysteme sowie Best Practices zur Digital Compliance.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Mark Pieth / Gemma Aiolfi, Corporate Compliance and Cooperation: Global Trends and Challenges, 2. Auflage, 2022, Springer, Cham Marko Mansdörfer / Lorena Varela, Principios de Derecho Penal Económico, 1. Auflage, 2021, J.M. Bosch Editor, Barcelona Stefan Heißner / Florian Dietz / Thomas Altenbach, Compliance Management. Praxishandbuch für die internationale Unternehmenspraxis, 3. Auflage, 2022, C.H. Beck Verlag, München Wolfgang Joecks / Klaus Tiedemann (Hrsg.), Wirtschaftsstrafrecht International, 2. Auflage, 2021, Nomos Verlag, Baden-Baden OECD, Fighting Corruption Across Borders: International Cooperation in Economic Crime, 2023, OECD Publishing, Paris

Fachgebiet	Wahlpflicht - Vertiefung Steuerlehre	DBM 7.20
Modul	Internationales Steuerrecht & Digital Taxation	DBM 7.20.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ internationale und digitale Steuerfragen rechtlich und wirtschaftlich fundiert analysieren. ▪ steuerliche Risiken in grenzüberschreitenden Geschäftsmodellen identifizieren und minimieren. ▪ Strategien zur steuerkonformen Gestaltung digitaler Wertschöpfungsprozesse entwickeln.
Inhalte	Das Modul <i>Internationales Steuerrecht & Digital Taxation</i> vermittelt den Studierenden vertiefte Kenntnisse über die rechtlichen und ökonomischen Grundlagen der internationalen Unternehmensbesteuerung sowie über die aktuellen Entwicklungen der digitalen Steuerpolitik. Es zeigt, wie grenzüberschreitende Geschäftstätigkeiten, digitale Geschäftsmodelle und Konzernstrukturen steuerlich zu bewerten sind und welche Mechanismen zur Vermeidung von Doppelbesteuerung oder Steuerumgehung existieren. Zudem werden internationale Regelwerke – etwa der OECD-BEPS-Ansatz und die EU-Digitalsteuer – praxisnah erläutert. Die Studierenden lernen, wie sich Globalisierung und Digitalisierung auf Steuerrecht, -planung und -gestaltung auswirken. Die Inhalte

	umfassen Grundlagen des internationalen Steuerrechts, Doppelbesteuerungsabkommen, Verrechnungspreise, steuerliche Behandlung digitaler Dienstleistungen, internationale Steuerpolitik, Digital Tax Compliance sowie Fallstudien zu globalen Steuerstrukturen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Ekkehart Reimer / Alexander Rust (Hrsg.), Doppelbesteuerungsabkommen Kommentar, 3. Auflage, 2023, C.H. Beck Verlag, München Michael Lang / Pasquale Pistone / Jeffrey Owens (Hrsg.), The Digitalization of Tax Administration, 1. Auflage, 2022, IBFD Publications, Amsterdam Herbert Henselmann / Klaus Tipke / Joachim Lang, Steuerrecht, 25. Auflage, 2022, Otto Schmidt Verlag, Köln Craig Elliffe, International Taxation in the Age of Digitalization, 1. Auflage, 2023, Edward Elgar Publishing, Cheltenham Joachim Englisch / Dirk Schreiber (Hrsg.), Unternehmenssteuerrecht International, 2. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht - Vertiefung Steuerlehre	DBM 7.20
Modul	Steuerstrafrecht & Tax Compliance Management	DBM 7.20.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ steuerstrafrechtliche Risiken im Unternehmen erkennen und rechtssicher handhaben. ▪ effektive Tax-Compliance-Systeme entwickeln und in betriebliche Abläufe integrieren. ▪ steuerliche Pflichten und Verantwortlichkeiten im Einklang mit rechtlichen und ethischen Standards erfüllen.
Inhalte	Das Modul <i>Steuerstrafrecht & Tax Compliance Management</i> vermittelt den Studierenden ein vertieftes Verständnis für die straf- und ordnungsrechtlichen Aspekte des Steuerrechts sowie für die Implementierung wirksamer Tax-Compliance-Systeme in Unternehmen. Es zeigt, wie steuerliche Pflichten rechtssicher erfüllt und Verstöße – etwa Steuerhinterziehung, leichtfertige Steuerverkürzung oder fehlerhafte Offenlegung – vermieden werden können. Die Studierenden lernen, wie steuerstrafrechtliche Ermittlungsverfahren ablaufen, wie Selbstanzeigen rechtlich bewertet werden und welche organisatorischen Maßnahmen zur Prävention von Steuerdelikten notwendig sind. Dabei werden aktuelle nationale und internationale Entwicklungen des Steuerstrafrechts berücksichtig.

