

## AMTLICHE MITTEILUNGEN

VERKÜNDUNGSBLATT DER UNIVERSITÄT PADERBORN AM.UNI.PB

AUSGABE 25.26 VOM 16. JUNI 2026

---

# BESONDERE BESTIMMUNGEN DER PRÜFUNGSORDNUNG FÜR DEN ZWEI-FACH-MASTER-STUDIENGANG FÜR DAS FACH MANAGEMENT DER FAKULTÄT FÜR KULTURWISSENSCHAFTEN AN DER UNIVERSITÄT PADERBORN

VOM 16. JUNI 2026

## **Besondere Bestimmungen der Prüfungsordnung für den Zwei-Fach Master-Studiengang für das Fach Management der Fakultät für Kulturwissenschaften an der Universität Paderborn**

**vom 16. Juni 2026**

Aufgrund des § 2 Abs. 4 und des § 64 Abs. 1 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen (Hochschulgesetz – HG) vom 16. September 2014 (GV.NRW S. 547), zuletzt geändert durch Artikel 2 des Gesetzes vom 19. Dezember 2024 (GV. NRW. S. 1222), hat die Universität Paderborn folgende Ordnung erlassen:

### **Inhalt**

§ 31 Allgemeine und Besondere Bestimmungen.....	3
§ 32 Erwerb von Kompetenzen, Qualifikationsziele und Sprachenregelung.....	3
§ 33 Studienbeginn.....	3
§ 34 Zugangsvoraussetzungen .....	3
§ 35 Gliederung, Studieninhalte, Module.....	4
§ 36 Teilnahmevoraussetzungen.....	4
§ 37 Leistungen in den Modulen.....	5
§ 37a Sonderregeln zu Meldung und Abmeldung, Wiederholungs- und Kompensationsmöglichkeiten, endgültigem Nichtbestehen und Nichtteilnahme aus wichtigem Grund .....	5
§ 38 Masterarbeit.....	7
§ 39 Übergangsbestimmungen.....	7
§ 40 Inkrafttreten, Außerkrafttreten und Veröffentlichung .....	7
Anhang 1: Studienverlaufsplan <sup>1</sup> .....	8
Anhang 2: Modulbeschreibungen Pflichtmodule (für jede Kombination).....	9
Anhang 3: Modulbeschreibungen Pflichtmodule (nur für Kombination mit dem Fach Soziologie) .	17
Anhang 4: Übersicht und Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen im Wahlbereich Management (für die Kombination mit allen Fächern).....	23
Anhang 5: Übersicht und Modulbeschreibungen zu den verschränkten Wahlpflichtbereichen (exklusiv für die Kombination des Faches Management mit dem Fach Soziologie).....	82

## § 31

### Allgemeine und Besondere Bestimmungen

Diese Besonderen Bestimmungen gelten in Verbindung mit den Allgemeinen Bestimmungen der Prüfungsordnung für den Zwei-Fach-Master-Studiengang der Fakultät für Kulturwissenschaften an der Universität Paderborn in der jeweils geltenden Fassung (Allgemeine Bestimmungen). Für einen sachgerechten Aufbau des Studiums befindet sich im Anhang ein Studienverlaufsplan. Einzelheiten zu den Modulen können den Modulbeschreibungen im Anhang entnommen werden, die Teil dieser Besonderen Bestimmungen sind.

## § 32

### Erwerb von Kompetenzen, Qualifikationsziele und Sprachenregelung

(1) Das Fach Management bietet die Möglichkeit, fundierte Kenntnisse der Unternehmensführung innerhalb eines kulturwissenschaftlichen Studiengangs zu erwerben. Es ist mit allen anderen Fächern des Masterstudiengangs „Kultur und Gesellschaft“ kombinierbar.

Die mikroökonomisch fundierte universitäre Managementlehre vermittelt vor allem einen analytischen und strategischen Blick auf die betriebswirtschaftliche Kernkompetenzen Führen und Entscheiden. Zudem sind diese Kompetenzen ethisch reflektiert auf die sie leitenden Wertbilder hin zu diskutieren und zu evaluieren. Damit werden die Studierenden auf die sich stetig wandelnden Anforderungen unter den gegenwärtigen großen gesellschaftlichen und globalen Transformationsherausforderungen vorbereitet. Die so vermittelten Kernkompetenzen Führen und Entscheiden entsprechen vielen Berufsfeldern, und zwar allen im allgemeinen Management als Unternehmensgesamtleitung, aber auch Bereichen wie Marketing, Personal- und Organisationsmanagement, sowie den Governanceaufgaben, die zunehmend horizontal zu der vorherrschenden vertikalen Entscheidungsstruktur neu entstehen (Nachhaltigkeit, Compliance, wertorientiertes Management). Damit kennzeichnet das Fach Management die Vermittlung und Verschränkung ethisch-grundsätzlicher Orientierungen mit methodisch-theoretischen Wissensbezügen ausgewählter Schwerpunkte der Betriebswirtschaftslehre und einiger ihrer angrenzenden Bereiche.

Für die Kombination des Faches Management mit dem Fach Soziologie werden in den drei gesonderten und interdisziplinären Verschränkungsbereichen „Arbeit“, „Bildung“ und „Nachhaltigkeit“ die erforderlichen Kompetenzen aus betriebswirtschaftlicher Perspektive vermittelt.

(2) Masterstudium und Masterprüfung finden überwiegend in deutscher Sprache statt. Module in englischer Sprache sind in den Modulbeschreibungen ausgewiesen.

## § 33

### Studienbeginn

Es bestehen keine fachspezifischen Ausnahmen zum Studienbeginn. Es gilt § 3 der Allgemeinen Bestimmungen.

## § 34

### Zugangsvoraussetzungen

(1) Das Studium des Faches Management setzt in Umsetzung des § 4 der allgemeinen Bestimmungen einen Studienabschluss voraus, der mindestens Studienanteile in den folgenden Bereichen und Umfängen beinhaltet:

- 10 LP Statistik und quantitative Methoden
- 40 LP Betriebswirtschaftslehre, davon 20 LP Management
- 10 LP Bachelorarbeit

(Die LP der Bachelorarbeit werden nicht bei den anderen Studienanteilen berücksichtigt.)

- (2) Über die in § 4 der Allgemeinen Bestimmungen genannten Voraussetzungen hinaus bestehen für das Fach Management keine weiteren Zugangsvoraussetzungen.

### **§ 35**

#### **Gliederung, Studieninhalte, Module**

- (1) Das Studium im Fach Management umfasst 45 LP.
- (2) Im Fach Management sind folgende Module zu absolvieren:
- Einführung in die Theorie der Unternehmung (5 LP) (Pflichtmodul)
  - Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre (5 LP) (Pflichtmodul)
  - Einführung in die Methoden der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung (5 LP) (Pflichtmodul)
  - Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit (5 LP) (Pflichtmodul)
  - Wahlpflichtmodule aus dem Wahlbereich Management im Umfang von 25 LP

Die Wahlpflichtmodule können aus einem Modulkatalog (Wahlkatalog Management) gewählt werden (siehe Anhang).

- (3) In Kombination mit dem Fach Soziologie sind im Fach Management folgende Module zu absolvieren:
- Einführung in die Theorie der Unternehmung (5 LP) (Pflichtmodul)
  - Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre (5 LP) (Pflichtmodul)
  - Einführung in die Methoden der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung (5 LP) (Pflichtmodul)
  - Wahlpflichtmodule aus dem Wahlbereich Management im Umfang von 15 LP
  - Verschränkungsbereich Arbeit (5 LP)
  - Verschränkungsbereich Bildung (5 LP)
  - Verschränkungsbereich Nachhaltigkeit (5 LP)

Die Wahlpflichtmodule können aus Modulkatalogen gewählt werden (siehe Anhang).

- (4) Die Beschreibungen der einzelnen Module sind den Modulbeschreibungen im Anhang zu entnehmen. Die Modulbeschreibungen enthalten insbesondere die Qualifikationsziele bzw. Standards, Inhalte, Lehr- und Lernformen sowie die Prüfungsmodalitäten und Prüfungsformen sowie etwaige Nachweise qualifizierter Teilnahme. Konkretisierungen finden sich jeweils aktuell im Modulhandbuch der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften. Das Modulhandbuch wird vor Beginn eines akademischen Jahres vom Fakultätsrat für Wirtschaftswissenschaften verabschiedet. Es ist unmittelbar danach, vor Beginn der Anmeldephase für das Wintersemester des jeweils folgenden akademischen Jahres zu veröffentlichen und gilt verbindlich für ein Jahr (Oktober bis September). Das Modulhandbuch wird auf der Homepage der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften bereitgestellt.

### **§ 36**

#### **Teilnahmevoraussetzungen**

- (1) Teilnahmevoraussetzungen für ein Modul gemäß § 7 Absatz 2 der Allgemeinen Bestimmungen regeln die Modulbeschreibungen.
- (2) Weitere Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen gemäß § 12 Absatz 2 der Allgemeinen Bestimmungen wie zum Beispiel etwaige Anwesenheitsobliegenheiten, werden in den Modulbeschreibungen geregelt.

## **§ 37** **Leistungen in den Modulen**

- (1) In den Modulen sind Leistungen nach Maßgabe der Modulbeschreibungen zu erbringen,
- (2) Prüfungsleistungen werden gemäß § 15 der Allgemeinen Bestimmungen erbracht. Folgende andere Formen sind insbesondere vorgesehen:
  - Referate  
Ein Referat ist ein Vortrag von etwa 15 bis 45 Minuten Dauer auf der Grundlage einer schriftlichen Ausarbeitung. Dabei sollen die Studierenden nachweisen, dass sie zur wissenschaftlichen Ausarbeitung eines Themas in der Lage sind und die Ergebnisse vortragen können
  - Praktikumsberichte und Forschungsberichte  
Ein Praktikumsbericht ist eine wissenschaftlich geprägte, schriftliche Reflexion zu Tätigkeiten im späteren Berufsfeld anhand des absolvierten Praktikums. Ein Forschungsbericht ist eine wissenschaftlich geprägte, schriftliche Reflexion zu Tätigkeiten wissenschaftlichen, forschungsorientierten Berufsfeld. Der Umfang eines Praktikums- bzw. Forschungsberichts beträgt 10 bis 40 Seiten.
  - Softwareprüfungen  
Bei einer Softwareprüfung handelt es sich um ein Prüfungsformat, mit dem fachwissenschaftliche Kompetenzen im Kontext eines Computerprogramms und dessen Anwendung geprüft werden.
  - Fallstudien  
Eine Fallstudie stellt eine Anwendung des theoretisch erworbenen Wissens im Rahmen der Veranstaltung auf eine konkrete praxisbezogene Situation dar. Der Umfang einer Fallstudie beträgt 10 bis 30 Seiten.  
Abweichend von § 15 der Allgemeinen Bestimmungen beträgt bei Schriftlichen Hausarbeiten der Umfang 10-40 Seiten (10.000 – 80.000 Zeichen) und beträgt bei Portfolios der Umfang 5 bis 35 Seiten (10.000 – 70.000 Zeichen).
- (3) Ausnahmen zur Anwesenheitsobliegenheit gemäß § 15 Absatz 3 der Allgemeinen Bestimmungen sind in den Modulbeschreibungen geregelt.

### **§ 37a**

#### **Sonderregeln zu Meldung und Abmeldung, Wiederholungs- und Kompensationsmöglichkeiten, endgültigem Nichtbestehen und Nichtteilnahme aus wichtigem Grund**

- (1) Zu jedem Modul ist eine gesonderte Meldung durch die Studierenden im Campusmanagementsystem der Universität Paderborn erforderlich. Die Meldung zum Modul ist gleichzeitig die Meldung zu der entsprechenden Modulprüfung. Werden im Anschluss an diese Meldung im Rahmen der entsprechenden Modulprüfung keine Leistungspunkte erlangt (sei es aufgrund von Rücktritt oder Nichtbestehen), so ist für eine erneute Belegung des Moduls eine gesonderte Meldung zum Modul durch die Studierenden erforderlich.
- (2) Die Meldung zu einem Modul erfolgt grundsätzlich in einem vom Prüfungsausschuss festgesetzten Zeitraum, der auf der Webseite der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und im Campus Management System der Universität Paderborn veröffentlicht wird. Dieser Anmeldezeitraum liegt in der Regel in dem Semester, das dem Veranstaltungsemester vorausgeht. Er ist so zu bestimmen, dass ein reibungsloser Studienverlauf möglich ist. Sofern die Auslastung es zulässt, kann die Meldung zu einem Modul auch innerhalb der ersten drei Vorlesungswochen eines Semesters erfolgen.

- (3) Die Wahl eines Moduls im Wahlpflichtbereich erfolgt durch die Meldung zu dem entsprechenden Modul. Ein Wahlpflichtmodul kann nur gewählt werden, wenn durch die Wahl der Umfang des jeweiligen Wahlpflichtbereichs nicht überschritten wird. § 20 der Allgemeinen Bestimmungen bleibt unberührt. Ist ein Wahlpflichtmodul mehreren Wahlpflichtbereichen zugeordnet, geben die Studierenden bei der Meldung den Wahlpflichtbereich an, dem das Modul zugeordnet werden soll. Die Studierenden können die Zuordnung eines Wahlpflichtmoduls zu einem Wahlpflichtbereich nach Satz 4 auf Antrag beim Zentralen Prüfungssekretariat nachträglich ändern, wobei die Anzahl der Neuzuordnungen, die ein Studierender oder eine Studierende während seines bzw. ihres Studiums vornehmen kann, auf 6 Neuzuordnungen begrenzt ist.
- (4) Eine Abmeldung von Prüfungen kann spätestens zwei Tage vor der ersten Prüfung in einem Modul im Campusmanagementsystem der Universität Paderborn ohne Angabe von Gründen vorgenommen werden.
- (5) Ist die Teilnahme an einer Modulteilprüfung wegen Krankheit oder aus einem anderen wichtigen Grund nicht möglich, dann kann
  - a. die Kandidatin oder der Kandidat auf Antrag beim Zentralen Prüfungssekretariat von der Modulprüfung zurücktreten, sofern kein Ersatz für die versäumte Teilprüfung angeboten wird.
  - b. der Prüfungsausschuss in Absprache mit dem verantwortlichen Lehrenden im Einzelfall die Möglichkeit organisieren, das Modul zeitnah abzuschließen. Diese Möglichkeit soll insbesondere dann organisiert werden, wenn die Kandidatin oder der Kandidat bereits die Hälfte oder mehr der in dem Modul geforderten Leistungen erbracht hat. Die Gewichte der Modulteilprüfungen sind hierfür maßgeblich. Andernfalls wird diese Modulteilprüfung mit der Note mangelhaft (5,0) bewertet und geht mit dieser Note in die Berechnung der Modulnote ein.
- (6) Wird ein Modul mit einer Modulnote schlechter als ausreichend (4,0) bewertet, so kann das Modul mit der dazugehörigen Modulprüfung wiederholt werden. Eine Modulprüfung kann zweimal wiederholt werden. Ein Modul ist endgültig nicht bestanden, wenn die Modulprüfung nicht mehr wiederholt werden kann.
- (7) Modulteilprüfungen sind nicht einzeln zu bestehen. Besteht die Modulprüfung aus Modulteilprüfungen, so können die einzelnen Modulteilprüfungen weder wiederholt noch nachgebessert werden. Wird eine Modulteilprüfung mit schlechter als ausreichend (4,0) bewertet, findet eine Kompensation durch die gewichtete Einbeziehung aller einzeln erreichten Noten der Modulteilprüfungen in dem Modul bei der Bildung der Modulnote statt.
- (8) Es gibt keine mündliche Ersatzprüfung gemäß § 22 Absatz 2 der Allgemeinen Bestimmungen.
- (9) Für Klausuren nach dem Antwort-Wahl-Verfahren gelten die Regelungen der Allgemeinen Bestimmungen der Prüfungsordnungen für die Masterstudiengänge der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften in der jeweils geltenden Fassung.
- (10) Zusätzlich zu Prüfungsleistungen können Bonusleistungen erbracht werden. Bonusleistungen werden ausschließlich im Zusammenhang mit einer konkreten Veranstaltung erbracht. Bonusleistungen werden in der Regel studienbegleitend und freiwillig erbracht. Als Erbringungsformen sind Präsenz- oder Hausaufgaben, Testate oder Projektarbeit zulässig. Diese Bonusleistungen sollen die Studierenden schrittweise auf nachfolgende Prüfungsleistungen vorbereiten. Die Bonusleistungen können bewertet werden und die Modulnote nach einem vorher festgelegten Schlüssel verbessern (Bonussystem). Die Modulabschlussprüfung muss unabhängig vom Bonussystem bestanden werden. Das Bonussystem kann die Modulnote um maximal 0,7 verbessern.

### **§ 38 Masterarbeit**

- (1) Die Masterarbeit kann auf Antrag in englischer Sprache verfasst werden (vgl. § 17 der Allgemeinen Bestimmungen).
- (2) Eine mündliche Verteidigung gemäß § 19 der Allgemeinen Bestimmungen ist erforderlich.

### **§ 39 Übergangsbestimmungen**

Die Übergangsbestimmungen für Studierende vor dem Wintersemester 2026/2027 regelt § 30 der Allgemeinen Bestimmungen.