	sichtigt. Die Inhalte umfassen Grundlagen und Tatbestände des Steuerstrafrechts, Ablauf steuerstrafrechtlicher Verfahren, Haftungsrisiken für Unternehmen und Organträger, Selbstanzeige und Strafaufhebung, Aufbau und Elemente eines Tax-Compliance-Management-Systems (TCMS), interne Kontrollmechanismen sowie Praxisbeispiele aus der Unternehmenspraxis.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Jürgen Wessing / Thomas Fischer (Hrsg.), Handbuch Steuerstrafrecht, 4. Auflage, 2023, C.H. Beck Verlag, München Hans-Uwe Erichsen / Andreas Ransiek, Steuerstrafrecht, 6. Auflage, 2021, C.F. Müller Verlag, Heidelberg Marko Mansdörfer / Mark Pieth (Hrsg.), Economic Crime and Compliance, 1. Auflage, 2023, Nomos Verlag, Baden-Baden Robert Müller / Andreas Fillbrandt, Tax Compliance Management Systeme, 2. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht - Vertiefung Steuerlehre	DBM 7.20
Modul	Digitalisierung der Steuerpraxis & Legal Tech im Steuerrecht	DBM 7.20.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ digitale Technologien im Steuerwesen effektiv anwenden und bewerten. ▪ Steuerprozesse durch Automatisierung und Legal-Tech-Lösungen effizient gestalten. ▪ Chancen und Risiken der digitalen Transformation im Steuerrecht rechtlich und organisatorisch einschätzen.
Inhalte	Das Modul <i>Digitalisierung der Steuerpraxis & Legal Tech im Steuerrecht</i> befasst sich mit den Auswirkungen der digitalen Transformation auf die steuerliche Beratung, Verwaltung und Unternehmenspraxis. Die Studierenden lernen, wie digitale Tools, Automatisierung und Künstliche Intelligenz (KI) Steuerprozesse verändern und wie Legal-Tech-Anwendungen die Effizienz und Transparenz steuerlicher Abläufe erhöhen können. Dabei wird der gesamte Lebenszyklus steuerrelevanter Daten – von der Erfassung über die Analyse bis zur elektronischen Steuererklärung – betrachtet. Zudem werden rechtliche und ethische Fragen im Umgang mit automatisierten Steuerprozessen behandelt. Die Inhalte umfassen Grundlagen der digitalen Steuerverwaltung, Automatisierung und KI im Steuerwesen, Blockchain und Smart Contracts in der Steuerpraxis, elektronische Kommunikation mit Finanzbehörden, Datenschutz und IT-Sicherheit im

	Steuerrecht, Legal-Tech-Anwendungen und digitale Compliance-Systeme sowie Fallstudien zu innovativen Steuertechnologien.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Stefan Groß / Dennis Klein (Hrsg.), Digitalisierung der Steuerberatung. Strategien, Tools und Praxis, 2. Auflage, 2023, NWB Verlag, Herne Thomas Fetzer / Matthias Wübbenhorst (Hrsg.), Legal Tech im Steuerrecht. Automatisierung und KI in der Steuerberatung, 1. Auflage, 2022, Nomos Verlag, Baden-Baden Sven-Christian Witt / Tobias Schönfeld, Steuerberatung 4.0. Digitalisierung in der Praxis, 1. Auflage, 2021, Springer Gabler, Wiesbaden Dennis Klein / Rolf Möhlenbrock, KI und Automatisierung im Steuerrecht. Perspektiven für Verwaltung und Beratung, 1. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht - Vertiefung Steuerlehre	DBM 7.20
Modul	Unternehmensbesteuerung & M&A-Tax-Planning	DBM 7.20.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können - steuerliche Auswirkungen von Unternehmensfusionen, -übernahmen und -umwandlungen fundiert bewerten. - Steuerstrategien für M&A-Transaktionen unter Berücksichtigung nationaler und internationaler Regelungen entwickeln. - Unternehmensumstrukturierungen steueroptimal und rechtssicher planen.
Inhalte	Das Modul <i>Unternehmensbesteuerung & M&A-Tax-Planning</i> vermittelt den Studierenden vertiefte Kenntnisse über die steuerliche Behandlung von Unternehmenstransaktionen und Umstrukturierungen. Es zeigt, wie nationale und internationale steuerliche Regelungen bei Fusionen, Übernahmen, Spaltungen und Umwandlungen angewendet werden und welche Gestaltungsoptionen zur steuerlichen Optimierung bestehen. Die Studierenden lernen, steuerliche Auswirkungen auf Unternehmensbewertung, Finanzierungsstruktur und Transaktionsdesign zu analysieren und rechtssichere Steuerstrategien zu entwickeln. Zudem wird die Rolle steuerlicher Due Diligence im Rahmen von M&A-Prozessen beleuchtet. Die Inhalte umfassen Grundlagen der Unternehmensbesteuerung, Besteuerung von Kapital- und Personengesellschaften, steuerliche Behand-

	lung von Umwandlungen und Übernahmen, internationale Steuerplanung, Verrechnungspreise, M&A-spezifische Steuerstrategien, steuerliche Risikoanalyse sowie Fallstudien zu Unternehmensrestrukturierungen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Michael Lang / Pasquale Pistone / Alexander Rust (Hrsg.), Mergers & Acquisitions in International Tax Law, 3. Auflage, 2022, IBFD Publications, Amsterdam Herbert Henselmann / Klaus Tipke / Joachim Lang, Steuerrecht, 25. Auflage, 2022, Otto Schmidt Verlag, Köln Joachim Englisch / Dirk Schreiber (Hrsg.), Unternehmenssteuerrecht International, 2. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden Thomas Rödder / Klaus-Dieter Drüen / Thomas Eisgruber (Hrsg.), Umwandlungssteuerrecht, 3. Auflage, 2021, C.H. Beck Verlag, München Markus Achatz / Sabine Kirchmayr-Schliesselberger (Hrsg.), Unternehmensbesteuerung und Umstrukturierung im digitalen Zeitalter, 1. Auflage, 2023, Linde Verlag, Wien

Fachgebiet	Wahlpflicht - Vertiefung Steuerlehre	DBM 7.20
Modul	Forensic Tax Auditing & Investigation	DBM 7.20.5

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können - steuerliche Unregelmäßigkeiten und Manipulationen durch forensische Prüfverfahren aufdecken und analysieren. - Ermittlungsprozesse und Beweisführungen im Rahmen steuerlicher Untersuchungen rechtssicher gestalten. - forensische Methoden einsetzen, um Steuer- und Compliance-Risiken präventiv zu reduzieren.
Inhalte	Das Modul <i>Forensic Tax Auditing & Investigation</i> verbindet steuerrechtliche, forensische und betriebswirtschaftliche Perspektiven, um Studierenden ein tiefes Verständnis der Aufdeckung, Untersuchung und Prävention steuerlicher Unregelmäßigkeiten zu vermitteln. Es zeigt, wie forensische Prüfmethode in der Steuerpraxis eingesetzt werden, um Manipulationen, Bilanzdelikte und Steuerhinterziehungen zu identifizieren. Die Studierenden lernen, forensische Datenanalysen durchzuführen, steuerliche Risiken zu bewerten und geeignete Ermittlungsstrategien zu entwickeln. Darüber hinaus werden rechtliche Rahmenbedingungen, internationale Standards und ethische Herausforderungen forensischer Prüfungen behandelt. Die Inhalte umfassen Grundlagen der foren-

	sischen Steuerprüfung, Methoden der Datenanalyse und Beweisführung, Ablauf forensischer Untersuchungen, internationale Rechnungslegungs- und Prüfungsstandards, Zusammenarbeit mit Ermittlungsbehörden, Corporate Fraud Risk Management sowie Fallstudien aus der Praxis.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Howard M. Schilit / Jeremy Perler, Financial Shenanigans: How to Detect Accounting Gimmicks & Fraud in Financial Reports, 4. Auflage, 2018, McGraw-Hill Education Zabihollah Rezaee, Financial Statement Fraud: Prevention and Detection, 3. Auflage, 2019, Wiley Michael Levi / David O. Friedrichs / Sharon Cohen (Hrsg.), Routledge Handbook of White-Collar and Corporate Crime in Europe, 1. Auflage, 2023, Routledge Wolfgang Majer / Christoph Gürtler, Forensische Datenanalyse: Methoden zur Aufdeckung von Wirtschaftskriminalität, 1. Auflage, 2021, Springer Gabler, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung St. Gallen Wirtschaftsmanagement I	DBM 7.21
Modul	Integrated Management & Strategy I	DBM 7.21.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ strategische und operative Managementprozesse im Sinne des St. Galler Modells integrieren. ▪ Unternehmen als dynamische Systeme analysieren und ganzheitliche Steuerungsansätze entwickeln. ▪ strategische Entscheidungen auf Basis systemischer und nachhaltiger Prinzipien treffen.
Inhalte	Das Modul <i>Integrated Management & Strategy I</i> führt die Studierenden in die Grundprinzipien des integrierten Managementansatzes nach dem St. Galler Managementmodell ein. Es zeigt, wie Unternehmen als komplexe, dynamische Systeme verstanden werden können, deren strategische, operative und normative Ebenen miteinander verbunden sind. Die Studierenden lernen, Managemententscheidungen ganzheitlich zu betrachten und strategische Konzepte in Einklang mit Umweltbedingungen, Unternehmenskultur und Wertschöpfungszielen zu entwickeln. Im Fokus steht die Integration von Strategie, Organisation, Prozessen und Führung zu einem kohärenten Managementsystem. Die Inhalte umfassen Grundlagen des integrierten Managements, das St. Gal-

	ler Managementmodell, strategische Analyse- und Steuerungsinstrumente, Unternehmensumwelt und Stakeholder-Management, normative und operative Managementebenen sowie Fallstudien zur systemischen Unternehmensführung.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Christian Abegglen / Knut Bleicher, Das Konzept Integriertes Management: Visionen – Missionen – Programme, 10. Auflage, 2021, Campus Verlag Johannes Rüegg-Stürm / Simon Grand, Das St. Galler Management-Modell, 3. überarbeitete Auflage, 2017, Haupt Verlag Günter Müller-Stewens / Christoph Lechner, Strategisches Management, 6. aktualisierte Auflage, 2024, Schäffer-Poeschel Verlag Robert S. Kaplan / David P. Norton, Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action, 1996, Harvard Business School Press Henry Mintzberg / Bruce Ahlstrand / Joseph Lampel, Strategy Safari. Eine Reise durch die Wildnis des strategischen Managements, 3. Auflage, 2022, Pearson Studium Michael E. Porter, Wettbewerbsvorteile. Spitzenleistungen erreichen und behaupten, 10. Auflage, 2019, Campus Verlag