### **§ 40 Inkrafttreten, Außerkrafttreten und Veröffentlichung**

- (1) Diese Besonderen Bestimmungen der Prüfungsordnung für den Zwei-Fach-Masterstudiengang der Fakultät für Kulturwissenschaften treten am 1. Oktober 2026 in Kraft. Gleichzeitig treten die Besonderen Bestimmungen der Prüfungsordnung für den Masterstudiengang „Kultur und Gesellschaft“ für das Fach Management der Fakultät für Kulturwissenschaften an der Universität Paderborn vom 11. Juni 2019 (AM.Uni.Pb. 31.19), geändert durch Satzung vom 30. September 2024 (AM.Uni.Pb. 64.24), außer Kraft. Die Zugangsregelungen gemäß § 34 gelten bereits für Einschreibungen zum Wintersemester 2026/2027. Weiteres regelt § 30 der Allgemeinen Bestimmungen.
- (2) Diese Besonderen Bestimmungen werden in den Amtlichen Mitteilungen der Universität Paderborn (AM.Uni.Pb) veröffentlicht.
- (3) Gemäß § 12 Abs. 5 HG kann nach Ablauf eines Jahres seit der Bekanntmachung dieser Ordnung gegen diese Ordnung die Verletzung von Verfahrens- oder Formvorschriften des Hochschulgesetzes oder des Ordnungs- oder des sonstigen autonomen Rechts der Hochschule nicht mehr geltend gemacht werden, es sei denn,
  1. die Ordnung ist nicht ordnungsgemäß bekannt gemacht worden,
  2. das Präsidium hat den Beschluss des die Ordnung beschließenden Gremiums vorher beanstandet,
  3. der Form- oder Verfahrensmangel ist gegenüber der Hochschule vorher gerügt und dabei die verletzte Rechtsvorschrift und die Tatsache bezeichnet worden, die den Mangel ergibt, oder
  4. bei der öffentlichen Bekanntmachung der Ordnung ist auf die Rechtsfolge des Rügeausschlusses nicht hingewiesen worden.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Fakultätsrates der Fakultät für Kulturwissenschaften vom 30. April 2025 und des Fakultätsrats der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften vom 9. April 2025 sowie nach Prüfung der Rechtmäßigkeit durch das Präsidium der Universität Paderborn vom 28. Mai 2025.

Paderborn, den 16. Juni 2026

Der Präsident  
der Universität Paderborn

Professor Dr. Matthias Bauer

**Anhang 1:  
Studienverlaufsplan<sup>1</sup>**

Semester	Fach Management in Kombination mit einem beliebigen weiteren Fach (Ausnahme Soziologie)		
	Module oder Modulbelegungen in Wahlpflichtbereichen	LP	Workload
1.	Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre	5	150
	Einführung in die Methoden der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung	5	150
	Wahlpflichtbereich Management <sup>2</sup>	5	150
	<b>Summe</b>	<b>15</b>	<b>450</b>
2.	Einführung in die Theorie der Unternehmung	5	150
	Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit	5	150
	Wahlpflichtbereich Management	5	300
	<b>Summe</b>	<b>15</b>	<b>450</b>
3.	Wahlpflichtbereich Management	15	450
	<b>Summe</b>	<b>15</b>	<b>450</b>
4.	Ergänzungsbereich	12	360
	Abschlussmodul	18	540
	- Masterarbeit		450
	- mündliche Verteidigung		90
<b>Summe</b>	<b>30</b>	<b>900</b>	

Semester	Fach Management in Kombination mit dem Fach Soziologie		
	Module oder Modulbelegungen in Wahlpflichtbereichen	LP	Workload
1.	Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre	5	150
	Einführung in die Methoden der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung	5	150
	Wahlpflichtbereich Management	5	150
	<b>Summe</b>	<b>15</b>	<b>450</b>
2.	Einführung in die Theorie der Unternehmung	5	150
	Verschränkungsbereich Bildung	5	150
	Verschränkungsbereich Arbeit	5	150
	<b>Summe</b>	<b>15</b>	<b>450</b>
3.	Verschränkungsbereich Nachhaltigkeit	5	150
	Wahlpflichtbereich Management	10	300
	<b>Summe</b>	<b>15</b>	<b>450</b>

<b>4.</b>	Ergänzungsbereich	<b>12</b>	<b>360</b>
	Abschlussmodul		540
	- Masterarbeit	<b>18</b>	450
	- mündliche Verteidigung		90
	<b>Summe</b>	<b>30</b>	<b>900</b>

<sup>1</sup> Der Studienverlaufsplan gilt als Empfehlung und Orientierung.

<sup>2</sup> Die Module aus dem Wahlkatalog Management können im Umfang von 5 oder 10 LP angeboten werden.

### Anhang 2: Modulbeschreibungen Pflichtmodule (für jede Kombination)

Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre							
Introduction to the theories of modern business administration							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.5122	150	5	1	WS	1	Deutsch	P
<b>1</b>	<b>Modulstruktur:</b>						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	K.184.51221 / Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre	Vorlesung	45	105	P	120	
<b>2</b>	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
<b>3</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
<b>4</b>	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Das Modul „Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre“ vermittelt den Studierenden vertiefende Kenntnisse der Methoden und Instrumente einzelner unternehmerischer Funktionen aus einer managementorientierten Perspektive – primär Management, Organisation, Personal und Marketing. Spezifische, praxisrelevante Problemstellungen dieser Funktionen werden dabei differenziert, dezidiert und lösungsorientiert diskutiert – unter Berücksichtigung moderner Konzepte, Modelle und Theorien.</p> <p>Es werden beispielsweise thematisiert:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wozu Unternehmen?</li> <li>- Strategisches Management</li> <li>- Marketing</li> <li>- Produktionsmanagement</li> <li>- Organisation und Corporate Governance</li> <li>- Human Resource Management</li> <li>- Leadership</li> </ul>						

	<p>Diese Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre bietet den Studierenden einen Überblick über relevante Themen der betriebswirtschaftlichen Praxis spezieller Funktionen eines Unternehmens aus aktueller Sicht.</p> <p>Das Modul basiert in großen Teilen auf Selbststudium und setzt ein hohes Maß an Eigenverantwortung voraus. In Präsenzterminen werden beispielhaft Fallstudien aufgearbeitet.</p>								
5	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b> Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b> lernen vordergründig die unternehmerischen Funktionen Management, Organisation, Personal und Marketing kennen, vertiefen ihre Kenntnisse der Methoden und Instrumente dieser unternehmerischen Funktionen sowie die ihnen zugrundeliegenden Konzepte, Modelle und Theorien.</p> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b> lernen die funktionsspezifischen Begriffe und Konzepte auf relevante Problemstellungen anzuwenden und unter Einbezug gegenwärtiger wirtschaftlicher Geschehnisse zu analysieren, zu transferieren und kontrovers zu diskutieren.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b> arbeiten bei der Präsentation von Übungsaufgaben innerhalb der Vorlesung/Übung mit.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b> bereiten die Inhalte der Vorlesung und insbesondere der Übung selbstständig vor und nach.</p>								
6	<p><b>Prüfungsleistung:</b>  <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>zu</th> <th>Prüfungsform</th> <th>Dauer bzw. Umfang</th> <th>Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a)</td> <td>Klausur</td> <td>60 Minuten</td> <td>100 %</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Klausur	60 Minuten	100 %
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote						
a)	Klausur	60 Minuten	100 %						
7	<p><b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme</b> Keine</p>								
8	<p><b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine</p>								
9	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist</p>								
10	<p><b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)</p>								
11	<p><b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. IBS, M.Sc. BWL, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management, M.Sc. Management &amp; Information Systems, M.Sc. Taxation, Accounting and Finance, M.Sc. Winfo, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.A. Betriebliches Gesundheitsmanagement, Zwei-Fach-Master-Studiengang</p>								
12	<p><b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. René Fahr</p>								
12 a	<p><b>Ansprechpartner/in:</b> Alina Elrich (alina.elrich@uni-paderborn.de)</p>								
13	<p><b>Sonstige Hinweise:</b> Keine</p>								

Einführung in die Theorie der Unternehmung							
Introduction to the theory of enterprise							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.5121	150	5	2	SoSe	1	Deutsch	P
<b>1</b>	<b>Modulstruktur:</b>						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	K.184.51211 / Einführung in die Theorie der Unternehmung	Vorlesung / Übung	45	105	P	120	
<b>2</b>	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
<b>3</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
<b>4</b>	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Das Modul „Einführung in die Theorie der Unternehmung“ vermittelt den Studierenden die grundlegenden Aspekte und Annahmen der Theorien von Organisationen, die in vielen Bereichen des Managements eingesetzt werden. Viele der in der Managementforschung angeführten Theorien von Organisationen stammen aus den Wirtschaftswissenschaften und der Soziologie. In diesem Modul werden daher die führenden wirtschaftlichen und soziologische Theorien von Organisationen thematisiert. Dazu gehören unter anderem Institutionenökonomische Theorien der Organisation (wie z.B. Transaktionskostentheorie, Theorie der Verfügungsrechte, Agenturtheorie), Evolutionstheoretische Ansätze, sowie Neoinstitutionalistische Ansätze. Die Analyse verschiedener theoretischer Perspektiven führt zur Entwicklung des Verständnisses der Studierenden für die Stärken und Schwächen der jeweiligen Theorie. Das Ziel des Moduls „Einführung in die Theorie der Unternehmung“ ist es, die verschiedenen Theorien von Organisationen zu verstehen und auf Problemstellungen aus unterschiedlichen Bereichen des Managements (z.B. Human Resource Management oder Marketing) anwenden zu können.</p>						
<b>5</b>	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b></p> <p>Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b> kennen grundlegende Aspekte und Annahmen der Theorien der Organisationen und können diese beschreiben.</p> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b> können das erarbeitete Wissen auf praxisrelevante Sachverhalte anwenden. können das erarbeitete Wissen vor dem Hintergrund moderner betriebswirtschaftlicher Problemstellungen theoretisch reflektieren.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b> arbeiten in der Vorlesung/Übung aktiv mit. bearbeiten gemeinsam im Team verschiedene Übungsaufgaben.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b> bereiten die Inhalte der Vorlesung/Übung selbstständig vor und nach. setzen sich eigenverantwortlich mit einem aktuellen Problem unter Einbezug relevanter Theorien auseinander. vertiefen ihre Fähigkeiten zum wissenschaftlichen Arbeiten durch eigenständige Auseinandersetzung mit komplexen Theorien und wissenschaftlichen Texten.</p>						

6	<b>Prüfungsleistung:</b>			
	<input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP) <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP) <input type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)			
	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
	a)	Klausur	60 Minuten	100 %
7	<b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme</b> Keine			
8	<b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine			
9	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist			
10	<b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)			
11	<b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. International Business Studies, M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management & Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.Sc. Management, , M.Sc. Taxation, Accounting and Finance, M.A. Betriebliches Gesundheitsmanagement, Zwei-Fach-Master-Studiengang			
12	<b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. Kirsten Thommes/ Prof. Dr. Eva Böhm (im Wechsel)			
12 a	<b>Ansprechpartner/in:</b> Miro Mehic (miro.mehic@uni-paderborn.de)			
13	<b>Sonstige Hinweise:</b> Die Lernmaterialien und die relevante Literatur werden über PANDA zur Verfügung gestellt.			

Einführung in die Methoden der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung							
Introduction to Methods of Economic and Social Research							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.5161	150	5	1	WS	1	Deutsch	P
<b>1</b>	<b>Modulstruktur:</b>						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	K.184.51611 / Einführung in die Methoden der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung	Vorlesung / Übung	45	105	P	120	
<b>2</b>	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
<b>3</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
<b>4</b>	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Im Modul Einführung in die Methoden der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung erhalten die Studierenden ein Grundverständnis dafür, welche verschiedenen qualitativen und quantitativen Erhebungsmethoden in der Wirtschafts- und Sozialforschung herangezogen werden können. Zudem werden die Stärken, aber auch die spezifischen Probleme bei der Anwendung der jeweiligen Methoden behandelt. Dabei wird die Erhebungsmethode immer in Zusammenhang mit dem Erkenntnisgegenstand, der Forschungsfrage und der geeigneten Auswertung besprochen. Im Fokus stehen folgende Erhebungsinstrumente, die teilweise weiter in verschiedene Arten unterteilt werden: Beobachtungsdaten, Interviews, Fragebogenuntersuchung, Experimente, statistische Analysen auf deskriptivem und induktivem Niveau.</p> <p>Grundlage für die Erarbeitung ist ein umfassendes Verständnis von Wissenschaftstheorie (Kausalität, Induktion), welches zu Beginn vermittelt wird. Eine Einleitung in die statistische Analyse und Interpretation anhand von Ausgaben einzelner Auswertungsprogramme und die dazu geeignete Ergebnisaufbereitung rundet das Konzept des Moduls ab, sodass die Studierenden am Ende des Semesters den gesamten Prozess eines empirischen Forschungsprojektes durchlaufen und das Grundverständnis für die Durchführung eines eigenen empirischen Forschungsprojektes im Bereich der Managementforschung haben.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Einheit: Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens</li> <li>2. Einheit: Gütekriterien, Sample Selection und Biases</li> <li>3. Einheit: Beobachtungen und Fallstudien</li> <li>4. Einheit: Interviews</li> <li>5. Einheit: Adäquationsproblem und Güte</li> <li>6. Einheit: Frage- und Fragebogendesign</li> <li>7. Einheit: Querschnitt- und Längsschnittverfahren</li> <li>8. Einheit: Feldexperimente</li> <li>9. Einheit: Laborexperimente</li> <li>10. Einheit: Deskriptive Statistik</li> <li>11. Einheit: Induktive Statistik</li> <li>12. Einheit: Nicht-parametrische Verfahren</li> </ol>						
<b>5</b>	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b></p> <p>Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b></p> <p>können Methoden in der Wirtschafts- und Sozialforschung erklären und anwenden.</p> <p>können die qualitativen und quantitativen Erhebungsmethoden in der Wirtschafts- und Sozialforschung erläutern und vergleichen.</p>						

	<p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b>                  Können verschiedene Erhebungsinstrumente im wissenschaftlichen Arbeiten anwenden.                  können geeignete Erhebungsinstrumente im wissenschaftlichen Arbeiten auswählen und methodische Vorgehensweisen zu Forschungsfragen im Bereich der Wirtschafts- und Sozialforschung bewerten.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b>                  können die Ergebnisse bei der Aufgabenbearbeitung in Einzelarbeit und in Kleingruppen reflektieren.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b>                  können durch die eigenständige Bearbeitung von Übungsaufgaben die Methoden der empirischen Wirtschaft- und Sozialforschung erklären und übertragen.</p>												
6	<p><b>Prüfungsleistung:</b>  <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>zu</th> <th>Prüfungsform</th> <th>Dauer bzw. Umfang</th> <th>Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a)</td> <td>Klausur</td> <td>60 Minuten</td> <td>20 %</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Klausur</td> <td>90 Minuten</td> <td>80 %</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Klausur	60 Minuten	20 %	a)	Klausur	90 Minuten	80 %
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote										
a)	Klausur	60 Minuten	20 %										
a)	Klausur	90 Minuten	80 %										
7	<p><b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme</b>                  Keine</p>												
8	<p><b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b>                  Keine</p>												
9	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b>                  Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist</p>												
10	<p><b>Gewichtung für Gesamtnote:</b>                  Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)</p>												
11	<p><b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b>                  M.Sc. International Business Studies, M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management &amp; Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M. Ed. Wirtschaftspädagogik, M.A. Betriebliches Gesundheitsmanagement, Zwei-Fach-Master-Studiengang</p>												
12	<p><b>Modulbeauftragte/r:</b>                  Prof. Dr. Kirsten Thommes</p>												
12 a	<p><b>Ansprechpartner/in:</b>                  Miro Mehic (<a href="mailto:miro.mehic@uni-paderborn.de">miro.mehic@uni-paderborn.de</a>)</p>												
13	<p><b>Sonstige Hinweise:</b>                  Der Kurs wird auf Deutsch abgehalten. Es wird dennoch englische Inhalte und Texte als zentrale Bestandteile des Kurses geben. Die Vorlesung findet in Präsenz zu den angegebene Zeiten statt. Es werden Übungsaufgaben als Lernkontrolle bereitgestellt, um die Inhalte praktisch anzuwenden. Die Aufgaben werden in der zweiwöchigen Übung besprochen und diskutiert.                  Die Prüfungsleistung wird über einen Test zur Hälfte der Veranstaltung und einer Präsenzklausur abgelegt, die in der Prüfungsphase nach der Vorlesungszeit stattfinden wird.                  Basisliteratur:                  - VanderStoep, S. W., &amp; Johnson, D. D. (2008). Research methods for everyday life: Blending qualitative and quantitative approaches (Vol. 32). John Wiley &amp; Sons                  - Gray, P. S., Williamson, J. B., Karp, D. A., &amp; Dalphin, J. R. (2007). The research imagination. An introduction to qualitative and quantitative methods.                  - Goldenstein, J., Hunoldt, M., &amp; Walgenbach, P. (2018). Wissenschaftliche (s) Arbeiten in den Wirtschaftswissenschaften: Themenfindung–Recherche–Konzeption–Methodik–Argumentation. Springer-Verlag.</p>												

Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit																			
Corporate Responsibility																			
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:												
M.184.4188	150	5	2.	SoSe	1	Deutsch	WP												
<b>1</b>	<b>Modulstruktur:</b>																		
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)													
a)	K.184.41881 / Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit	Vorlesung	45	105	P	60													
<b>2</b>	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine																		
<b>3</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine																		
<b>4</b>	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Dieses Modul setzt sich aus den Bereichen Wirtschaftsethik, Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit zusammen. Zu den jeweiligen Themenblöcken werden einschlägige Literaturtexte die Grundlage für die Vorlesung bieten, die es im Vorfeld durch entsprechende Leitfragen zu bearbeiten gilt.</p> <p>Ziel des Moduls ist, die Studierenden für die Chancen und Herausforderungen der Wirtschaftsethik mit Bezug auf Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit zu sensibilisieren und ihnen im Rahmen einer intensiven Auseinandersetzung mit verschiedene Texten die Möglichkeit zu geben, einen eigenen fundierten sowie differenzierten Standpunkt zu erarbeiten.</p>																		
<b>5</b>	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b></p> <p>Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b></p> <p>kennen die zentralen theoretischen Perspektiven und Modelle im Kontext von Doughnut Economy.    Kennen die zentralen Begriffe, Ziele und Kontroversen im Kontext von Sustainable Development.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b></p> <p>können ökonomische Handlungsoptionen und Entscheidungssituationen reflektieren und differenziert bewerten. Sind in der Lage, aktuelle Problemstellungen und wirtschaftsethische Überlegungen in einen theoretischen Rahmen einzuordnen und innerhalb dieses Rahmens konsistent zu argumentieren.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b></p> <p>Stellen ihre Ausarbeitung mit Hilfe geeigneter Präsentationsmedien vor und vertreten diese im Rahmen einer Plenumsdiskussion argumentativ.</p> <p>erarbeiten in Kleingruppen eigenverantwortlich ausgewählte Vertiefungsthemen.</p> <p>bringen sich durch aktive Mitarbeit ein.</p>																		
<b>6</b>	<p><b>Prüfungsleistung:</b></p> <p><input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>zu</th> <th>Prüfungsform</th> <th>Dauer bzw. Umfang</th> <th>Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a)</td> <td>Klausur</td> <td>60 Minuten</td> <td>60 %</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Portfolio</td> <td>35 Seiten</td> <td>40 %</td> </tr> </tbody> </table>							zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Klausur	60 Minuten	60 %	a)	Portfolio	35 Seiten	40 %
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote																
a)	Klausur	60 Minuten	60 %																
a)	Portfolio	35 Seiten	40 %																
<b>7</b>	<b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme</b> Keine																		