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung St. Gallen Wirtschaftsmanagement I	DBM 7.21
Modul	Integrated Management & Strategy II	DBM 7.21.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können - das St. Galler Managementmodell in komplexen Veränderungs- und Innovationsprozessen anwenden. - strategische und organisatorische Herausforderungen ganzheitlich analysieren und steuern. - nachhaltige Managementstrukturen entwickeln, die Agilität, Lernfähigkeit und Wertschöpfung fördern.
Inhalte	Das Modul <i>Integrated Management & Strategy II</i> vertieft die im ersten Modul erworbenen Kenntnisse des St. Galler Managementansatzes und fokussiert auf dessen Anwendung in komplexen strategischen und organisatorischen Kontexten. Die Studierenden lernen, wie integrierte Managementsysteme in dynamischen Märkten implementiert und weiterentwickelt werden. Dabei werden Themen wie Innovationsmanagement, Change-Management und nachhaltige Unternehmensführung in den systemischen Ansatz eingebettet. Zudem wird die Rolle der Führungskräfte bei der Steuerung interdisziplinärer Prozesse und der Förderung organisationaler Lernfähigkeit behandelt. Die Inhalte um-

	fassen die Weiterentwicklung des St. Galler Managementmodells, systemisches Innovationsmanagement, strategische Transformation, Steuerung organisationaler Komplexität, nachhaltige Unternehmensführung sowie praxisorientierte Fallstudien zur Anwendung des Modells in verschiedenen Branchen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Christian Abegglen / Knut Bleicher, Das Konzept Integriertes Management: Visionen – Missionen – Programme, 10. Auflage, 2021, Campus Verlag Johannes Rüegg-Stürm / Simon Grand, Das St. Galler Management-Modell, 3. überarbeitete Auflage, 2017, Haupt Verlag Günter Müller-Stewens / Christoph Lechner, Strategisches Management, 6. aktualisierte Auflage, 2024, Schäffer-Poeschel Verlag Robert S. Kaplan / David P. Norton, The Strategy-Focused Organization, 2001, Harvard Business School Press Gerry Johnson / Richard Whittington / Kevan Scholes, Exploring Strategy, 12. Auflage, 2020, Pearson David J. Teece, Dynamic Capabilities and Strategic Management, 2009, Oxford University Press

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung St. Gallen Wirtschaftsmanagement I	DBM 7.21
Modul	Financial Management	DBM 7.21.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Finanzstrategien im Einklang mit der Unternehmensstrategie konzipieren und umsetzen. ▪ Investitions- und Finanzierungsentscheidungen auf Basis fundierter Analysen treffen. ▪ finanzielle Risiken, Liquidität und Wertschöpfung nachhaltig steuern.
Inhalte	Das Modul <i>Financial Management</i> vermittelt den Studierenden vertiefte Kenntnisse in der strategischen und operativen Unternehmensfinanzierung. Es zeigt, wie finanzielle Entscheidungen im Einklang mit den übergeordneten Unternehmenszielen und der strategischen Ausrichtung getroffen werden. Im Mittelpunkt stehen Kapitalstrukturmanagement, Investitionsplanung, Risikosteuerung und Wertorientierung. Die Studierenden lernen, finanzwirtschaftliche Analysen durchzuführen, Liquidität und Rentabilität zu steuern sowie Finanzstrategien zur langfristigen Unternehmenssicherung zu entwickeln. Zudem werden moderne Ansätze wie Sustainable Finance, FinTech und Digitalisierung im Finanzmanagement behandelt. Die Inhalte umfassen Grundlagen des strategischen Finanzmanagements, Kapital- und Investitionsentscheidungen, Finanzie-

	rungsformen und -strategien, Unternehmensbewertung, Risiko- und Liquiditätsmanagement, Nachhaltigkeitskriterien in der Finanzierung sowie Fallstudien aus der Finanzpraxis.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Aswath Damodaran, Corporate Finance: Theory and Practice, 5. Auflage, 2023, Wiley, Hoboken Richard A. Brealey / Stewart C. Myers / Franklin Allen, Principles of Corporate Finance, 14. Auflage, 2022, McGraw-Hill Education, New York Christian Abegglen / Knut Bleicher, Integriertes Management und finanzielle Steuerung. Wertorientierung und nachhaltiger Unternehmenserfolg, 1. Auflage, 2022, Campus Verlag, Frankfurt am Main Günter Wöhe / Ulrich Döring, Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 27. Auflage, 2023, Vahlen Verlag, München Rüdiger Kabst / Thomas Hutzschenreuter / Dirk Schiereck (Hrsg.), Finanzmanagement: Grundlagen, Strategien und Perspektiven, 3. Auflage, 2021, Springer Gabler, Wiesbaden Eugene F. Brigham / Michael C. Ehrhardt, Financial Management: Theory & Practice, 17. Auflage, 2023, Cengage Learning, Boston