8	<b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine
9	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist
10	<b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)
11	<b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. International Business Studies, M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management & Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, Zwei-Fach-Master-Studiengang
12	<b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. René Fahr
12 a	<b>Ansprechpartner/in:</b> Sabrina Plaß (splass@mail.upb.de), Lisa-Miriam Wester (Lisa.Miriam.Werner@unipaderborn.de)
13	<b>Sonstige Hinweise:</b> Keine

**Anhang 3:  
Modulbeschreibungen Pflichtmodule (nur für Kombination mit dem Fach Soziologie)**

<b>Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre</b>							
Introduction to the theories of modern business administration							
<b>Modulnummer:</b>	<b>Workload (h):</b>	<b>LP:</b>	<b>Studiensemester:</b>	<b>Turnus:</b>	<b>Dauer (in Sem.):</b>	<b>Sprache:</b>	<b>P/WP:</b>
M.184.5122	150	5	1	WS	1	Deutsch	P
<b>1</b>	<b>Modulstruktur:</b>						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	K.184.51221 / Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre	Vorlesung	45	105	P	120	
<b>2</b>	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
<b>3</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
<b>4</b>	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Das Modul „Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre“ vermittelt den Studierenden vertiefende Kenntnisse der Methoden und Instrumente einzelner unternehmerischer Funktionen aus einer managementorientierten Perspektive – primär Management, Organisation, Personal und Marketing.</p> <p>Spezifische, praxisrelevante Problemstellungen dieser Funktionen werden dabei differenziert, dezidiert und lösungsorientiert diskutiert – unter Berücksichtigung moderner Konzepte, Modelle und Theorien.</p> <p>Es werden beispielsweise thematisiert:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wozu Unternehmen?</li> <li>- Strategisches Management</li> <li>- Marketing</li> <li>- Produktionsmanagement</li> <li>- Organisation und Corporate Governance</li> <li>- Human Resource Management</li> <li>- Leadership</li> </ul> <p>Diese Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre bietet den Studierenden einen Überblick über relevante Themen der betriebswirtschaftlichen Praxis spezieller Funktionen eines Unternehmens aus aktueller Sicht.</p> <p>Das Modul basiert in großen Teilen auf Selbststudium und setzt ein hohes Maß an Eigenverantwortung voraus. In Präsenzterminen werden beispielhaft Fallstudien aufgearbeitet.</p>						
<b>5</b>	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b></p> <p>Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b></p> <p>lernen vordergründig die unternehmerischen Funktionen Management, Organisation, Personal und Marketing kennen, vertiefen ihre Kenntnisse der Methoden und Instrumente dieser unternehmerischen Funktionen sowie die ihnen zugrundeliegenden Konzepte, Modelle und Theorien.</p> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b></p> <p>lernen die funktionsspezifischen Begriffe und Konzepte auf relevante Problemstellungen anzuwenden und unter Einbezug gegenwärtiger wirtschaftlicher Geschehnisse zu analysieren, zu transferieren und kontrovers zu diskutieren.</p>						

	<p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b> arbeiten bei der Präsentation von Übungsaufgaben innerhalb der Vorlesung/Übung mit.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b> bereiten die Inhalte der Vorlesung und insbesondere der Übung selbstständig vor und nach.</p>								
6	<p><b>Prüfungsleistung:</b>  <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>zu</th> <th>Prüfungsform</th> <th>Dauer bzw. Umfang</th> <th>Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a)</td> <td>Klausur</td> <td>60 Minuten</td> <td>100 %</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Klausur	60 Minuten	100 %
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote						
a)	Klausur	60 Minuten	100 %						
7	<p><b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme</b> Keine</p>								
8	<p><b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine</p>								
9	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist</p>								
10	<p><b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)</p>								
11	<p><b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. IBS, M.Sc. BWL, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management, M.Sc. Management &amp; Information Systems, M.Sc. Taxation, Accounting and Finance, M.Sc. Winfo, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.A. Betriebliches Gesundheitsmanagement, Zwei-Fach-Master-Studiengang</p>								
12	<p><b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. René Fahr</p>								
12 a	<p><b>Ansprechpartner/in:</b> Alina Elrich (alina.elrich@uni-paderborn.de)</p>								
13	<p><b>Sonstige Hinweise:</b> Keine</p>								

<b>Einführung in die Theorie der Unternehmung</b>							
Introduction to the theory of enterprise							
<b>Modulnummer:</b>	<b>Workload (h):</b>	<b>LP:</b>	<b>Studiensemester:</b>	<b>Turnus:</b>	<b>Dauer (in Sem.):</b>	<b>Sprache:</b>	<b>P/WP:</b>
M.184.5121	150	5	2.	SoSe	1	Deutsch	P
<b>1</b>	<b>Modulstruktur:</b>						
	Lehrveranstaltung		Lehr-form	Kontakt-zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	K.184.51211 / Einführung in die Theorie der Unternehmung		Vorlesung / Übung	45	105	P	120
<b>2</b>	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
<b>3</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
<b>4</b>	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Das Modul „Einführung in die Theorie der Unternehmung“ vermittelt den Studierenden die grundlegenden Aspekte und Annahmen der Theorien von Organisationen, die in vielen Bereichen des Managements eingesetzt werden. Viele der in der Managementforschung angeführten Theorien von Organisationen stammen aus den Wirtschaftswissenschaften und der Soziologie. In diesem Modul werden daher die führenden wirtschaftlichen undsoziologische Theorien von Organisationen thematisiert. Dazu gehören unter anderem InstitutionenökonomischeTheorien der Organisation (wie z.B. Transaktionskostentheorie, Theorie der Verfügungsrechte, Agenturtheorie),Evolutionstheoretische Ansätze, sowie Neoinstitutionalistische Ansätze.</p> <p>Die Analyse verschiedener theoretischer Perspektiven führt zur Entwicklung des Verständnisses der Studierenden für dieStärken und Schwächen der jeweiligen Theorie. Das Ziel des Moduls „Einführung in die Theorie der Unternehmung“ istes, die verschiedenen Theorien von Organisationen zu verstehen und auf Problemstellungen aus unterschiedlichenBereichen des Managements (z.B. Human Resource Management oder Marketing) anwenden zu können.</p>						
<b>5</b>	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b></p> <p>Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b> kennen grundlegende Aspekte und Annahmen der Theorien der Organisationen und können diese beschreiben.</p> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b> können das erarbeitete Wissen auf praxisrelevante Sachverhalte anwenden. können das erarbeitete Wissen vor dem Hintergrund moderner betriebswirtschaftlicher Problemstellungen theoretisch reflektieren.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b> arbeiten in der Vorlesung/Übung aktiv mit. bearbeiten gemeinsam im Team verschiedene Übungsaufgaben.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b> bereiten die Inhalte der Vorlesung/Übung selbstständig vor und nach. setzen sich eigenverantwortlich mit einem aktuellen Problem unter Einbezug relevanter Theorien auseinander. vertiefen ihre Fähigkeiten zum wissenschaftlichen Arbeiten durch eigenständige Auseinandersetzung mitkomplexen Theorien und wissenschaftlichen Texten.</p>						

<b>6</b>	<b>Prüfungsleistung:</b>			
	<input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)		<input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)	
	<input type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)			
	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
	a)	Klausur	60 Minuten	100 %
<b>7</b>	<b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme</b> Keine			
<b>8</b>	<b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine			
<b>9</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist			
<b>10</b>	<b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)			
<b>11</b>	<b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. International Business Studies, M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management & Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.Sc. Management, , M.Sc. Taxation, Accounting and Finance, M.A. Betriebliches Gesundheitsmanagement, Zwei-Fach-Master-Studiengang			
<b>12</b>	<b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. Kirsten Thommes/ Prof. Dr. Eva Böhm (im Wechsel)			
<b>12</b> <b>a</b>	<b>Ansprechpartner/in:</b> Miro Mehic (miro.mehic@uni-paderborn.de)			
<b>13</b>	<b>Sonstige Hinweise:</b> Die Lernmaterialien und die relevante Literatur werden über PANDA zur Verfügung gestellt.			

Einführung in die Methoden der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung							
Introduction to Methods of Economic and Social Research							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.5161	150	5	1	WS	1	Deutsch	P
<b>1</b>	<b>Modulstruktur:</b>						
	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt-zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)	
a)	K.184.51611 / Einführung in die Methoden der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung	Vorlesung / Übung	45	105	P	120	
<b>2</b>	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
<b>3</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
<b>4</b>	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Im Modul Einführung in die Methoden der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung erhalten die Studierenden ein Grundverständnis dafür, welche verschiedenen qualitativen und quantitativen Erhebungsmethoden in der Wirtschafts- und Sozialforschung herangezogen werden können. Zudem werden die Stärken, aber auch die spezifischen Probleme bei der Anwendung der jeweiligen Methoden behandelt. Dabei wird die Erhebungsmethode immer in Zusammenhang mit dem Erkenntnisgegenstand, der Forschungsfrage und der geeigneten Auswertung besprochen. Im Fokus stehen folgende Erhebungsinstrumente, die teilweise weiter in verschiedene Arten unterteilt werden: Beobachtungsdaten, Interviews, Fragebogenuntersuchung, Experimente, statistische Analysen auf deskriptivem und induktivem Niveau.</p> <p>Grundlage für die Erarbeitung ist ein umfassendes Verständnis von Wissenschaftstheorie (Kausalität, Induktion), welches zu Beginn vermittelt wird. Eine Einleitung in die statistische Analyse und Interpretation anhand von Ausgabeneinzeln, Auswertungsprogrammen und die dazu geeignete Ergebnisaufbereitung rundet das Konzept des Moduls ab, sodass die Studierenden am Ende des Semesters den gesamten Prozess eines empirischen Forschungsprojektes durchlaufen und das Grundverständnis für die Durchführung eines eigenen empirischen Forschungsprojektes im Bereich der Managementforschung haben.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Einheit: Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens</li> <li>2. Einheit: Gütekriterien, Sample Selection und Biases</li> <li>3. Einheit: Beobachtungen und Fallstudien</li> <li>4. Einheit: Interviews</li> <li>5. Einheit: Adäquationsproblem und Güte</li> <li>6. Einheit: Frage- und Fragebogendesign</li> <li>7. Einheit: Querschnitt- und Längsschnittverfahren</li> <li>8. Einheit: Feldexperimente</li> <li>9. Einheit: Laborexperimente</li> <li>10. Einheit: Deskriptive Statistik</li> <li>11. Einheit: Induktive Statistik</li> <li>12. Einheit: Nicht-parametrische Verfahren</li> </ol>						
<b>5</b>	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b></p> <p>Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b></p> <p>können Methoden in der Wirtschafts- und Sozialforschung erklären und anwenden.</p> <p>können die qualitativen und quantitativen Erhebungsmethoden in der Wirtschafts- und Sozialforschung erläutern und vergleichen.</p> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b></p>						

	<p>Können verschiedene Erhebungsinstrumente im wissenschaftlichen Arbeiten anwenden. können geeignete Erhebungsinstrumente im wissenschaftlichen Arbeiten auswählen und methodische Vorgehensweisen zu Forschungsfragen im Bereich der Wirtschafts- und Sozialforschung bewerten.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b> können die Ergebnisse bei der Aufgabenbearbeitung in Einzelarbeit und in Kleingruppen reflektieren.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b> können durch die eigenständige Bearbeitung von Übungsaufgaben die Methoden der empirischen Wirtschaft- und Sozialforschung erklären und übertragen.</p>												
<b>6</b>	<p><b>Prüfungsleistung:</b>  <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>zu</th> <th>Prüfungsform</th> <th>Dauer bzw. Umfang</th> <th>Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a)</td> <td>Klausur</td> <td>60 Minuten</td> <td>20 %</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Klausur</td> <td>90 Minuten</td> <td>80 %</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Klausur	60 Minuten	20 %	a)	Klausur	90 Minuten	80 %
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote										
a)	Klausur	60 Minuten	20 %										
a)	Klausur	90 Minuten	80 %										
<b>7</b>	<b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:</b> Keine												
<b>8</b>	<b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine												
<b>9</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist												
<b>10</b>	<b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)												
<b>11</b>	<b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. International Business Studies, M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management & Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M. Ed. Wirtschaftspädagogik, M.A. Betriebliches Gesundheitsmanagement, Zwei-Fach-Master-Studiengang												
<b>12</b>	<b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. Kirsten Thommes												
<b>12</b> <b>a</b>	<b>Ansprechpartner/in:</b> Miro Mehic ( <a href="mailto:miro.mehic@uni-paderborn.de">miro.mehic@uni-paderborn.de</a> )												
<b>13</b>	<p><b>Sonstige Hinweise:</b> Der Kurs wird auf Deutsch abgehalten. Es wird dennoch englische Inhalte und Texte als zentrale Bestandteile desKurses geben. Die Vorlesung findet in Präsenz zu den angegebene Zeiten statt. Es werden Übungsaufgaben alsLernkontrolle bereitgestellt, um die Inhalte praktisch anzuwenden. Die Aufgaben werden in der zweiwöchigen Übungbesprochen und diskutiert. Die Prüfungsleistung wird über einen Test zur Hälfte der Veranstaltung und einer Präsenzklausur abgelegt, die in derPrüfungsphase nach der Vorlesungszeit stattfinden wird.</p> <p>Basisliteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- VanderStoep, S. W., &amp; Johnson, D. D. (2008). Research methods for everyday life: Blending qualitative andquantitative approaches(Vol. 32). John Wiley &amp; Sons</li> <li>- Gray, P. S., Williamson, J. B., Karp, D. A., &amp; Dalphin, J. R. (2007). The research imagination. An introduction toqualitative and quantitative methods.</li> <li>- Goldenstein, J., Hunoldt, M., &amp; Walgenbach, P. (2018). Wissenschaftliche (s) Arbeiten in den Wirtschaftswissenschaften: Themenfindung–Recherche–Konzeption–Methodik–Argumentation. Springer-Verlag.</li> </ul>												

**Anhang 4:**  
**Übersicht und Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen im Wahlbereich Management**  
**(für die Kombination mit allen Fächern)**

Modulnummer	ECTS	Modulname	Modulkoordinator
M.184.4101	10	Arbeits- und Organisationspsychologie	Schaper, Niclas
M.184.4114	5	Relationship Driven Selling	Steinhoff, Lena
M.184.4122	10	Ökonomie, Ethik und Denken	Fahr, René
M.184.4125	10	Entrepreneurial Business Planning	Kabst, Rüdiger
M.184.4127	5	Praxis der Unternehmensgründung	Kabst, Rüdiger
M.184.4129	5	Corporate Entrepreneurship I	Kabst, Rüdiger
M.184.4140	10	Employment Systems	Schneider, Martin
M.184.4157	5	Seminar Organisationales Verhalten	Thommes, Kirsten
M.184.4162	5	Seminar on Decision Making Using Concepts From Behavioral Economics	Djawadi, Behnud
M.184.4164	10	Empirische Managementforschung	Fahr, René
M.184.4176	5	Finding and Developing Your Research Project	Schnedler, Wendelin
M.184.4185	5	Themengebiete der Wirtschaftsethik	Fahr, René
M.184.4189	5	Seminar zur experimentellen Wirtschaftsforschung	Djawadi, Behnud
M.184.5114	10	Relationship Marketing in the Digital Age	Steinhoff, Lena
M.184.5116	10	Marketingforschung	Steinhoff, Lena
M.184.5127	10	Social Entrepreneurship	Kabst, Rüdiger
M.184.5128	10	Corporate Entrepreneurship II	Kabst, Rüdiger
M.184.5140	5	Interdisziplinäres Seminar in Personalwirtschaft	Schneider, Martin
M.184.5141	5	Employer Branding – Theorie, Empirie und Praxis	Schneider, Martin
M.184.5144	10	Personalökonomie und Personalpolitik	Schneider, Martin
M.184.5156	10	Verhaltensexperimente	Thommes, Kirsten
M.184.5158	5	Behavioral Economics for Managerial Decision Making: Theory and Application	Schnedler, Wendelin
M.184.5162	5	Interreligiöse Perspektiven der Wirtschaftsethik	Fahr, René
M.184.5164	5	HR Analytics	Thommes, Kirsten
M.184.5166	5	Angewandte Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)	Fahr, René
M.184.5170	5	The theory and practice of entrepreneurship	Schnedler, Wendelin
M.184.5171	5	Sustainable Marketing	Böhm, Eva
M.184.5172	10	Business-to-Business Marketing	Böhm, Eva
M.184.5173	5	Projektseminar Marketing und Value Creation	Böhm, Eva
M.184.5183	5	Empirical Studies in SHRM & Leadership	Yang, Philip

<b>Arbeits- und Organisationspsychologie</b>							
Personnel and Organizational Psychology							
<b>Modulnummer:</b>	<b>Workload (h):</b>	<b>LP:</b>	<b>Studiensemester:</b>	<b>Turnus:</b>	<b>Dauer (in Sem.):</b>	<b>Sprache:</b>	<b>P/WP:</b>
M.184.4101	300	10	1-3	WS/SoSe	1	Deutsch	WP
<b>1</b>	<b>Modulstruktur:</b>						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	K.052.40203 / Arbeits- und Organisationspsychologie	Vorlesung mit Seminar	90	210	P	50	
<b>2</b>	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
<b>3</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
<b>4</b>	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Das Modul vertieft die Kenntnisse und Fähigkeiten zu den im Bachelor-Studium behandelten Themengebieten der Arbeits-, Personal- und Organisationspsychologie. Dazu werden insbesondere aktuelle Themen und Konzepte der Personal- und Organisationsentwicklung besprochen. In einem Seminar zu Ansätzen und Methoden der Personal- und Organisationsentwicklung werden grundlegende theoretische Konzepte dieses Themenbereichs im Überblick behandelt. Außerdem werden ausgewählte Methoden der Personalentwicklung (z.B. Behavior Modeling Trainings, Ansätze zum Lernen in der Arbeit, Führungstrainings, Mentoring- und Coachingansätze, Vorbereitung und Begleitung von Auslandseinsätzen, Ansätze zur Gesundheitsförderung) und der Organisationsentwicklung (z.B. Mitarbeiterbefragung, Gestaltung von Veränderungsprozessen, Umgang mit Veränderungswiderständen, Förderung von Innovationsprozessen) vorgestellt. Die genannten Methoden und Gestaltungsansätze werden in Zusammenhang mit praktischen betrieblichen Beispielen bzw. konkreten Fallstudien erarbeitet. Im Veranstaltungsabschnitt zu „Teams und Gruppen in Organisationen“ werden sozial- und organisationspsychologische Ansätze zur Analyse und Gestaltung von Gruppen- bzw. Teamarbeit im Unternehmen behandelt. Der Fokus liegt dabei auf Modellen zu Effektivitätsfaktoren von Gruppenarbeit, praxisbezogenen Verfahren zur Teamdiagnose und Interventionsansätzen zur Förderung und Gestaltung von Teamarbeit. Im Veranstaltungsabschnitt „Personalentwicklung durch eLearning“ werden außerdem Konzepte zur Gestaltung von eLearning-Angeboten für Zwecke der Personalentwicklung und unterschiedliche Formen bzw. Szenarien des eLearnings anhand von Anwendungsfällen behandelt. Hierbei sollen die Teilnehmer/innen Ansätze zur effektiven Gestaltung des betrieblichen und beruflichen Lernens mit Hilfe computer- bzw. netzgestützter Medien kennen- und anwenden lernen.</p>						
<b>5</b>	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b></p> <p>Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b></p> <p>kennen die zentralen Theorien, Aufgaben und Anwendungsgebiete der Personal- und Organisationsentwicklung und der jeweiligen Gestaltungsoptionen.</p> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b></p> <p>wenden arbeits- und organisationspsychologischer Methoden und Instrumente für unterschiedliche Aufgabenstellungen der Personal- und Organisationsentwicklung (insbesondere in den Bereichen Gestaltung medialer Lernformen, Change-Management und Innovationen, Teamentwicklung und Kommunikationsprozesse) an</p>						

	<p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b>                  können selbständig Handlungsoptionen zur Lösung arbeits- und organisationspsychologischer Problemstellungen im Kontext der Personal- und Organisationsentwicklung auswählen, anwenden und bewerten</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b>                  bilden Gruppendiskutieren Lösungen und präsentieren Ergebnisse                  erwerben Fähigkeiten zur situationsangemessenen Kommunikation in betrieblichen Anwendungskontexten, zur Lösung von komplexen sozialen Problemen und zum effektiven und selbstorganisierten Arbeiten in Gruppen.</p>			
6	<p><b>Prüfungsleistung:</b>  <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p>			
	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
	a)	Präsentation	15 Minuten	1/3
	a)	Präsentation	15 Minuten	1/3
	a)	Präsentation	15 Minuten	1/3
7	<p><b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme</b>                  Keine</p>			
8	<p><b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b>                  Keine</p>			
9	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b>                  Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist</p>			
10	<p><b>Gewichtung für Gesamtnote:</b>                  Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)</p>			
11	<p><b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b>                  M.Sc. International Business Studies, M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management &amp; Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M. Ed. Wirtschaftspädagogik, M.Sc. Management, Zwei-Fach-Master-Studiengang</p>			
12	<p><b>Modulbeauftragte/r:</b>                  Prof. Dr. Niclas Schaper</p>			
12 a	<p><b>Ansprechpartner/in:</b>                  Prof. Dr. Niclas Schaper</p>			
13	<p><b>Sonstige Hinweise:</b>                  Keine</p>			

Relationship Driven Selling							
Relationship Driven Selling: Theory & Practice							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.4114	150	5	1-3	WS	1	Englisch	WP
1	<b>Modulstruktur:</b>						
		Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
	a)	K.184.41141 / Relationship Driven Selling	Seminar	30	120	P	24
2	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
3	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
4	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Der Kurs wird von unserem Gastprofessor Prof. James A. Eckert, Ph.D., von der Western Michigan University (USA) gehalten. Im Gegensatz zu vielen Prognosen ist die Verkaufsfunktion mit dem Aufkommen moderner B2B-Web- und Informationsaustauschfunktionen nicht abgeschafft worden. Vielmehr wird immer deutlicher, dass die Verkaufsfunktion in einer Welt, in der Kauf- und Verkaufsinformationen viel transparenter geworden sind, sogar noch wichtiger wird, so dass die Kauf-Verkauf-Interaktionen und die daraus resultierenden Beziehungen für den Erfolg beider Unternehmen noch wichtiger werden. In der Welt des B2B-Marketings ist die Verkaufsfunktion also nach wie vor von zentraler Bedeutung. Der Schwerpunkt hat sich jedoch geändert. Der Verkäufer hat nunmehr die Aufgabe, anpassungsfähig und beziehungsfördernd zu sein und nicht nur Transaktionen zu tätigen. Dieser Kurs wird sich mit dieser Welt befassen. Der Kurs besteht insbesondere aus zwei Komponenten: (1) einen theoretischen Überblick über die wichtigsten Materialien zum Verkaufsmanagement im Zusammenhang mit adaptivem, beziehungsorientiertem Verkaufen und (2) ein Verkaufstraining im Unternehmensstil, das den Studierenden die Möglichkeit gibt, die praktischen Verkaufs- und Kommunikationsfähigkeiten zu entwickeln, die sie benötigen, um als adaptiver, beziehungsorientierter Verkäufer zu arbeiten. Dieser Kurs umfasst Vorlesungen, Vorträge, Diskussionen, Prüfungen und interaktive Übungen wie Rollenspiele und Fallbeispiele.</p> <p>The class is taught by our guest professor Prof. James A. Eckert, Ph.D., from Western Michigan University (USA). Contrary to many predictions, the sales function has not disappeared with the advent of modern B2B web and information sharing capabilities. In fact it is becoming increasingly clear that the selling function is becoming even more important in a world where buying and selling information has become much more transparent, making the buy-sell interactions and the ensuing relationships even more important to both firms' success. Thus, in the world of B2B Marketing, the sales function is still key. However, the emphasis has changed. We now see a world where the salesperson is charged with being an adaptive, relationship builder, not a transaction creator.</p> <p>This course will delve into that world. Specifically, this course will have two components: (1) a theoretical review of key sales management material as it relates to adaptive, relationship focused selling, and (2) a corporate style sales training approach designed to allow students to build the practical selling and communication skills necessary to function as an adaptive, relationship focused salesperson. This course will involve reading, lectures, discussions, exams, and interactive exercises such as role-plays and cases.</p>						
5	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b></p> <p>Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>erlangen Kenntnis über die wichtigsten Theorien des Verkaufsmanagements in Bezug auf den adaptiven, beziehungsorientierten Vertrieb</li> <li>erlangen Kenntnis über die wichtigsten Verkaufsmanagementmethoden des adaptiven beziehungsorientierten Vertriebs.</li> <li>gain knowledge of key sales management theories as they relate to adaptive relationship focused selling.</li> <li>gain knowledge of key sales management methods of adaptive relationship focused selling.</li> </ul>						

	<p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b></p> <p>erwerben praktische Verkaufs- und Kommunikationsfähigkeiten, die sie benötigen, um als anpassungsfähige, beziehungsorientierte Verkäufer zu arbeiten.                  entwickeln ein Verständnis für die Auswahl und Bewertung der wichtigsten Verkaufsmanagementtheorien und Methoden des adaptiven beziehungsorientierten Vertriebs.                  build practical selling and communication skills necessary to function as an adaptive, relationship focused salesperson.                  develop understanding for selection and evaluation of key sales management theories and methods of adaptive relationship focused selling.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b></p> <p>lernen Strategien, um Wissen zu sammeln und es auf verschiedene Situationen anzuwenden.                  treten im Rahmen eines Rollenspiels als Vertriebler für ein Unternehmen auf.                  learn strategies of gathering knowledge and applying that knowledge to different situations.                  act as a sales person for a company.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b></p> <p>entwickeln schriftliche und mündliche Kommunikationsfähigkeiten (in englischer Sprache).                  erwerben Verkaufsfähigkeiten und Teamfähigkeit.                  acquire written and oral communication skills (in English).                  acquire selling skills and team working skills.</p>												
6	<p><b>Prüfungsleistung:</b>  <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1" data-bbox="256 1014 1476 1200"> <thead> <tr> <th data-bbox="256 1014 373 1099">zu</th> <th data-bbox="373 1014 1038 1099">Prüfungsform</th> <th data-bbox="1038 1014 1230 1099">Dauer bzw. Umfang</th> <th data-bbox="1230 1014 1476 1099">Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="256 1099 373 1151">a)</td> <td data-bbox="373 1099 1038 1151">Schriftliche Hausarbeit</td> <td data-bbox="1038 1099 1230 1151">20 Seiten</td> <td data-bbox="1230 1099 1476 1151">55 %</td> </tr> <tr> <td data-bbox="256 1151 373 1200">a)</td> <td data-bbox="373 1151 1038 1200">Präsentation</td> <td data-bbox="1038 1151 1230 1200">15 Minuten</td> <td data-bbox="1230 1151 1476 1200">45 %</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Schriftliche Hausarbeit	20 Seiten	55 %	a)	Präsentation	15 Minuten	45 %
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote										
a)	Schriftliche Hausarbeit	20 Seiten	55 %										
a)	Präsentation	15 Minuten	45 %										
7	<p><b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme</b> Keine</p>												
8	<p><b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine</p>												
9	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist</p>												
10	<p><b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)</p>												
11	<p><b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. IBS, M.Sc. BWL, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management, M.Sc. Management &amp; Information Systems, M.Sc. Taxation, Accounting and Finance, M.Sc. Winfo, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, Zwei-Fach-Master-Studiengang</p>												
12	<p><b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. Lena Steinhoff</p>												
12 a	<p><b>Ansprechpartner/in:</b> Andrea Hampel (andrea.hampel@uni-paderborn.de)</p>												
13	<p><b>Sonstige Hinweise:</b> Keine</p>												

<b>Ökonomie, Ethik und Denken</b> Economics, ethics and thoughts																												
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:																					
M.184.4122	300	10	1-2	SoSe	1	Deutsch	WP																					
<b>1</b>	<b>Modulstruktur:</b> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th></th> <th>Lehrveranstaltung</th> <th>Lehr-form</th> <th>Kontakt-zeit (h)</th> <th>Selbst-studium (h)</th> <th>Status (P/WP)</th> <th>Gruppen-größe (TN)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a)</td> <td>K.184.41221 / Vorlesung zu Ökonomie, Ethik und Denken</td> <td>Vorlesung / Übung</td> <td>45</td> <td>105</td> <td>P</td> <td>120</td> </tr> <tr> <td>b)</td> <td>K.184.41222 / Seminar zu Ökonomie, Ethik und Denken</td> <td>Seminar</td> <td>45</td> <td>105</td> <td>P</td> <td>120</td> </tr> </tbody> </table>								Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt-zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)	a)	K.184.41221 / Vorlesung zu Ökonomie, Ethik und Denken	Vorlesung / Übung	45	105	P	120	b)	K.184.41222 / Seminar zu Ökonomie, Ethik und Denken	Seminar	45	105	P	120
	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt-zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)																						
a)	K.184.41221 / Vorlesung zu Ökonomie, Ethik und Denken	Vorlesung / Übung	45	105	P	120																						
b)	K.184.41222 / Seminar zu Ökonomie, Ethik und Denken	Seminar	45	105	P	120																						
<b>2</b>	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine																											
<b>3</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine																											
<b>4</b>	<b>Inhalte:</b> Dieses Modul setzt sich aus den Bereichen Wirtschaftsethik, Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit zusammen. Zu den jeweiligen Themenblöcken werden einschlägige Literaturtexte die Grundlage für die Vorlesung bieten, die es im Vorfeld durch entsprechende Leitfragen zu bearbeiten gilt. Ziel des Moduls ist, die Studierenden für die Chancen und Herausforderungen der Wirtschaftsethik mit Bezug auf Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit zu sensibilisieren und ihnen im Rahmen einer intensiven Auseinandersetzung mit verschiedene Texten die Möglichkeit zu geben, einen eigenen fundierten sowie differenzierten Standpunkt zu erarbeiten.																											
<b>5</b>	<b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b> Die Studierenden... <b>Fachkompetenz Wissen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die zentralen theoretischen Perspektiven und Modelle im Kontext von Doughnut Economy.</li> <li>- kennen die zentralen Begriffe, Ziele und Kontroversen im Kontext von Sustainable Development.</li> </ul> <b>Fachkompetenz Fertigkeit</b> <b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- können ökonomische Handlungsoptionen und Entscheidungssituationen reflektieren und differenziert bewerten.</li> <li>- sind in der Lage, aktuelle Problemstellungen und wirtschaftsethische Überlegungen in einen theoretischen Rahmen einzuordnen und innerhalb dieses Rahmens konsistent zu argumentieren</li> </ul> <b>Personale Kompetenz/Sozial</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- stellen ihre Ausarbeitung mit Hilfe geeigneter Präsentationsmedien vor und vertreten diese im Rahmen einer Plenumsdiskussion argumentativ.</li> <li>- erarbeiten in Kleingruppen eigenverantwortlich ausgewählte Vertiefungsthemen.</li> <li>- bringen sich durch aktive Mitarbeit ein.</li> </ul>																											
<b>6</b>	<b>Prüfungsleistung:</b> <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP) <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP) <input type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)																											
	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote																								
	a), b)	Schriftliche Hausarbeit	15 Seiten	100 %																								
<b>7</b>	<b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme</b> Keine																											

8	<b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine
9	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist
10	<b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)
11	<b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. IBS, M.Sc. BWL, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management, M.Sc. Management & Information Systems, M.Sc. Taxation, Accounting and Finance, M.Sc. Winfo, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, Zwei-Fach-Master-Studiengang
12	<b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. René Fahr
12 a	<b>Ansprechpartner/in:</b> Alina Elrich (alina.elrich@uni-paderborn.de)
13	<b>Sonstige Hinweise:</b> Keine

Entrepreneurial Business Planning							
Entrepreneurial Business Planning							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.4125	300	10	1-3	WS	1	Deutsch	WP
1	<b>Modulstruktur:</b>						
	Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt-zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)	
a)	K.184.41251 / Entrepreneurial Business Planning	Vorlesung	24	128	P	40	
b)	K.184.41252 / Entrepreneurial Business Planning - Übung	Übung	20	128	P	40	
2	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
3	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
4	<b>Inhalte:</b> Das Modul vermittelt fortgeschrittene und anwendungsorientierte Aspekte des Gründungsmanagements. In Teams wird eine eigene Geschäftsidee entwickelt. Folgende Aspekte und Themen werden in Input-Blöcken behandelt: Von der Idee zur Chance und Gelegenheit Kreativität und Unternehmensideen testen / validieren Marketingplanung, Organisationsplanung & Finanzplanung Erstellung des Business Plans Die Projektarbeit entspricht der Anfertigung eines Businessplans zu einer Gründungsidee. Dieser Businessplan muss in Gänze alle wichtigen Fragestellungen einer Gründung beantworten, z.B. die Finanzplanung und die Analyse der Wettbewerbssituation.						