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung St. Gallen Wirtschaftsmanagement I	DBM 7.21
Modul	Inspirational Leadership – Führen im KI-Zeitalter	DBM 7.21.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Führungsstrategien entwickeln, die technologische Kompetenz mit Empathie und Inspiration verbinden. ▪ KI-Systeme als Unterstützung für datenbasierte, transparente Führungsentscheidungen einsetzen. ▪ Mitarbeiter im digitalen Wandel motivieren und eine zukunftsorientierte, wertebasierte Führungskultur gestalten.
Inhalte	Das Modul <i>Inspirational Leadership – Führen im KI-Zeitalter</i> vermittelt den Studierenden ein modernes Verständnis von Führung in einer zunehmend digitalisierten und von Künstlicher Intelligenz (KI) geprägten Arbeitswelt. Es zeigt, wie Führungskräfte Inspiration, Sinnorientierung und Menschlichkeit mit technologischer Kompetenz verbinden können, um Vertrauen, Motivation und Kreativität in Teams zu fördern. Die Studierenden lernen, wie KI und datenbasierte Systeme Führungsentscheidungen unterstützen, aber auch neue ethische und kommunikative Herausforderungen mit sich bringen. Im Zentrum steht die Entwicklung eines empathischen, reflektierten und wertebasierten Führungsstils, der Innovation und Zusammenarbeit stärkt. Die Inhalte umfassen Grundlagen inspirierender und transformationaler Führung, Leadership im digitalen Wandel,

	KI-gestützte Entscheidungsfindung, ethische Aspekte der Technologieintegration, emotionale Intelligenz und Empathie, Motivation in hybriden Arbeitswelten sowie Praxisbeispiele für Leadership im KI-Kontext.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Daniel Goleman, Emotionale Intelligenz. Warum sie mehr zählt als der IQ, 8. Auflage, 2021, dtv Verlag, München Sabine Remdisch / Mario Maier (Hrsg.), Digital Leadership. Erfolgreich führen in Zeiten der digitalen Transformation, 2. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden Amy C. Edmondson, The Fearless Organization: Creating Psychological Safety in the Workplace for Learning, Innovation and Growth, 2019, Wiley, Hoboken Christian Abegglen / Knut Bleicher, Das Konzept Integriertes Management: Visionen – Missionen – Programme, 10. Auflage, 2021, Campus Verlag, Frankfurt am Main Svenja Hofert, Agiler führen. Virtuos navigieren zwischen Stabilität und Agilität, 3. Auflage, 2022, Gabal Verlag, Offenbach Peter F. Drucker, The Effective Executive – The Definitive Guide to Getting the Right Things Done, Revised Edition 2020, Harper Business, New York

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung St. Gallen Wirtschaftsmanagement I	DBM 7.21
Modul	International Management – Global Best Practices	DBM 7.21.5

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ internationale Managementansätze kritisch analysieren und bewährte Strategien auf neue Kontexte übertragen. ▪ globale Best Practices zur nachhaltigen und innovationsorientierten Unternehmensführung anwenden. ▪ interkulturelle und strategische Herausforderungen in multinationalen Organisationen souverän managen.
Inhalte	Das Modul <i>International Management – Global Best Practices</i> vermittelt den Studierenden fundierte Einblicke in erfolgreiche internationale Managementstrategien und Organisationsmodelle führender globaler Unternehmen. Es zeigt, wie multinationale Unternehmen mit unterschiedlichen kulturellen, rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen umgehen und globale Synergien nutzen. Die Studierenden analysieren bewährte Praktiken in den Bereichen Strategie, Führung, Innovation, Nachhaltigkeit und interkulturelles Management. Ziel ist es, ein tiefes Verständnis für die Erfolgsfaktoren internationaler Unternehmensführung zu entwickeln und diese auf eigene Managementkontexte übertragen zu können. Die Inhalte umfassen internationale Managementtheorien, Best-Practice-Analysen global agierender Unternehmen, Strategien zur

	Internationalisierung und Markterschließung, Leadership in multikulturellen Organisationen, Nachhaltigkeit und Corporate Responsibility im globalen Kontext sowie Fallstudien zu erfolgreichen und gescheiterten Globalisierungsstrategien.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Knut Bleicher / Christian Abegglen, Ganzheitliches Management in globalen Organisationen: Strategien, Strukturen und Kultur, 1. Auflage, 2022, Campus Verlag, Frankfurt am Main Mike W. Peng, Global Business, 6. Auflage, 2023, Cengage Learning, Boston Charles W. L. Hill / G. Tomas M. Hult, International Business: Competing in the Global Marketplace, 13. Auflage, 2023, McGraw-Hill Education, New York Manfred Wöhlert / Ulrike Mense-Petermann (Hrsg.), Internationales Management. Theorien, Strategien, Perspektiven, 3. Auflage, 2021, Springer Gabler, Wiesbaden Christopher Bartlett / Paul Beamish, Transnational Management: Text, Cases, and Readings in Cross-Border Management, 8. Auflage, 2022, Cambridge University Press Henry Mintzberg, Managers Not MBAs: Leadership and Management in the 21st Century, 2. Auflage, 2021, Berrett-Koehler Publishers