	Die Projektarbeit und die Präsentationen werden in Kleingruppen erstellt. Die Gruppengröße kann je nach Teilnehmerzahl variieren (max. 4 Personen).															
5	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b> Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b> erlangen fortgeschrittene Kenntnisse und ein tiefgreifendes Verständnis theoretischer und anwendungs-bezogener Fragestellungen des Gründungsmanagements und Entrepreneurship.</p> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b> können eigenständig wissenschaftliche Erkenntnisse sammeln, bewerten, interpretieren, argumentativ verteidigen und fachbezogene Positionen und Problemlösungen kritisch würdigen. können Gründungsideen und Geschäftsmöglichkeiten einschätzen.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b> können eigenständig Lösungen in Bezug auf reale / fiktive Gründungen und praktische Anwendungen entwickeln und ihre Gründungsideen vor einem Fachpublikum präsentieren.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b> verfügen über die Kompetenz, innerhalb von Projektgruppen effektiv Erlerntes zu vertiefen, Ideen zu diskutieren und in einer finalen Produktidee zu integrieren.</p>															
6	<p><b>Prüfungsleistung:</b>  <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>zu</th> <th>Prüfungsform</th> <th>Dauer bzw. Umfang</th> <th>Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a), b)</td> <td>Projektarbeit</td> <td>15 Seiten</td> <td>40 %</td> </tr> <tr> <td>a), b)</td> <td>Präsentation</td> <td>20 Minuten</td> <td>60 %</td> </tr> </tbody> </table>				zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a), b)	Projektarbeit	15 Seiten	40 %	a), b)	Präsentation	20 Minuten	60 %
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote													
a), b)	Projektarbeit	15 Seiten	40 %													
a), b)	Präsentation	20 Minuten	60 %													
7	<p><b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme</b> Keine</p>															
8	<p><b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine</p>															
9	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist</p>															
10	<p><b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)</p>															
11	<p><b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. International Business Studies, M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management &amp; Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M. Ed. Wirtschaftspädagogik, M.Sc. Management, Zwei-Fach-Master-Studiengang</p>															
12	<p><b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. Rüdiger Kabst</p>															
12 a	<p><b>Ansprechpartner/in:</b> Sumaya Islam (sumaya.islam@uni-paderborn.de), Alexander Blocher</p>															
13	<p><b>Sonstige Hinweise:</b> Keine</p>															

Praxis der Unternehmensgründung							
Implementing New Ventures							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.4127	150	5	1-3	WS	1	Deutsch	WP
<b>1</b>	<b>Modulstruktur:</b>						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	K.184.21271 / SIGMA	Vorlesung	45	105	P	50	
<b>2</b>	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
<b>3</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
<b>4</b>	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Das Modul besteht aus der Teilnahme an der Vortragsreihe SIGMA sowie einer Projektarbeit mit begleitendem Workshop. Die SIGMA-Vortragsreihe beinhaltet gründungsthematische Inhalte und vermittelt unternehmerisches Basiswissen. Referent*innen aus der Praxis präsentieren u.a. folgende Themen: Patent- und Lizenzrecht, Finanzierungsmodelle, Rechtsformwahl, Marketing, Personal, Rechnungs- und Steuerwesen, sowie Informationen über Fördermaßnahmen.</p> <p>Die Projektarbeit entspricht der Anfertigung eines Business Plans zu einer fiktiven oder realen Gründungsidee. Dieser Business Plan muss in Gänze alle wichtigen Fragestellungen einer Gründung beantworten, z.B. die Finanzplanung und die Analyse der Wettbewerbssituation. Die Ideation-Phase wird durch 2-tägige Workshops mit anschließender Pitch Präsentation unterstützt. Die Projektarbeiten werden in Kleingruppen erstellt. Die Gruppengröße kann je nach Teilnehmerzahl variieren (max. 4 Personen).</p> <p>Die Veranstaltung ist grundsätzlich auch für interessierte Gasthörer*innen offen. Diese können ebenfalls einen Business Plan erarbeiten.</p>						
<b>5</b>	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b> Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b> besitzen aktuelles Wissen über gründungsorientierte Themen wie Patent- und Lizenzrecht, Finanzierungsmodelle, Rechtsformwahl, Marketing, Personal, Rechnungs- und Steuerwesen, sowie Informationen über Fördermaßnahmen.</p> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b> beherrschen konkrete Maßnahmen zur Ausarbeitung einer Gründungsidee, die sie direkt anhand eines eigenständig angefertigten Business Plans umsetzen können. Sie können beliebige Entscheidungen unter Unsicherheit formal strukturieren und lösen.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b> können das erlernte Fakten- und Methodenwissen zu wirtschaftlichen und technischen Sachverhalten auf ein konkretes Gründungsprojekt übertragen. Darüber hinaus erlangen die Studierenden fortgeschrittene Fähigkeiten, Gründungskonzepte und Gründungsideen realistisch und strukturiert einschätzen zu können.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b> können Lerngruppen bilden und gemeinsam das Erlernte vertiefen. Außerdem beherrschen die Studierenden es, ihre Ideen zu diskutieren und eigene Lösungen zu präsentieren.</p>						

6	<b>Prüfungsleistung:</b>			
	<input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP) <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP) <input type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)			
	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
a)	Projektarbeit	13-17 Seiten	100 %	
7	<b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme</b>			
	zu	Form	Dauer bzw. Umfang	SL / QT
	a)	Kurzpräsentation im Rahmen des Ideation Workshops	5 Minuten	SL
8	<b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Bestehen der Studienleistung.			
9	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist			
10	<b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)			
11	<b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. International Business Studies, M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management & Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M. Ed. Wirtschaftspädagogik, M.Sc. Management, Zwei-Fach-Master-Studiengang			
12	<b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. Rüdiger Kabst			
12 a	<b>Ansprechpartner/in:</b> Johanna Häuser			
13	<b>Sonstige Hinweise:</b> Bei Interesse, die Gründungsidee weiterzuverfolgen, unterstützt das Technologietransfer- und Existenzgründungs-Center TecUP der Universität Paderborn mit Coaching und extra-curricularen Qualifizierungsangeboten.			

Corporate Entrepreneurship I							
Corporate Entrepreneurship I							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.4129	150	5	1-3	WS/SoSe	1	Deutsch	WP
1	<b>Modulstruktur:</b>						
		Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt-zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
	a)	K.184.41291 / Corporate Entrepreneurship I	Blockseminar	40	110	P	20
2	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
3	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
4	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Im Modul „Corporate Entrepreneurship I“ lernt ihr, wie etablierte Unternehmen innovativ handeln und abseits ihres Kerngeschäfts neue Wachstumsfelder besetzen können, um auch in Zukunft erfolgreich zu sein. Wir zeigen euch, wie Erfolgskonzepte aus Startups in großen und mittelständischen Unternehmen Anwendung finden und wie der deutsche Mittelstand die Konzepte und Methoden erfolgreicher (Technologie-) Startups für sich nutzt.</p> <p>Das Besondere an dem Modul ist, dass ihr gemeinsam mit Unternehmen aus der Region in interdisziplinären Teams konkrete neue Lösungsideen für aktuelle Herausforderungen und Zukunftsthemen der Unternehmen erarbeitet. Dabei habt ihr die einmalige Gelegenheit, die Theorie in die Praxis umzusetzen. Ihr knüpft enge Kontakte zu den Unternehmen, erhaltet wertvolle Einblicke in reale Geschäftsprozesse, sammelt praktische Erfahrungen im Gründungskontext und habt die Chance, eure eigenen Ideen zu verwirklichen und selbst zur Gründer:in zu werden.</p> <p>Das Modul besteht aus verschiedenen Workshops, die in Kooperation mit den Partnerunternehmen stattfinden. Dabei werdet ihr mit innovativen Methoden (insb. der Lean-Startup-Methode) selbstständig neue Geschäftsfelder identifizieren und einen einfachen Prototyp eines Produkts oder eines Services entwickeln. Ihr benötigt dafür keine Vorkenntnisse – alles, was ihr dazu braucht, lernt ihr im Kurs und durch die bereitgestellten Lernvideos. In den Workshops habt ihr zudem die Möglichkeit, euch mit den Unternehmensvertreter:innen auszutauschen und zu vernetzen. Die Partnerunternehmen werden noch bekannt gegeben.</p> <p>Dieses Modul ist offen für Studierende aller Fachrichtungen und erfordert keine Vorkenntnisse. Wenn ihr euch für Corporate Entrepreneurship interessiert, solltet ihr euch diese spannende Chance nicht entgehen lassen!</p>						
5	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b></p> <p>Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>erwerben fortgeschrittene Kenntnisse über die Anwendung der Lean Startup Methode in bestehenden Unternehmen</li> <li>erlangen tiefgreifendes Verständnis der theoretischen Grundlagen und anwendungsbezogenen Fragestellungen des Unternehmertums in bestehenden Unternehmen</li> <li>erlangen Wissen über das unternehmerische Handeln in bestehenden Unternehmen und lernen, komplexe Fragestellung in Gründungsideen zu überführen</li> <li>erlernen, wie Geschäftsmodelle und -prozesse funktionieren</li> <li>erlangen umfangreiche Kenntnisse über agile Arbeitsmethoden und bauen gründungsrelevantes Wissen zur Ideenfindung und Vorbereitungsphase der Gründung in Kooperation mit einem bestehenden Unternehmen auf</li> </ul> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>können Innovationsprojekte in verschiedenen Unternehmens-Branchen eigenständig aufgrund von Daten und Erkenntnissen bewerten und interpretieren und praktisch umsetzenkönnen Geschäftsmodelle und Kundenbedürfnisse wiederholt qualitativ analysieren und argumentativ verteidigenkönnen empirisch geleitete Entscheidung in Innovationsprojekten treffen und eine quantitative Marktvalidierung durchführenkönnen</li> </ul>						

	<p>strategischen Markteintrittskonzepte und Monetarisierungskonzepte erarbeiten können konkrete Vorhaben in Bezug auf relevante Praxisprobleme von bestehenden Unternehmen entwickeln und diese in kurzen iterativen Sprints in den Markt einführen können mit analogen und digitalen Entwicklungswerkzeugen minimal funktionsfähige Prototypen (MVPs) bauen und Geschäftsmöglichkeiten durch Rapid Prototyping am Markt evaluieren können unter quantitativer Berücksichtigung von Chancen und Risiken innovative Lösungsalternativen entwickeln und bewerten</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b></p> <p>können akademische Konzepte und betriebswirtschaftliche Kenntnisse sowie Analyse- und Lösungsfertigkeiten auf reale unternehmerische Fragestellungen anwenden können Gründungsideen kritisch und analytisch reflektieren können aus regelmäßigem Feedback von Fachvertretern Schlussfolgerungen ziehen und dieses auf ihre Geschäftsmodelle anwenden zeigen eine unternehmerische proaktive Haltung im Umgang mit Problemen können im Austausch mit Fachvertretern von bestehenden Unternehmen ihr erarbeitetes Geschäftsmodell darstellen präsentieren ihre eigenen Gründungsideen vor einem Fachpublikum</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b></p> <p>arbeiten mit Verständnis für unterschiedliche Unternehmensbereiche bilden Lerngruppen, um das Erlernete zu vertiefen finden auch in widersprüchlichen Situationen Konsens im Team präsentieren ihre Ergebnisse argumentativ und systematisch organisieren selbstständig weiterführende Lernprozesse in Bezug auf reale/fiktive Gründungen und die praktische Anwendung</p>												
6	<p><b>Prüfungsleistung:</b></p> <p><input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>zu</th> <th>Prüfungsform</th> <th>Dauer bzw. Umfang</th> <th>Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a)</td> <td>Projektarbeit</td> <td>10 Seiten</td> <td>70 %</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Präsentation</td> <td>15-20 Minuten</td> <td>30 %</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Projektarbeit	10 Seiten	70 %	a)	Präsentation	15-20 Minuten	30 %
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote										
a)	Projektarbeit	10 Seiten	70 %										
a)	Präsentation	15-20 Minuten	30 %										
7	<p><b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme</b></p> <p>Keine</p>												
8	<p><b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b></p> <p>Keine</p>												
9	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b></p> <p>Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist</p>												
10	<p><b>Gewichtung für Gesamtnote:</b></p> <p>Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)</p>												
11	<p><b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b></p> <p>M.Sc. International Business Studies, M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management &amp; Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M. Ed. Wirtschaftspädagogik, M.Sc. Management, M.Sc. Taxation, Accounting and Finance, Zwei-Fach-Master-Studiengang</p>												
12	<p><b>Modulbeauftragte/r:</b></p> <p>Prof. Dr. Rüdiger Kabst</p>												
12 a	<p><b>Ansprechpartner/in:</b></p> <p>Prof. Dr. Rüdiger Kabst (kabst@upb.de), Dr. Sebastian Vogt (sebastian.vogt@unipaderborn.de), Maike Niewind, Frederic Alexander Starmann (frederic.alexander.starmann@upb.de), Slawa Tomin (slawa.tomin@unipaderborn.de)</p>												
13	<p><b>Sonstige Hinweise:</b></p> <p>Keine</p>												

Employment Systems							
Employment Systems							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.4140	300	10	1-3	SoSe	1	Englisch	WP
1	<b>Modulstruktur:</b>						
		Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
	a)	K.184.41401 / Theory	Vorlesung	45	105	P	120
b)	K.184.41402 / Case Study Analyses	Vorlesung	45	105	P	120	
2	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
3	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
4	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Das Modul trägt dazu bei, Beschäftigungs- oder HR-Praktiken aus einer langfristigen Perspektive und sowohl aus der Sicht von Managern als auch aus der Sicht der öffentlichen Politik zu verstehen. Beschäftigungspraktiken werden als auf verschiedene Weise eingebettet verstanden. Sie müssen als Teil der Arbeitsbeziehungen untersucht werden, d. h. der wirtschaftlichen und sozialen Verflechtungen auf mehreren Ebenen zwischen Arbeitnehmern und Arbeitgebern. Sie können auch nicht isoliert verstanden werden, sondern müssen im Rahmen der Beschäftigungssysteme des Unternehmens analysiert werden - den systematischen und ganzheitlichen Kombinationen von Praktiken. Schließlich werden die Beschäftigungsbeziehungen und -systeme durch das institutionelle Umfeld in Form des Arbeitsrechts, der Arbeitsbeziehungen und des Systems der allgemeinen und beruflichen Bildung beeinflusst - und beeinflussen dieses wiederum. Im ersten Teil des Moduls werden grundlegende Bausteine vorgestellt: Beschäftigungsbeziehungen auf individueller und kollektiver Ebene, rechtliche, wirtschaftliche und psychologische Verträge, Typologien von Beschäftigungssystemen, die Bedeutung von Wissen, Fertigkeiten und Fähigkeiten (Humankapital) sowie Ungleichheiten, die durch Beschäftigungssysteme und asymmetrische Beschäftigungsbeziehungen entstehen. Im zweiten Teil des Moduls werden fortgeschrittenere Aspekte erörtert und verschiedene Beispiele von Beschäftigungssystemen, ihre Abhängigkeit von Institutionen, ihre Effizienz unter verschiedenen Umständen, ihre Fairness für bestimmte Gruppen von Arbeitnehmern und ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft im Allgemeinen untersucht.</p> <p>The module helps to understand employment or HR practices from a long-term perspective and from both a managerial as well as public policy point of view. Employment practices are understood as embedded in various ways. They must be examined as part of employment relations – the multi-level economic and social nexuses linking workers and employers. Neith can they be understood in isolation but need to be analyzed within the firm’s employment systems – the systematic and holistic combinations of practices. Finally, employment relations and systems are influenced – and in turn influence – the institutional environment in terms of employment and labor law, industrial relations, and the system of education and training. In the first part of the module, basic building blocks are introduced: employment relations at individual and collective level, legal, economic, and psychological contracts, typologies of employment systems, the importance of knowledge, skills, and abilities (human capital), and inequalities produced by employment systems and asymmetric employment relations. The second part of the module discusses more advanced aspects and looks at different examples of employment systems, their dependence on institutions, their efficiency in different circumstances, their fairness for particular groups of employees and impliations for broader society.</p>						
5	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b></p> <p>Die Studierenden...</p>						

	<p><b>Fachkompetenz Wissen</b></p> <p>Die Studierenden...</p> <p>sind vertraut mit den grundlegenden Bausteinen von Beschäftigungsbeziehungen und Beschäftigungssystemen Kennen die wichtigsten Typologien von Beschäftigungssystemen und ihre Einbettung in den wirtschaftlichen und sozialen Kontext</p> <p>sind vertraut mit verschiedenen Beschäftigungspraktiken und ihrer Verbindung zu Beschäftigungssystemen in Unternehmen</p> <p>sind vertraut mit der aktuellen Forschung zu Beschäftigungssystemen.</p> <p>Students...</p> <p>are familiar with basic building blocks of employment relations and employment systems know main typologies of employment systems and their embeddedness in the economic and social context</p> <p>are familiar with different employment practices and their link to employments systems within firms.</p> <p>are familiar with recent research on employment systems</p> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b></p> <p>Die Studierenden...</p> <p>sind in der Lage, Beschäftigungspraktiken kritisch zu reflektieren</p> <p>sind in der Lage, Artikel zu lesen, in denen Fallstudien oder empirische Untersuchungen zu Beschäftigungssystemen vorgestellt werden</p> <p>sind in der Lage, kürzere Texte zu verfassen, in denen Fragen der Arbeitsbeziehungen zusammengefasst und kommentiert werden</p> <p>Students...</p> <p>are able to critically reflect employment practices</p> <p>are able to read articles presenting case studies or empirical research related to employment systems</p> <p>are able to write shorter texts summarizing and commenting on issues in employment relations</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b></p> <p>Die Studierenden...</p> <p>sind in der Lage, sich eine Meinung über die effiziente und gerechte Gestaltung der Beschäftigungssysteme eines Unternehmens zu bilden</p> <p>sind in der Lage, Forschungsergebnisse zu lesen, zu verstehen und zu diskutieren</p> <p>Students...</p> <p>are able to form an opinion on the efficient and equitable design of a firm's employment systems</p> <p>are able to read, understand and discuss research</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b></p> <p>Die Studierenden...</p> <p>sind in der Lage, die Effizienz und Gerechtigkeit der betrieblichen Beschäftigungssysteme unter Berücksichtigung von Arbeitgebern, Arbeitnehmern und der Gesellschaft im Allgemeinen zu bewerten sind in der Lage, Managementpraktiken zu diskutieren</p> <p>Students...</p> <p>are able to evaluate the efficiency and equity of firm's employment systems, with reference to employers, workers, and the broader society</p> <p>are able to discuss managerial practices</p>												
<p><b>6</b></p>	<p><b>Prüfungsleistung:</b></p> <p><input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1" data-bbox="256 1906 1481 2056"> <thead> <tr> <th>zu</th> <th>Prüfungsform</th> <th>Dauer bzw. Umfang</th> <th>Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a), b)</td> <td>Klausur</td> <td>90 Minuten</td> <td>50 %</td> </tr> <tr> <td>a), b)</td> <td>Klausur</td> <td>90 Minuten</td> <td>50 %</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a), b)	Klausur	90 Minuten	50 %	a), b)	Klausur	90 Minuten	50 %
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote										
a), b)	Klausur	90 Minuten	50 %										
a), b)	Klausur	90 Minuten	50 %										

7	<b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme</b> Keine
8	<b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine
9	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist
10	<b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)
11	<b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. International Business Studies, M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management & Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.Sc. Taxation, Accounting and Finance, M.Sc. Management, Zwei-Fach-Master-Studiengang
12	<b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. Martin Schneider
12 a	<b>Ansprechpartner/in:</b> Prof. Dr. Martin Schneider (martin.schneider@uni-paderborn.de), Prof. Dr. Kirsten Thommes (kirsten.thommes@uni-paderborn.de)
13	<b>Sonstige Hinweise:</b> Keine

Seminar Organisationales Verhalten							
Seminar Organizational Behavior							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.4157	150	5	1-3	SoSe/WS	1	Deutsch	WP
1	<b>Modulstruktur:</b>						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	K.184.41571 / Seminar Organisationales Verhalten	Seminar	45	105	P	30	
2	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
3	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
4	<b>Inhalte:</b> Auf Basis von aktuellen Problemen werden Aspekte menschlichen Verhaltens in Organisationen in diesem Seminar besprochen und diskutiert. Aktuelle Themen, die unter anderem in einem Semester besprochen werden, sind zum Beispiel Innovationen am Arbeitsplatz, worunter ganz spezifisch die Mensch-Maschine-Interaktion fällt. Dabei wird den Fragen nachgegangen: Wann und unter welchen Umständen entwickeln Menschen an Arbeitsplätzen innovative Lösungen für Probleme? Wann und unter welchen Umständen sehen Menschen Innovationen in ihrer Umgebung und übertragen sie auf neu Probleme? Die Themenschwerpunkte wechseln semesterweise.						

5	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b> Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b> sollen aktuelle Probleme und Lösungsmöglichkeiten im Kontext des organisationalen Verhaltens diskutieren und erläutern können.</p> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b> sollen selbständig ein Thema mittels Literaturrecherche und Datensammlung erarbeiten. Sie sollen die Ergebnisse im Rahmen einer Seminararbeit einordnen und dem Kurs in Form einer Präsentation erklären können.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b> sollen unabhängig und selbstorganisiert einen Plan für die Anfertigung der Präsentation und Ausarbeitung erarbeiten und dabei die gesetzten Kriterien erfüllen.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b> sollen die erworbenen Erkenntnisse in Gruppenarbeit aufbereiten und vorstellen können.</p>												
6	<p><b>Prüfungsleistung:</b>  <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1" data-bbox="256 831 1476 1016"> <thead> <tr> <th data-bbox="256 831 373 913">zu</th> <th data-bbox="373 831 1038 913">Prüfungsform</th> <th data-bbox="1038 831 1230 913">Dauer bzw. Umfang</th> <th data-bbox="1230 831 1476 913">Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="256 913 373 965">a)</td> <td data-bbox="373 913 1038 965">Präsentation</td> <td data-bbox="1038 913 1230 965">15 Minuten</td> <td data-bbox="1230 913 1476 965">30 %</td> </tr> <tr> <td data-bbox="256 965 373 1016">a)</td> <td data-bbox="373 965 1038 1016">Schriftliche Hausarbeit</td> <td data-bbox="1038 965 1230 1016">10 Seiten</td> <td data-bbox="1230 965 1476 1016">70 %</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Präsentation	15 Minuten	30 %	a)	Schriftliche Hausarbeit	10 Seiten	70 %
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote										
a)	Präsentation	15 Minuten	30 %										
a)	Schriftliche Hausarbeit	10 Seiten	70 %										
7	<p><b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme</b> Keine</p>												
8	<p><b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine</p>												
9	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist</p>												
10	<p><b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)</p>												
11	<p><b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. IBS, M.Sc. BWL, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management, M.Sc. Management &amp; Information Systems, M.Sc. Taxation, Accounting and Finance, M.Sc. Winfo, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, Zwei-Fach-Master-Studiengang</p>												
12	<p><b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. Kirsten Thommes</p>												
12	<p><b>Ansprechpartner/in:</b> a Miro Mehic (miro.mehic@uni-paderborn.de)</p>												
13	<p><b>Sonstige Hinweise:</b> Keine</p>												

Seminar on Decision Making using Concepts from Behavioral Economics							
Seminar on Decision Making using Concepts from Behavioral Economics							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.4162	150	5	1-3	SoSe/W S	1	Englisch	WP
1	<b>Modulstruktur:</b>						
		Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
	a)	K.184.41621 / Seminar on Decision Making using Concepts from Behavioral Economics	Block seminar	16	134	P	20
2	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
3	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
4	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Im Mittelpunkt der Verhaltensökonomie steht die Überzeugung, dass ökonomische Standardmodelle, die mit psychologischen Grundlagen angereichert werden, das Verständnis dafür verbessern, wie Menschen ökonomische Entscheidungen treffen. In der Tat gibt es eine beeindruckende Sammlung an hauptsächlich experimenteller Evidenz, die den empirischen Erfolg der Verhaltensökonomie bei der Vorhersage und Erklärung menschlichen Verhaltens unterstreicht. Ziel dieses Seminars ist es, einige ausgewählte Bereiche der Verhaltensökonomie näher zu beleuchten, unter anderem Verhaltensmodelle der Entscheidungsfindung und ihre Anwendungen, Verhaltensmodelle für soziale Präferenzen wie Vertrauen und Fairness, Modelle eingeschränkter Rationalität, verhaltensökonomische Modelle zu Zeitpräferenzen, Verhaltensethik und Nudges.</p> <p>Das Format des Seminars sieht folgendermaßen aus: Es werden 4 einführende Vorlesungen gegeben. In diesen Vorlesungen werden die Grundlagen der Verhaltensökonomie und die Methode der experimentellen Wirtschaftsforschung in angewandter Form vermittelt. Anschließend werden die einzelnen Themen mit Hilfe vieler interaktiver Elemente und Beispiele vertieft. Themen sind zum Beispiel Prospect Theory, Mental Accounting, Bounded Rationality, Behavioral Time Discounting, Behavioral Ethics und Nudge. Zuletzt wird in das wissenschaftliche Arbeiten eingeführt. Bitte beachten Sie, dass diese Vorlesungen in Präsenzform an der Universität stattfinden.</p> <p>Die Prüfung besteht aus einer Einzel- und einer Gruppenkomponente. Die Teilnehmer werden einem der Themen zugeordnet und müssen innerhalb eines Zeitraums von etwa 2 Monaten eine Hausarbeit schreiben. Ein Thema wird dabei höchstens drei Teilnehmern zugewiesen, so dass die Teilnehmer in Dreiergruppen arbeiten können, um sich darüber auszutauschen, wie und was sie in ihrer Hausarbeit schreiben sollen. Allerdings schreibt jeder Teilnehmer die Hausarbeit INDIVIDUELL. Die Einreichung exakt derselben Inhalte führt zum Nichtbestehen des Kurses für alle beteiligten Teilnehmer. Die Gruppenkomponente besteht aus einer 30-minütigen Gruppenpräsentation (einschließlich einer 10-minütigen Diskussion), in der die jeweiligen Gruppenmitglieder ihre Arbeit zu dem zugewiesenen Thema den anderen Gruppen im Plenum vorstellen. Die Hausarbeiten werden vor den Präsentationen eingereicht. Die Präsentationen finden in einem Seminarraum auf dem Hauptcampus statt.</p> <p>At the core of behavioral economics is the conviction that standard economic frameworks enriched by psychological foundation will make economic models more accurate and increase the understanding of how humans make decisions. Indeed, an impressive thorough and detailed body of mainly experimental evidence exists that highlights the empirical success of behavioral economics in predicting and explaining human behavior. In this seminar, the aim is to take a closer look at some selected gems of behavioral economics, including behavioral models of decision-making and their applications, behavioral models of other-regarding preferences such as trust and fairness,</p>						

	<p>organizational behavior, behavioral time discounting, behavioral ethics, behavioral market design and incentives, behavioral finance, and behavioral interventions known as nudges.</p> <p>The format of the seminar looks as follows: there will be 4 introductory lectures. In these lectures the fundamentals of behavioral economics and the method of experimental economics will be taught, in an applied way. Subsequently, the single topics will be introduced in more detail by the use of many interactive elements and examples. Topics include for example Prospect Theory, Mental Accounting, Bounded Rationality, Behavioral Time Discounting, Behavioral Ethics and Nudge. At the very end of these lectures, the technique of scientific writing will be outlined. Please note that these lectures take place at University in person.</p> <p>The exam consists of an individual and a group component. Participants will be assigned to one of the topics and will be required to write a home assignment within a period of roughly 2 months. One topic will hereby be assigned to at most three participants, so that participants can work in groups of three to exchange ideas how and what to write in their home assignments. However, each participant WRITES THE HOME ASSIGNMENT INDIVIDUALLY. Submitting exactly the same contents will result in failing the course for all involved participants. The group component consists of a group presentation of 30 minutes (including 10 minutes of discussion) in which the according group members present their work on the assigned topic to the audience. The home assignments will be submitted before the presentations will take place. The presentations will take place physically in a seminar room at the main campus.</p>
5	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b> Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>...werden ein tieferes Verständnis dafür gewinnen, wie gut verhaltensökonomische Konzepte menschliches Verhalten vorhersagen und erklären können, insbesondere im Bereich des Ihnen zugewiesenen Themas</li> <li>...werden Motivation und Prinzipien der zugrundeliegenden verhaltensökonomischen Modelle verstehen und vor allem experimentelle Studien auf Grundlage einer fundierten wissenschaftlichen Argumentation beschreiben, analysieren und diskutieren</li> <li>...gain a deeper understanding about how well concepts of behavioral economics predict and explain human behavior, especially in the domain of your assigned topic</li> <li>...understand the motivation and principles of the underlying behavioral models, as well as, describing, analyzing and discussing mainly experimental studies on sound scientific reasoning</li> </ul> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>...sind in der Lage, einen Ausblick für zukünftige Forschung zu geben und Implikationen für die Realität abzuleiten</li> <li>...sind in der Lage zu diskutieren und differenzieren, was die Verhaltensökonomie und die experimentellen Methoden im Bereich Ihres Themas beigetragen haben. Zudem sind Studierende in der Lage, Beitrag und Grenzen der eigenen Arbeit zu bewerten und einzuordnen</li> <li>...will be capable of identifying avenues for future research, and to inform policy makers about the implications of your work</li> <li>...discuss and differentiate what behavioral economics and the experimental methods contributed in the domain of your topic. Discussing and evaluating the contribution and limitations of your own work</li> </ul> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>...recherchieren zusätzliche Literatur über die angegebene Basisliteratur hinaus</li> <li>...legen den Schwerpunkt und die Struktur ihrer Hausarbeit fest, diskutieren die Inhalte ihres Themas in der Gruppe, um die erarbeiteten Erkenntnisse zur Verbesserung der Qualität der Hausarbeit zu nutzen</li> <li>...fertigen die schriftliche Ausarbeitung der Hausarbeit an</li> <li>...search for additional literature beyond the provided ones</li> <li>...decide on the focus and structure of your home assignment, discuss the contents of your topic within your group in order to use the elaborated insights to improve the quality of your home assignment</li> <li>...write-up of your home assignment</li> </ul> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>...bereiten die Inhalte ihres Themas für die Präsentation innerhalb ihrer Gruppe vor</li> </ul>

	<p>...präsentieren im Rahmen des Gruppenvortrags den anderen Gruppen ihre Arbeit im Plenum                  ...prepare the contents of your topic for presentation within your group                  ...present your work to the audience</p>												
<b>6</b>	<p><b>Prüfungsleistung:</b>  <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>zu</th> <th>Prüfungsform</th> <th>Dauer bzw. Umfang</th> <th>Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a)</td> <td>Schriftliche Hausarbeit</td> <td>12-15 Seiten</td> <td>80 %</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Präsentation</td> <td>30 Minuten</td> <td>20 %</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Schriftliche Hausarbeit	12-15 Seiten	80 %	a)	Präsentation	30 Minuten	20 %
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote										
a)	Schriftliche Hausarbeit	12-15 Seiten	80 %										
a)	Präsentation	30 Minuten	20 %										
<b>7</b>	<p><b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme</b>                  Keine</p>												
<b>8</b>	<p><b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b>                  Keine</p>												
<b>9</b>	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b>                  Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist</p>												
<b>10</b>	<p><b>Gewichtung für Gesamtnote:</b>                  Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)</p>												
<b>11</b>	<p><b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b>                  M.Sc. International Business Studies, M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management &amp; Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.Sc. M.Sc. Management, , M.Sc. Taxation, Accounting and Finance, Zwei-Fach-Master-Studiengang</p>												
<b>12</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r:</b>                  Dr. Behnud Djawadi</p>												
<b>12</b> <b>a</b>	<p><b>Ansprechpartner/in:</b>                  Dr. Behnud Djawadi (behnud.mir.djawadi@uni-paderborn.de)</p>												
<b>13</b>	<p><b>Sonstige Hinweise:</b>                  Keine</p>												

Empirische Managementforschung							
Empirical Research in Management							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.4164	300	10	1-3	WS	1	Deutsch	WP
<b>1</b>	<b>Modulstruktur:</b>						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	K.184.41641 / Grundlagen der experimentellen Wirtschafts- und Managementforschung	Vorlesung	24	90	P	40	
b)	K.184.41642 / Grundlagen der experimentellen Wirtschafts- und Managementforschung (inkl. Datenanalyse)	Übung	8	58	P	40	
c)	K.184.41643 / Angewandte Projektarbeit zur experimentellen Wirtschafts- und Managementforschung	Projekt	10	110	P	40	
<b>2</b>	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
<b>3</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
<b>4</b>	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Sollte ein Manager seinen Mitarbeitern eher vertrauen oder kontrollieren? Sind Arbeitnehmer produktiver, wenn man Ihnen mehr Gehalt zahlen würde, auch wenn sie sich mit einem niedrigeren Lohn zufriedengeben würden? Handeln wir tatsächlich immer nur um eigene Vorteile zu erzielen, oder ist es uns wichtig, welche Konsequenzen unser Handeln für andere hat bzw. ethisch vertretbar ist? Klassische wirtschaftswissenschaftliche Theorien würden in den oben beschriebenen Situationen vorhersagen, dass ein Manager seine Mitarbeiter strikt kontrollieren und nur den Mindestlohn zahlen sollte, und wir stets so handeln sollten, dass unser eigener Nutzen maximiert wird, unabhängig davon ob wir anderen schaden oder nicht.</p> <p>Die experimentelle Wirtschaftsforschung stellt diese Annahme von rationalen und eigennutzmaximierenden Akteuren auf den Prüfstand, in dem sie der Frage nachgeht, inwieweit das Verhalten der Akteure in wirtschaftswissenschaftlichen Entscheidungssituationen tatsächlich den theoretischen Erwartungen entspricht bzw. warum und inwieweit das Verhalten von den theoretischen Erwartungen abweichen sollte. Die Daten zur Beantwortung dieser Fragen werden über Experimente, sei es über Labor- oder Feldexperimente gewonnen.</p> <p>Der Schwerpunkt der Veranstaltung wird auf Laborexperimenten gelegt, die wie in der medizinischen Forschung unter stark kontrollierten Bedingungen ablaufen. Ein wirtschaftswissenschaftliches Laborexperiment ist dabei eine stark vereinfachte Entscheidungssituation aus der Realität, bei der man über zwei Gruppen von Probanden genau eine einzige Variable ändert und man Unterschiede im Verhalten zwischen den zwei Gruppen auf genau diese Änderung zurückführen kann. In dieser Veranstaltung wird einerseits gelehrt, wie man ausgehend von einer wirtschaftswissenschaftlichen bzw. managementspezifischen Fragestellung zu einem experimentellen Design kommt, und andererseits das Gelernte im Rahmen eines eigenen experimentellen Gruppenprojekts anwendet.</p> <p>Im ersten Teilmodul werden die Grundlagen der experimentellen Wirtschafts- und Managementforschung gelehrt.</p> <p>Die Inhalte der Vorlesung motivieren in die Thematik, warum man neben Fragebögen und Ökonometrie auch Experimente zur Datengewinnung in den Wirtschaftswissenschaften benötigt, erläutern den Weg von der Fragestellung zum experimentellen Design, verdeutlichen, wie man auf Basis von Theorie Vorhersagen trifft bzw. Hypothesen ableitet, welches Verhalten im Experiment zu erwarten ist, beschreiben wie man den Trade-off angeht, ein Experiment einfach und abstrakt zu gestalten, aber immer noch die notwendigen Elemente der Realität zu berücksichtigen, erklären welche Probleme beim Design und der Durchführung von Experimenten entstehen</p>						

	<p>könnten, die die Ergebnisse verzerren.behandeln konkrete experimentelle Studien, die zu verschiedenen Themengebieten zeigen warum und inwieweit das beobachtbare Verhalten von der Theorie abweicht.</p> <p>Die Inhalte der Vorlesung werden mithilfe von Lehrbüchern, eigenen Best-Practice Ansätzen und konkreten experimentellen Studien aus den Themengebieten Fairness, Reziprozität, Vertrauen, Wahrnehmungsverzerrungen, Risikoverhalten und Managemententscheidungen verdeutlicht und kritisch diskutiert.</p> <p>Die Inhalte der Übung konzentrieren sich auf die Auswertung der Experimentdaten. Dabei wird anwendungsorientiert in statistische Verfahren von nicht-parametrischen Tests eingeführt. Die verschiedenen Verfahren, die auch in einfachen klinischen Studien standardmäßig eingesetzt werden, lassen sich ohne besondere Software „per Hand“ ausrechnen. Die Verfahren werden in der Übung schrittweise erklärt und die Datenanalyse über Aufgabenblätter geübt.</p> <p>Im zweiten Teilmodul erarbeiten die Studierenden ein eigenes experimentelles Projekt, bei dem sie das erlernte methodische Wissen praktisch anwenden und selbst ein wirtschaftswissenschaftliches Experiment planen und durchführen. Eine Liste von möglichen Themen inklusive Literatur wird dabei vorab vom Lehrstuhl bereitgestellt. Die Studierenden finden sich freiwillig zu Gruppen zusammen oder werden auf Wunsch von den Dozenten auf die Gruppen zugeteilt. Die Gruppengröße ist dabei auf jeweils max. 5 Studierende begrenzt. Jedes vergebene Thema und somit jede Gruppe wird von einem Mitarbeiter des Lehrstuhls betreut. Die theoretische Grundlage des jeweiligen Themas, das experimentelle Design und die Ergebnisse der Durchführung werden im Rahmen einer schriftlichen Hausarbeit festgehalten. Zudem wird es einen Präsentationstag geben, an dem jede Gruppe das bearbeitete Thema im Rahmen eines gemeinsamen Gruppenvortrags im Plenum vorstellt.</p>																
<p><b>5</b></p>	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b> Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b>                  erlernen die Methode der experimentellen Wirtschaftsforschung.                  verstehen Vor- und Nachteile experimenteller Wirtschaftsforschung.                  erkennen problematische Experimentdesigns.                  beschäftigen sich mit Befunden experimenteller Studien zur Managementforschung/Experimentelle Wirtschaftsforschung</p> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b>                  wenden experimentelle Befunde auf Problemstellungen in den Bereichen Management, ökonomische Interaktionen, soziale Präferenzen, wirtschaftsethisches Verhalten, Vertragsstrukturen im Unternehmenskontext, Wahrnehmungsverzerrungen und Entscheidungen unter Risiko und Unsicherheit an.                  führen eigene Experimente zu einer bestimmten wirtschaftswissenschaftlichen Fragestellung durch, analysieren die Daten und dokumentieren die Befunde</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b>                  sind kreativ mit den zur Verfügung stehenden Mitteln ein Experimentdesign zu entwickeln und durchzuführen                  erarbeiten selbstständig englischsprachige Lektüre.                  reflektieren kritisch erarbeitete Inhalte, entwickeln eigenständig eine fundierte persönliche Haltung und erwerben die Fähigkeit, diese sachkundig zu vertreten.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b>                  koordinieren, konzipieren und führen eine Gruppenarbeit durch Aufbereitung, Vorbereitung, Durchführung des Experiments und Analyse und Diskussion der Arbeitsergebnisse.</p>																
<p><b>6</b></p>	<p><b>Prüfungsleistung:</b>  <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1" data-bbox="252 1816 1481 2056"> <thead> <tr> <th>zu</th> <th>Prüfungsform</th> <th>Dauer bzw. Umfang</th> <th>Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a), b), c)</td> <td>Klausur</td> <td>60 Minuten</td> <td>60 %</td> </tr> <tr> <td>a), b), c)</td> <td>Schriftliche Hausarbeit</td> <td>16 S.</td> <td>30 %</td> </tr> <tr> <td>a), b), c)</td> <td>Präsentation</td> <td>30 Minuten</td> <td>10 %</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a), b), c)	Klausur	60 Minuten	60 %	a), b), c)	Schriftliche Hausarbeit	16 S.	30 %	a), b), c)	Präsentation	30 Minuten	10 %
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote														
a), b), c)	Klausur	60 Minuten	60 %														
a), b), c)	Schriftliche Hausarbeit	16 S.	30 %														
a), b), c)	Präsentation	30 Minuten	10 %														