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung St. Gallen Wirtschaftsmanagement II	DBM 7.22
Modul	Intelligent Process Automation & AI for Smart Processes	DBM 7.22.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ intelligente Automatisierungslösungen zur Effizienzsteigerung und Prozessinnovation konzipieren. ▪ KI-gestützte Systeme in Geschäftsprozesse integrieren und deren Wirkung kritisch bewerten. ▪ Strategien für die nachhaltige Einführung und Steuerung automatisierter Prozesse entwickeln.
Inhalte	Das Modul <i>Intelligent Process Automation & AI for Smart Processes</i> befasst sich mit der Automatisierung und Optimierung von Geschäftsprozessen durch den Einsatz Künstlicher Intelligenz (KI), Robotik und datenbasierter Technologien. Die Studierenden lernen, wie intelligente Systeme Routineaufgaben übernehmen, Entscheidungsprozesse unterstützen und Unternehmensabläufe effizienter gestalten können. Der Fokus liegt auf der Verbindung von Prozessmanagement, Digitalisierung und strategischer Unternehmenssteuerung. Dabei werden sowohl technische Grundlagen als auch organisatorische und ethische Fragen der Implementierung behandelt. Die Inhalte umfassen Grundlagen der Prozessautomatisierung, Robotic Process Automation (RPA), Machine Learning und KI in operativen Abläufen, Data Analytics und Prozessoptimierung,

	Change-Management bei Automatisierungsprojekten, Governance und Compliance im KI-Einsatz sowie Praxisbeispiele aus Industrie und Dienstleistungssektor.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Thomas Davenport / Rajeev Ronanki, The AI Advantage: How to Put the Artificial Intelligence Revolution to Work, 2018, MIT Press, Cambridge Christian Abegglen / Knut Bleicher, Integriertes Management und digitale Transformation: Organisationen erfolgreich führen im Zeitalter von KI, 1. Auflage, 2023, Campus Verlag, Frankfurt am Main Wil van der Aalst, Process Mining: Data Science in Action, 3. Auflage, 2022, Springer, Cham Andrew Ng, Machine Learning Yearning: Technical Strategy for AI Engineers, 2018, deeplearning.ai Press, Palo Alto Lothar Determann / Eric Hilgendorf (Hrsg.), Artificial Intelligence and Automation: Legal, Economic, and Managerial Perspectives, 1. Auflage, 2023, Springer, Cham Thomas Hess / Axel Urlichs / Helmut Krcmar (Hrsg.), Digitale Transformation strategisch managen, 2. Auflage, 2021, Springer Gabler, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung St. Gallen Wirtschaftsmanagement II	DBM 7.22
Modul	AI-Augmented Decision Making I	DBM 7.22.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ KI-basierte Entscheidungssysteme und deren Funktionsweisen verstehen und kritisch bewerten. ▪ menschliche und algorithmische Entscheidungslogiken voneinander abgrenzen und gezielt kombinieren. ▪ Chancen und Risiken der algorithmischen Entscheidungsunterstützung aus ethischer und psychologischer Sicht reflektieren.
Inhalte	Das Modul <i>AI-Augmented Decision Making I</i> führt die Studierenden in die Grundlagen der KI-gestützten Entscheidungsfindung ein. Es vermittelt ein tiefes Verständnis dafür, wie Daten, Algorithmen und maschinelles Lernen Entscheidungsprozesse im Management unterstützen und erweitern können. Im Fokus steht das Zusammenspiel zwischen menschlicher Urteilsfähigkeit und maschineller Datenanalyse – die sogenannte „Augmentation“ der Entscheidungsfähigkeit durch Künstliche Intelligenz. Die Studierenden lernen, wie KI-Systeme Entscheidungsprozesse strukturieren, wie algorithmische Modelle funktionieren und welche Grenzen datenbasierter Entscheidungen bestehen. Zudem werden ethische und psychologische Aspekte behandelt, etwa Vertrauen in KI, Bias und Transparenz.

	Die Inhalte umfassen Grundlagen der Entscheidungspsychologie, KI-Modelle und datengetriebene Entscheidungsunterstützung, Datenqualität und -aufbereitung, algorithmische Entscheidungslogik, Bias und Fairness, Explainable AI (XAI), Human-in-the-Loop-Modelle sowie praxisnahe Fallbeispiele.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Cass R. Sunstein / Richard H. Thaler, Nudge: Wie man kluge Entscheidungen anstößt, 3. Auflage, 2022, Ullstein Verlag, Berlin Ben Shneiderman, Human-Centered AI, 1. Auflage, 2022, Oxford University Press, Oxford Christian Abegglen / Knut Bleicher, Integriertes Management in der digitalen Entscheidungsfindung: Führung zwischen Mensch und Maschine, 1. Auflage, 2023, Campus Verlag, Frankfurt am Main Daniel Kahneman / Olivier Sibony / Cass R. Sunstein, Noise: A Flaw in Human Judgment, 2021, HarperCollins, New York Eric Hilgendorf / Thomas Wischmeyer (Hrsg.), Künstliche Intelligenz und Recht, 2. Auflage, 2023, Mohr Siebeck Verlag, Tübingen Gerd Gigerenzer, Risiko: Wie man die richtigen Entscheidungen trifft, 4. Auflage, 2021, Goldmann Verlag, München