7	<b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:</b> Keine
8	<b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine
9	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist
10	<b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)
11	<b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. International Business Studies, M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management & Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M. Ed. Wirtschaftspädagogik, Zwei-Fach-Master-Studiengang
12	<b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. René Fahr
12 a	<b>Ansprechpartner/in:</b> Dr. Behnud Djawadi (behnud.mir.djawadi@uni-paderborn.de)
13	<b>Sonstige Hinweise:</b> Keine

Finding and Developing your Research Project							
Finding and Developing your Research Project							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.4176	150	5	1-3	SoSe/WS	1	Deutsch	WP
1	<b>Modulstruktur:</b>						
		Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
a)	K.184.41761 / Finding and Developing your Research project (M.A.)		Seminar	43	107	P	10
2	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
3	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
4	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Was bedeutet Forschung in den Wirtschaftswissenschaften? Was ist ein gutes Forschungsprojekt? Dieser Kurs versucht, diese Fragen zu beantworten, hilft Ihnen, sich für eine Idee zu entscheiden und diese dann zu entwickeln. Am Ende sollten Sie eine klare Vorstellung von einem Thema für Ihre Masterarbeit haben.</p> <p>. What does research in economics mean? What is a good research project? This course tries to answer these questions, helps you to decide on one idea, and then to develop it. At the end, you should have a clear idea of a topic for your Master thesis.</p>						
5	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b></p> <p>Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b></p> <p>drei verschiedene quantitative Forschungsmethoden zu unterscheiden. distinguish three different quantitative research methods.</p> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b></p> <p>Finden Sie Ihr eigenes Forschungsthema.</p>						

	<p>beschreiben Sie die Aussage, die Gegenstand Ihrer Forschung ist. Ihre Wahl der Forschungsmethode begründen. die Schwächen von Forschungsideen durch interaktive Teamarbeit zu verbessern. eine Projektbeschreibung zu formulieren, die als Ausgangspunkt für Ihre Abschlussarbeit dienen kann. find your own research topics. describe the statement that is the object of your research. motivate your choice of research method. improve weaknesses of research ideas through interactive teamwork. formulate a project description that may serve as the starting point for your thesis.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b> Schwächen und Stärken von Forschungsideen und Projektbeschreibungen zu identifizieren. den Beitrag Ihrer Forschungsarbeit zum Bereich der Literatur identifizieren ein Projekt zu entwickeln, das einen echten Beitrag zur bestehenden Forschung leistet. identify weaknesses and strengths of research ideas and project descriptions. identify the contribution of your research to the field of literature generate a project which constitutes a real contribution to existing research.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b> Ihr Forschungsthema mit der geeigneten quantitativen Forschungsmethode abzustimmen. match your research topic with the suitable quantitative research method.</p>								
<b>6</b>	<p><b>Prüfungsleistung:</b>  <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>zu</th> <th>Prüfungsform</th> <th>Dauer bzw. Umfang</th> <th>Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a)</td> <td>Schriftliche Hausarbeit</td> <td>ca. 10 Seiten</td> <td>100 %</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Schriftliche Hausarbeit	ca. 10 Seiten	100 %
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote						
a)	Schriftliche Hausarbeit	ca. 10 Seiten	100 %						
<b>7</b>	<b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:</b> Keine								
<b>8</b>	<b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine								
<b>9</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist								
<b>10</b>	<b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)								
<b>11</b>	<b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. International Business Studies, M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management & Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M. Ed. Wirtschaftspädagogik, ,M.Sc. Management, Zwei-Fach-Master-Studiengang								
<b>12</b>	<b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. Wendelin Schnedler								
<b>12 a</b>	<b>Ansprechpartner/in:</b> Eva Charlotte Klein								
<b>13</b>	<b>Sonstige Hinweise:</b> The course involves a week of teaching just before the term starts. Der Kurs umfasst eine Woche Unterricht unmittelbar vor Semesterbeginn.								

Themengebiete der Wirtschaftsethik							
Topics of Business Ethics							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.4185	150	5	1-3	SoSe/W S	1	Deutsch	WP
1	<b>Modulstruktur:</b>						
		Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
	a)						
	b)						
2	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
3	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
4	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Ethik im Kontext ökonomischer Theorie und Praxis ist zu einem zentralen Thema öffentlicher und wissenschaftlicher Auseinandersetzung avanciert. Von Kodizes in Unternehmen bis zu Fragen der Wirtschaftsordnung erstreckt sich ein weites Feld wirtschaftsethischer Aktivitäten und Debatten, in denen auf die eine oder andere Weise die Aufmerksamkeit für Grundlagenprobleme einer Wirtschaftsethik gewachsen ist. Im Rahmen der angebotenen Kooperationsmodule werden eben diese Debatten aufgegriffen und aktuelle Fragestellungen durch unterschiedliche wirtschafts-, unternehmens- und sozialetischer Konzepte beleuchtet und neu erschlossen. So wird beispielsweise im Rahmen des Kooperationsmoduls „Die Wirtschaft der Gesellschaft“ anhand ausgewählter Theorien moderner Gesellschaft der Frage nachgegangen, wie sich die Wirtschaft als Teil der Gesellschaft begreifen lässt und wo sich mögliche Anknüpfungspunkte für die sozialetische Debatte aufzeigen lassen. In dem von der Theologischen Fakultät angebotenen Kooperationsmodul „Arbeiten 4.0 – schöne neue Arbeitswelt?“ wird erarbeitet, wie sich Trends der Arbeitswelt beschreiben lassen, was die Veränderungen für den Menschen und „seine“ Arbeit bedeuten und wie sich diese Entwicklungen beurteilen lassen.</p>						
5	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b></p> <p>Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>kennen die wesentlichen wirtschaftsethisch relevanten Problemstellungen, Begriffe und Begründungswege.</li> <li>kennen die ideengeschichtlichen und ethisch-systematischen Zugänge zur Thematik.</li> <li>erlangen vertiefende Kenntnisse in fachspezifischen Wissensgebieten durch Aufarbeitung ausgewählter Vertiefungsthemen.</li> </ul> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>erkennen ethische Dilemmata als solche und identifizieren Konfliktsituationen.</li> <li>verknüpfen (wirtschafts-)ethische Theorien und Konzepte mit Managementansätzen.wenden wirtschaftsethische Kompetenz zur Beschreibung und Analyse konkreter Problemstellungen an.</li> </ul> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>reflektieren und bewerten ökonomische Handlungsoptionen und Entscheidungssituationen auf Basis (wirtschafts-)ethischer Ansätze.</li> <li>treffen begründete, situationsgerechte Entscheidungen und erarbeiten methodisch gewonnenen Problemlösungen.</li> <li>sind in der Lage, aktuelle Problemstellungen und wirtschaftsethische Überlegungen in einen theoretischen Rahmen einzuordnen, innerhalb dieses Rahmens konsistent zu argumentieren und in einer wissenschaftlich fundierten Arbeit zu verschriftlichen.</li> <li>können ihre Handlungskompetenzen in Bezug auf Verantwortung bewerten.</li> </ul>						

	<b>Personale Kompetenz/Sozial</b> stellen ihre Ausarbeitung mit Hilfe geeigneter Präsentationsmedien vor und vertreten diese im Rahmen einer Plenumsdiskussion argumentativ. arbeiten kommunikativ und selbstständig in Kleingruppen.		
6	<b>Prüfungsleistung:</b> <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP) <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP) <input type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)		
	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang
		Schriftliche Hausarbeit mit Präsentation	15 S./20 Minuten
7	<b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme</b> Keine		
8	<b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine		
9	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist		
10	<b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)		
11	<b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. International Business Studies, M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management & Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M. Ed. Wirtschaftspädagogik, Zwei-Fach-Master-Studiengang		
12	<b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. René Fahr		
12 a	<b>Ansprechpartner/in:</b> Alina Elrich (alina.elrich@uni-paderborn.de)		
13	<b>Sonstige Hinweise:</b> Da das Modul mit wechselnden Kooperationsveranstaltungen aus der Fakultät KW insb. der Theologie stattfindet sind keine eigenen Lehrveranstaltungen angegeben.		

<b>Seminar zur experimentellen Wirtschaftsforschung</b>							
Seminar on experimental economic research							
<b>Modulnummer:</b>	<b>Workload (h):</b>	<b>LP:</b>	<b>Studiensemester:</b>	<b>Turnus:</b>	<b>Dauer (in Sem.):</b>	<b>Sprache:</b>	<b>P/WP:</b>
M.184.4189	150	5	1-3	SoSe	1	Deutsch	WP
<b>1</b>	<b>Modulstruktur:</b>						
	Lehrveranstaltung		Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
a)	K.184.41891 / Seminar zur experimentellen Wirtschaftsforschung		Seminar	30	120	P	30
<b>2</b>	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
<b>3</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen (zwingend):</b> Die Teilnahme an diesem Modul setzt voraus, dass keine Anmeldung zum Modul W4164 Empirische Managementforschung vorliegt. Eine Kombination der Module W4164 und W4189 ist nicht möglich.						
<b>4</b>	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Sollte man seinen Mitarbeitern vertrauen oder sie kontrollieren? Wenn man die Möglichkeit hat zwischen sich und einem anderen Spieler 10 Euro aufzuteilen, verteilt man das Geld eher fair oder egoistisch? Inwieweit ist man bereit, für den eigenen Vorteil andere zu täuschen? Diese und viele weitere Fragestellungen sind für die Wirtschaftswissenschaften von höchster Relevanz, jedoch mit Felddaten und/oder Fragebögen zu hypothetischen Situationen nur schwer zu untersuchen. Die Methode der experimentellen Wirtschaftsforschung bietet dagegen eine Möglichkeit reales Verhalten unter kontrollierten Bedingungen zu untersuchen und wahre Präferenzen mittels simpler Entscheidungssituationen aufzudecken. Es ist daher nicht verwunderlich, dass sich die experimentelle Wirtschaftsforschung neben der Ökonometrie und der Fragebogenuntersuchung als feste empirische Methode etabliert hat. So werden Laborexperimente mittlerweile in verschiedensten Forschungsfeldern, z.B. in der volkswirtschaftlichen, betriebswirtschaftlichen, finanzwirtschaftlichen und sogar gesundheits-ökonomischen Forschung eingesetzt.</p> <p>Laborexperimente laufen wie die aus der medizinischen Forschung bekannten Experimente unter stark kontrollierten Bedingungen ab. Ein wirtschaftswissenschaftliches Laborexperiment ist dabei eine stark vereinfachte Entscheidungssituation aus der Realität, bei der man über zwei Gruppen von Probanden genau eine einzige Variable ändert und man Unterschiede im Verhalten zwischen den beiden Gruppen auf genau diese Änderung zurückführen kann. Im Gegensatz zu medizinischen oder psychologischen Experimenten werden den Teilnehmern keine Informationen vorenthalten (oder keine falschen Informationen berichtet) und jede Entscheidung wird monetär incentiviert, so dass die Teilnehmer einen Anreiz haben, sich so zu verhalten, wie sie es persönlich für richtig halten.</p> <p>Um die Methode der experimentellen Wirtschaftsforschung bestmöglich zu verstehen, verfolgt das Seminar einen kombinierten Ansatz bestehend aus theoretischen Grundlagen und einem substantiellen Anwendungsteil:</p> <p>Das Seminar beginnt mit einer Blockveranstaltung, in der die Grundlagen der experimentellen Wirtschafts- und Managementforschung in Form von mehreren Vorlesungen gelehrt werden. Beispielsweise erlernen die Studierenden, wie man ausgehend von einer wirtschaftswissenschaftlichen bzw. managementspezifischen Fragestellung zu einem experimentellen Design kommt und welche Elemente ein „gutes“ experimentelles Design ausmachen. Zudem wird eine Einführung in die Datenanalyse gegeben, in denen ausgewählte und einfache nicht-parametrische statistische Testverfahren vorgestellt werden, die auf Exerimentdaten angewendet werden können.</p> <p>Im Rahmen einer Gruppenarbeit erarbeiten die Studierenden dann ein eigenes experimentelles Projekt, bei dem sie das erlernte methodische Wissen praktisch anwenden und selbst ein wirtschaftswissenschaftliches Experiment planen, durchführen und auswerten. Eine Liste von möglichen Themen inklusive Literatur wird dabei vorab vom Lehrstuhl bereitgestellt. Jedes vergebene Thema und somit jede Gruppe wird während des Semesters von Mitarbeiter*innen des Lehrstuhls betreut. Die theoretische Grundlage des jeweiligen Themas, das experimentelle Design und die Ergebnisse der Durchführung werden im Rahmen einer schriftlichen Seminararbeit festgehalten. Zudem wird es am Ende des Semesters einen Präsentationstag geben, an dem jede Gruppe das bearbeitete Thema im Rahmen eines gemeinsamen Gruppenvortrags im Plenum vorstellt.</p>						

5	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b> Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b> ...lernen die Methode der experimentellen Wirtschaftsforschung. ...verstehen Vor- und Nachteile experimenteller Wirtschaftsforschung. ...erkennen problematische Experimentdesigns.</p> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b> ...führen eigene Experimente zu einer bestimmten wirtschaftswissenschaftlichen Fragestellung durch, analysieren die Daten und dokumentieren die Befunde</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b> ...sind kreativ mit den zur Verfügung stehenden Mitteln ein Experimentdesign zu entwickeln und durchzuführen.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b> ...koordinieren, konzipieren und führen eine Gruppenarbeit durch Aufbereitung, Vorbereitung, Durchführung des Experiments und Analyse und Diskussion der Arbeitsergebnisse.</p>												
6	<p><b>Prüfungsleistung:</b>  <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1" data-bbox="256 846 1476 1032"> <thead> <tr> <th data-bbox="256 846 373 931">zu</th> <th data-bbox="373 846 1038 931">Prüfungsform</th> <th data-bbox="1038 846 1230 931">Dauer bzw. Umfang</th> <th data-bbox="1230 846 1476 931">Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="256 931 373 981">a)</td> <td data-bbox="373 931 1038 981">Projektarbeit</td> <td data-bbox="1038 931 1230 981">14-16 Seiten</td> <td data-bbox="1230 931 1476 981">80 %</td> </tr> <tr> <td data-bbox="256 981 373 1032">a)</td> <td data-bbox="373 981 1038 1032">Präsentation</td> <td data-bbox="1038 981 1230 1032">30 Minuten</td> <td data-bbox="1230 981 1476 1032">20 %</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Projektarbeit	14-16 Seiten	80 %	a)	Präsentation	30 Minuten	20 %
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote										
a)	Projektarbeit	14-16 Seiten	80 %										
a)	Präsentation	30 Minuten	20 %										
7	<p><b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme</b> Keine</p>												
8	<p><b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine</p>												
9	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist</p>												
10	<p><b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)</p>												
11	<p><b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. IBS, M.Sc. BWL, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management, M.Sc. Management &amp; Information Systems, M.Sc. Taxation, Accounting, and Finance, M.Sc. Winfo, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.Sc. Management, Zwei-Fach-Master-Studiengang</p>												
12	<p><b>Modulbeauftragte/r:</b> Dr. Behnud Djawadi</p>												
12 a	<p><b>Ansprechpartner/in:</b> Sabrina Schäfers (sabrina.schaefers@uni-paderborn.de)</p>												
13	<p><b>Sonstige Hinweise:</b> Weitere Informationen zum Ablauf des Seminars, der Bekanntgabe der Themen, der Mitteilung von Themenwünschen, der Zuteilung der Themen und des konkreten Zeitverlaufs werden den Kursteilnehmenden zu gegebener Zeit bekanntgegeben.</p>												