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung St. Gallen Wirtschaftsmanagement II	DBM 7.22
Modul	AI-Augmented Decision Making II	DBM 7.22.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ KI-Systeme strategisch in Entscheidungsprozesse integrieren und hybride Entscheidungsmodelle gestalten. ▪ Governance-, Transparenz- und Ethikrichtlinien für algorithmische Entscheidungen entwickeln und umsetzen. ▪ datengetriebene Entscheidungen im Einklang mit menschlichem Urteilsvermögen und unternehmerischer Verantwortung treffen.
Inhalte	Das Modul <i>AI-Augmented Decision Making II</i> baut unmittelbar auf den im ersten Teil erworbenen Grundlagen auf und vertieft die Anwendung und Integration von KI-gestützten Entscheidungssystemen in reale Unternehmenskontexte. Die Studierenden lernen, komplexe Entscheidungsarchitekturen zu entwickeln, in denen KI nicht nur als Analyserwerkzeug, sondern als aktiver Bestandteil strategischer und operativer Entscheidungsprozesse fungiert. Dabei werden Themen wie Daten-Governance, Vertrauen in automatisierte Entscheidungen, ethische Verantwortung und organisatorische Implementierung vertieft. Ein besonderer Fokus liegt auf der Gestaltung hybrider Entscheidungsmodelle, in denen Mensch und Maschine als gleichberechtigte Partner agieren.

	Die Inhalte umfassen den Aufbau und die Steuerung von Entscheidungsarchitekturen, Integration von KI in strategische Planungs- und Steuerungsprozesse, Automatisierung und Entscheidungsdynamik, Data Governance und Verantwortung, ethische Entscheidungsrahmen, Vertrauen und Akzeptanz in KI-Systeme sowie praxisorientierte Projekte und Simulationen.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Thomas H. Davenport / Nitin Mittal, All-in on AI: How Smart Companies Win Big with Artificial Intelligence, 1. Auflage, 2023, Harvard Business Review Press, Boston Christian Abegglen / Knut Bleicher, Integriertes Management im KI-Zeitalter: Entscheidungsarchitekturen und Führungsmodelle, 1. Auflage, 2023, Campus Verlag, Frankfurt am Main Ben Shneiderman, Human-Centered AI, 1. Auflage, 2022, Oxford University Press, Oxford David De Cremer / Garry Kasparov, Leadership by Algorithm: Who Leads and Who Follows in the AI Era?, 1. Auflage, 2020, Harriman House, Petersfield Gerd Gigerenzer, Klick: Wie wir in einer digitalen Welt die Kontrolle behalten und kluge Entscheidungen treffen, 1. Auflage, 2021, Bertelsmann Verlag, München Nils Urbach / Maximilian Röglinger (Hrsg.), Künstliche Intelligenz in der Unternehmenspraxis. Perspektiven, Anwendungen, Herausforderungen, 2. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung St. Gallen Wirtschaftsmanagement II	DBM 7.22
Modul	Innovation Management for Smart Processes	DBM 7.22.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können ▪ Innovationsprozesse konzipieren und strategisch in Unternehmensstrukturen integrieren. ▪ Technologien und agile Methoden nutzen, um Geschäftsprozesse nachhaltig zu verbessern. ▪ eine innovationsorientierte Organisationskultur fördern, die digitale und smarte Prozesse ermöglicht.
Inhalte	Das Modul <i>Innovation Management for Smart Processes</i> vermittelt den Studierenden ein vertieftes Verständnis für die Gestaltung und Umsetzung innovativer Geschäftsprozesse im Zeitalter der digitalen Transformation. Es zeigt, wie durch den gezielten Einsatz moderner Technologien, agiler Methoden und interdisziplinärer Innovationsstrategien Prozesse optimiert und neue Wertschöpfungspotenziale erschlossen werden können. Die Studierenden lernen, Innovationsprozesse systematisch zu planen, digitale Tools in bestehende Prozesslandschaften zu integrieren und eine innovationsfördernde Unternehmenskultur aufzubauen. Dabei werden Aspekte wie Prozessautomatisierung, datenbasierte Entscheidungsfindung, agile Methoden und organisatorischer Wandel praxisnah verknüpft. Die Inhalte umfassen Grundlagen des Innovationsmanagements,

	Prozessanalyse und -design, digitale Transformation und Automatisierung, Lean- und Design-Thinking-Ansätze, Innovationsstrategien und -portfolios, Change-Management sowie Best Practices aus Industrie und Dienstleistungssektor.
Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Knut Bleicher / Christian Abegglen, Innovation und Integriertes Management. Strategien für intelligente Prozesse, 1. Auflage, 2023, Campus Verlag, Frankfurt am Main Joe Tidd / John Bessant, Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change, 8. Auflage, 2023, Wiley, Hoboken Kathrin M. Möslin / Hans Georg Gemünden / Alexander Brem (Hrsg.), Handbuch Technologie- und Innovationsmanagement, 3. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden Clayton M. Christensen, The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail, Neuauflage 2020, Harvard Business Review Press, Boston Henry Chesbrough, Open Innovation Results: Going Beyond the Hype and Getting Down to Business, 2019, Oxford University Press, Oxford Christoph Meinel / Harald Sack, Digitale Transformation: Technologien, Strategien und Geschäftsmodelle, 2. Auflage, 2022, Springer Vieweg, Wiesbaden

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung St. Gallen Wirtschaftsmanagement II	DBM 7.22
Modul	Marketing, Sales & Brand Communication	DBM 7.22.5

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3 (Vollzeitstudium) bzw. 4 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können - Marketing- und Vertriebsstrategien entwickeln, die Marke, Kunde und Kommunikation ganzheitlich verknüpfen. - digitale Tools und Datenanalysen nutzen, um Zielgruppen gezielt anzusprechen und Kundenbeziehungen zu stärken. - Markenkommunikation und Sales-Aktivitäten strategisch steuern, um nachhaltigen Markenerfolg zu sichern.
Inhalte	Das Modul <i>Marketing, Sales & Brand Communication</i> verknüpft moderne Marketing- und Vertriebsstrategien mit den Anforderungen der digitalen Transformation und der markenorientierten Unternehmensführung. Es vermittelt den Studierenden, wie Markenidentität, Kundenbeziehungen und Verkaufsprozesse in einer zunehmend datengetriebenen und vernetzten Wirtschaft gezielt gesteuert werden können. Der Fokus liegt auf integrierter Markenkommunikation, Customer Experience Management und digitalem Vertrieb. Die Studierenden lernen, wie Marketing- und Sales-Aktivitäten strategisch miteinander verbunden werden, um eine konsistente Markenwahrnehmung und nachhaltige Kundenbindung zu schaffen. Zudem werden innovative Kommunikationskanäle

	und KI-gestützte Analysetools thematisiert, die datenbasierte Entscheidungen im Marketing- und Vertriebsmanagement ermöglichen. Die Inhalte umfassen Markenstrategie und -positionierung, integrierte Kommunikation und Storytelling, digitales und Performance Marketing, Vertrieb 4.0, CRM-Systeme und Kundendatenanalyse, Customer Journey Design sowie Praxisbeispiele erfolgreicher Marken- und Vertriebsstrategien.
4. Literatur	Pflichtlektüre: keine Zusätzlich empfohlene Literatur: Franz-Rudolf Esch, Strategie und Technik der Markenführung, 10. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden Philip Kotler / Hermawan Kartajaya / Iwan Setiawan, Marketing 5.0: Technology for Humanity, 2021, Wiley, Hoboken Christian Abegglen / Knut Bleicher, Integrierte Markenführung und Unternehmenskommunikation. Strategische Positionierung im digitalen Zeitalter, 1. Auflage, 2023, Campus Verlag, Frankfurt am Main Bernd Schmitt, Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate, 2. Auflage, 2020, Free Press, New York Scott M. Davis, Brand Asset Management: Driving Profitable Growth Through Your Brands, 2. Auflage, 2022, Jossey-Bass, San Francisco Jean-Noël Kapferer, The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking, 6. Auflage, 2023, Kogan Page, London

Fachgebiet	Master-Thesis	DBM 8
Modul	Master-Thesis	DBM 8.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	15	
Gesamtworkload (h)	390	
Lehrzeit (h)		
Lernzeit (h)	390	
Studiensemester	4 (Vollzeitstudium) bzw. 5 (Teilzeitstudium)	
Voraussetzungen	DBM 1: Soft Skills DBM 2: Forschung, Daten & Methoden DBM 3: Technologie, KI & Data Governance DBM 4: Strategie, Innovation & Prozesse DBM 5: Märkte, Finanzen & Wertschöpfung DBM 6: Leadership, Kommunikation & Kollaboration DBM 4: Vertiefung - Wahlpflicht	
Lehr- und Lernformen	keine	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich Thesis (mind. 52 Seiten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, ein Problem aus dem ihrem Studiengang entsprechenden beruflichen Tätigkeitsfeld selbstständig unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Erkenntnisse zu bearbeiten und in geeigneter Form schriftlich abzufassen.
Inhalte	Die Master-Thesis ist eine theoretische Untersuchung oder eine experimentelle oder empirische Arbeit zu einem Thema aus dem Bereich der Wirtschaftswissenschaften mit der Möglichkeit der interdisziplinären Themenauswahl im Sinne eines Integrierten Managements.
Literatur	Keine

Hinweis	In der Abschlussarbeit stellen die Studenten ihr erlerntes Wissen in einer Forschungs- und Projektarbeit höheren Komplexitätsgrades unter Beweis. Für die Abschlussarbeit sind sowohl anwendungsorientierte als auch reine Forschungsprojekte zulässig.
---------	---