Relationship Marketing in the Digital Age							
Relationship Marketing in the Digital Age							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.5114	300	10	1-3	WS	1	Englisch	WP
1	<b>Modulstruktur:</b>						
		Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt-zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
	a)	K.184.51141 / Relationship Marketing in the Digital Age	Vorlesung / Übung	60	240	P	25
2	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
3	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
4	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Starke Kundenbeziehungen sind für die Unternehmensstrategie und -leistung von entscheidender Bedeutung. Das Beziehungsmarketing befasst sich daher mit der Ermittlung, Entwicklung und Aufrechterhaltung eines erfolgreichen Beziehungsaustauschs. Aufgrund des Zusammentreffens von Trends, die die globale Geschäftswelt antreiben - darunter der Übergang zu dienstleistungsbasierten Märkten, die schnellere Kommodifizierung von Produkten, der verschärfte weltweite Wettbewerb, das Wachstum in Schwellenländern, die Überalterung der Bevölkerung, die Sättigung mit Werbung, und (vor allem) das digitale Zeitalter - nimmt die entscheidende Bedeutung und Effektivität von idiosynkratischen Kundenbeziehungen im Vergleich zu anderen Marketing-Mix-Faktoren immer mehr zu. Der forschungsbasierte Ansatz dieses Moduls kombiniert Vorlesungen mit der Diskussion aktueller Forschungsarbeiten und ermöglicht es den Studierenden, die Instrumente des Beziehungsmarketings zu verstehen, kritisch zu reflektieren und effektiv anzuwenden. Ein relevantes Instrument des Beziehungsmarketings sind Kundenbindungsprogramme, die in diesem Modul eingehend diskutiert werden.</p> <p>Strong customer relationships are vital to company strategy and performance. Relationship marketing is therefore concerned with identifying, developing, and maintaining successful relational exchanges. Due to a confluence of trends driving the global business world—including the transition to service-based economies, faster product commoditization, intensified competition worldwide, growth among emerging markets, aging populations, advertising saturation, and (above all) the digital age—the critical impact and effectiveness of idiosyncratic customer relationships, relative to other marketing mix factors, continues to increase at an ever-growing pace. The research-based approach of this module combines lectures with discussions of state-of-the-art research papers, enabling participants to understand, critically reflect, and effectively apply relationship marketing instruments. One relevant instrument of relationship marketing are loyalty programs, which will be discussed in-depth in this module.</p>						
5	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b></p> <p>Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>verstehen die zentralen Konzepte, Theorien und Methoden des Beziehungsmarketings</li> <li>erwerben vertiefte Kenntnisse über den aktuellen Stand der Beziehungsmarketingforschung</li> <li>diskutieren Beispiele für Strategien und Instrumente des Beziehungsmarketings in der Unternehmenspraxis.</li> <li>understand the key concepts, theories, and methods of relationship marketing.acquire in-depth knowledge of the state-of-the-art of relationship marketing research.</li> <li>discuss examples of relationship marketing strategies and instruments in business practice.</li> </ul> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>lesen, verstehen und fassen Forschungsarbeiten zusammen</li> <li>lernen, wie eine Forschungspräsentation durchgeführt wird</li> <li>bewerten und anwenden relevante Konzepte, Theorien und Methoden des Beziehungsmarketings</li> <li>reflektieren kritisch und gestalten effektiv Instrumente des Beziehungsmarketings.</li> </ul>						

	<p>read, digest, and summarize research papers.</p> <p>learn how to do a research presentation.evaluate and apply the key concepts, theories, and methods of relationship marketing.</p> <p>critically reflect and effectively design relationship marketing instruments.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b></p> <p>lernen, Strategien des Wissenserwerbs (z.B. wissenschaftliche Literaturrecherche, Informationssuche in verschiedenen Medien) selbständig anzuwenden</p> <p>identifizieren, reflektieren und wählen selbständig betriebswirtschaftliche Alternativen in Bezug auf Strategien des Beziehungsmarketings aus</p> <p>entwickeln eine eigene Forschungsidee.</p> <p>learn to independently apply knowledge acquisition strategies (e.g., academic literature search, information search in various media).</p> <p>independently identify, critically reflect, and select managerial decision alternatives with regard to relationship marketing strategies.</p> <p>develop their own research idea.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b></p> <p>verbessern ihre Fähigkeit zur Teamarbeit</p> <p>verbessern ihre Präsentationsfähigkeiten</p> <p>verbessern ihre (schriftlichen und mündlichen) Kommunikationsfähigkeiten auf Englisch.</p> <p>improve their team collaboration skills.</p> <p>improve their presentation skills.</p> <p>improve their (written and oral) English communication skills.</p>																
<b>6</b>	<p><b>Prüfungsleistung:</b></p> <p><input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>zu</th> <th>Prüfungsform</th> <th>Dauer bzw. Umfang</th> <th>Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a)</td> <td>Schriftliche Hausarbeit</td> <td>15 Seiten</td> <td>60 %</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Präsentation</td> <td>15 Minuten</td> <td>20 %</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Präsentation</td> <td>15 Minuten</td> <td>20 %</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Schriftliche Hausarbeit	15 Seiten	60 %	a)	Präsentation	15 Minuten	20 %	a)	Präsentation	15 Minuten	20 %
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote														
a)	Schriftliche Hausarbeit	15 Seiten	60 %														
a)	Präsentation	15 Minuten	20 %														
a)	Präsentation	15 Minuten	20 %														
<b>7</b>	<b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:</b> Keine																
<b>8</b>	<b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine																
<b>9</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist																
<b>10</b>	<b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)																
<b>11</b>	<b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. IBS, M.Sc. BWL, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management, M.Sc. Management & Information Systems, M.Sc. Taxation, Accounting and Finance, M.Sc. Winfo, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, Zwei-Fach-Master-Studiengang																
<b>12</b>	<b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. Lena Steinhoff																
<b>12 a</b>	<b>Ansprechpartner/in:</b> Andrea Hampel (andrea.hampel@uni-paderborn.de)																
<b>13</b>	<b>Sonstige Hinweise:</b> Keine																

Marketingforschung							
Marketing Research							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.5116	300	10	1-3	SoSe	1	Deutsch	WP
1	<b>Modulstruktur:</b>						
		Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
	a)	K.184.51161 / Marketingforschung	Vorlesung / Übung	60	240	P	50
2	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
3	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
4	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Effektives Marketing basiert auf der systematischen Erhebung, Analyse und Interpretation von Daten. Dieses Modul macht die Studierenden mit der Marketingforschung vertraut und befähigt sie, eigenständig ein empirisches Forschungsprojekt durchzuführen. Das Teilmodul Marktforschungsmethoden vermittelt das Methodenspektrum der Marketingforschung und zeigt auf, wie dieses anwendungsorientiert eingesetzt wird. Im Teilmodul Konsumentenverhaltensforschung werden theoretische Konzepte des Konsumentenverhaltens vorgestellt und empirische Erkenntnisse über das Verhalten von Konsumenten diskutiert. Das neu erworbene konzeptionelle und methodische Wissen setzen die Studierenden in einer Projektarbeit um, indem sie in Teams eine experimentelle Studie konzipieren, umsetzen und ihre Ergebnisse im Plenum vorstellen.</p>						
5	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b></p> <p>Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b></p> <p>Studierende                  ...kennen die relevanten Marketingforschungsmethoden kennen die theoretischen Konzepte und empirischen Befunde des Konsumentenverhaltens</p> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b></p> <p>Studierende                  ...können die erlernten Konzepte und Methoden auf Fragestellungen der Marketingforschung anwenden                  ...können empirische Forschungsergebnisse bewerten und kritisch hinterfragen</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b></p> <p>Studierende                  ...können Handlungsalternativen in der Marketingforschung selbständig auswählen und bewerten                  ...nutzen das konzeptionelle und methodische Wissen aus den Vorlesungen/Übungen und dem begleitenden Selbststudium der Lehrmaterialien, um eigenständig eine experimentelle Studie durchzuführen werden in die Lage versetzt, eigene empirische Erkenntnisse zu generieren und zu reflektieren</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b></p> <p>Studierende                  ...schulen ihre Fähigkeit, auf Basis empirischer Forschungsbefunde zu diskutieren erlernen, eigene Forschungsergebnisse zu präsentieren                  ...verbessern ihre Teamfähigkeit und Kooperationsbereitschaft</p>						

<b>6</b>	<b>Prüfungsleistung:</b>			
	<input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)		<input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)	<input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)
	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
	a)	Klausur	60 Minuten	60 %
	a)	Präsentation	15 Minuten	30 %
	a)	Portfolio	15 Seiten	10 %
<b>7</b>	<b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:</b> Keine			
<b>8</b>	<b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine			
<b>9</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist			
<b>10</b>	<b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)			
<b>11</b>	<b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. IBS, M.Sc. BWL, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management, M.Sc. Management & Information Systems, M.Sc. Taxation, Accounting and Finance, M.Sc. Winfo, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, Zwei-Fach-Master-Studiengang			
<b>12</b>	<b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. Lena Steinhoff			
<b>12</b> <b>a</b>	<b>Ansprechpartner/in:</b> Andrea Hampel (andrea.hampel@uni-paderborn.de)			
<b>13</b>	<b>Sonstige Hinweise:</b> keine			

Social Entrepreneurship							
Social Entrepreneurship							
<b>Modulnummer:</b>	<b>Workload (h):</b>	<b>LP:</b>	<b>Studiensemester:</b>	<b>Turnus:</b>	<b>Dauer (in Sem.):</b>	<b>Sprache:</b>	<b>P/WP:</b>
M.184.5127	300	10	1-3	SoSe	1	Deutsch	WP
<b>1</b>	<b>Modulstruktur:</b>						
		Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
	a)	K.184.51271 / Social Entrepreneurship	Blockseminar	50	250	P	30
<b>2</b>	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
<b>3</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
<b>4</b>	<b>Inhalte:</b> Diese Lehrveranstaltung richtet sich an alle Studierenden der fünf Fakultäten der Universität Paderborn und wird praxisnahe Einblicke in die Welt der Unternehmensgründung liefern. Ziel des Moduls ist es, theoretische und praktische Kenntnisse zur Gründung eines Sozialunternehmens zu erlernen und anzuwenden. Der Schwerpunkt liegt dabei vor allem auf der Generierung einer möglichen Gründungsidee und der darauffolgenden Umsetzung einer ersten Version bzw. eines Prototypen zur möglichen Vorbereitung einer						

	<p>Gründung. Die Gründungsidee kann sich auf reelle oder fiktive Gründungsabsichten aus den Bereichen Klima &amp; Umwelt, Gesellschaft &amp; Politik, Kultur &amp; Medien, Bildung &amp; Integration und Gesundheit beziehen.</p> <p>Das Modul besteht aus einem Intensivworkshop zur Gründung eines Sozialunternehmens.</p> <p>Im weiteren Verlauf wird als Team an der Gründungsidee weitergearbeitet. Die Studierenden entwickeln eine erste, vereinfachte Version bzw. Prototypen ihres Produkts oder ihrer Dienstleistung. Diese erste Version sollte nur mit den nötigsten Funktionen ausgestattet sein und dient einem ersten Eindruck des Geschäftsmodells. Während des gesamten Semesters wird es regelmäßiges Feedback, persönliche Betreuung und Zwischenpräsentationen zur Weiterentwicklung geben. Das Modul bietet die Möglichkeit Sozialunternehmer:innen, Gründer:innen und Unterstützer:innen kennenzulernen und den eingeladenen Expert:innen Fragen zu stellen. Zum Abschluss wird das Geschäftsmodell in einem Projektbericht zusammengefasst. Der gemeinsame Abschluss im Modul bildet das "Impact Festival", bei dem die Teams einem breiten Publikum und Fachexpert:innen ihre Ideen vorstellen. Somit besteht die Prüfungsleistung aus drei Präsentationen und einem abschließenden Projektbericht.</p>								
<p><b>5</b></p>	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b> Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• erlangen Verständnis darüber, was Sozialunternehmen sind und wie diese zur Lösung eines gesellschaftlichen Problems beitragen.</li> <li>• kennen den Aufbau, die Strategien und den Erfolg von Sozialunternehmen.</li> <li>• bauen gründungsrelevantes Wissen zur Ideenfindung und Vorbereitungsphase der Gründung auf.</li> </ul> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• können Gründungsideen für (Sozial-)Unternehmen identifizieren.</li> <li>• können ein (Sozial-)unternehmen mit geeigneten Methoden systematisch in den Markt einführen (z.B. Design Thinking).</li> <li>• können einen Prototypen für ihr Geschäftsmodell erstellen.</li> <li>• können ein geeignetes Finanzierungsmodell entwickeln. Persönliche Kompetenz /Sozial (individual competences / social skills)</li> </ul> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b> Studierende...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• suchen den Austausch mit Fachvertretern und Laien über Informationen, Ideen, Problemfelder und Lösungen des behandelten Fachgebiets.</li> <li>• präsentieren ihre eigenen Gründungsideen vor einem Fachpublikum.</li> </ul> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• arbeiten mit interdisziplinärem Verständnis.</li> <li>• finden Konsens in Teams in widersprüchlichen Situationen.</li> <li>• präsentieren und vertreten ihre Ergebnisse argumentativ und systematisch.</li> </ul>								
<p><b>6</b></p>	<p><b>Prüfungsleistung:</b>  <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1" data-bbox="256 1641 1468 1809"> <thead> <tr> <th>zu</th> <th>Prüfungsform</th> <th>Dauer bzw. Umfang</th> <th>Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a)</td> <td>Schriftliche Hausarbeit mit Präsentation</td> <td>15-20 Seiten / 15-25 Minuten</td> <td>100 %</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Schriftliche Hausarbeit mit Präsentation	15-20 Seiten / 15-25 Minuten	100 %
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote						
a)	Schriftliche Hausarbeit mit Präsentation	15-20 Seiten / 15-25 Minuten	100 %						
<p><b>7</b></p>	<p><b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:</b> Keine</p>								
<p><b>8</b></p>	<p><b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Teilnahme an den Workshoptagen</p>								
<p><b>9</b></p>	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist</p>								

10	<b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)
11	<b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. International Business Studies, M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management & Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, Zwei-Fach-Master-Studiengang
12	<b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. Rüdiger Kabst
12 a	<b>Ansprechpartner/in:</b> Sumaya Islam (sumaya.islam@uni-paderborn.de), Dr. Sebastian Vogt (sebastian.vogt@uni-paderborn.de), Prof. Dr. Rüdiger Kabst (kabst@upb.de)
13	<b>Sonstige Hinweise:</b> Keine

Corporate Entrepreneurship II							
Corporate Entrepreneurship							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.5128	300	10	1-3	SoSe/WS	1	Deutsch	WP
1	<b>Modulstruktur:</b>						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	K.184.51281 / Corporate Entrepreneurship II	Blockseminar	40	260	P	10	
2	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
3	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
4	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Im Modul „Corporate Entrepreneurship II“ lernt ihr, wie etablierte Unternehmen innovativ handeln und abseits ihres Kerngeschäfts neue Wachstumsfelder besetzen können, um auch in Zukunft erfolgreich zu sein. Wir zeigen euch, wie Erfolgskonzepte aus Startups in großen und mittelständischen Unternehmen Anwendung finden und wie der deutsche Mittelstand die Konzepte und Methoden erfolgreicher (Technologie- Startups für sich nutzt.</p> <p>Das Besondere an dem Modul ist, dass ihr gemeinsam mit Unternehmen aus der Region in interdisziplinären Teams konkrete neue Lösungsideen für aktuelle Herausforderungen und Zukunftsthemen der Unternehmen erarbeitet. Dabei habt ihr die einmalige Gelegenheit, die Theorie in die Praxis umzusetzen. Ihr knüpft enge Kontakte zu den Unternehmen, erhaltet wertvolle Einblicke in reale Geschäftsprozesse, sammelt praktische Erfahrungen im Gründungskontext und habt die Chance, eure eigenen Ideen zu verwirklichen und selbst zur Gründer:in zu werden.</p> <p>Das Modul besteht aus verschiedenen Workshops, die in Kooperation mit den Partnerunternehmen stattfinden. Dabei werdet ihr mit innovativen Methoden (insb. der Lean-Startup-Methode) selbstständig neue Geschäftsfelder identifizieren und einen einfachen Prototyp eines Produkts oder eines Services entwickeln. Ihr benötigt dafür keine Vorkenntnisse – alles, was ihr dazu braucht, lernt ihr im Kurs und den bereitgestellten Lernvideos. In den Workshops habt ihr zudem die Möglichkeit, euch mit den Unternehmensvertreter:innen auszutauschen und zu vernetzen. Die Partnerunternehmen werden noch bekannt gegeben.</p> <p>Dieses Modul ist offen für Studierende aller Fachrichtungen und erfordert keine Vorkenntnisse. Wenn ihr euch für Corporate Entrepreneurship interessiert, solltet ihr euch diese spannende Chance nicht entgehen lassen!</p>						

<p><b>5</b></p>	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b>                  Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b>                  erwerben fortgeschrittene Kenntnisse über die Anwendung der Lean Startup Methode in bestehenden Unternehmenerlangen tiefgreifendes Verständnis der theoretischen Grundlagen und anwendungsbezogenen Fragestellungen des Unternehmertums in bestehenden Unternehmenerlangen Wissen über das unternehmerische Handeln in bestehenden Unternehmen und lernen, komplexe Fragestellung in Gründungsideen zu überführenerlernen, wie Geschäftsmodelle und -prozesse funktionierenerlangen umfangreiche Kenntnisse über agile Arbeitsmethoden und bauen gründungsrelevantes Wissen zur Ideenfindung und Vorbereitungsphase der Gründung in Kooperation mit einem bestehenden Unternehmen auf</p> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b>                  können Innovationsprojekte in verschiedenen Unternehmens-Branchen eigenständig aufgrund von Daten und Erkenntnissen bewerten und interpretieren und praktisch umsetzen                  können Geschäftsmodelle und Kundenbedürfnisse wiederholt qualitativ analysieren und argumentativ verteidigen                  können empirisch geleitete Entscheidung in Innovationsprojekten treffen und eine quantitative Marktvalidierung durchführenkönnen strategischen Markteintrittskonzepte und Monetarisierungskonzepte erarbeiten                  können konkrete Vorhaben in Bezug auf relevante Praxisprobleme von bestehenden Unternehmen entwickeln und diese in kurzen iterativen Sprints in den Markt einführen                  können mit analogen und digitalen Entwicklungswerkzeugen minimal funktionsfähige Prototypen (MVPs) bauen und Geschäftsmöglichkeiten durch Rapid Prototyping am Markt evaluieren                  können unter quantitativer Berücksichtigung von Chancen und Risiken innovative Lösungsalternativen entwickeln und bewerten</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b>                  können akademische Konzepte und betriebswirtschaftliche Kenntnisse sowie Analyse- und Lösungsfertigkeiten auf reale unternehmerische Fragestellungen anwenden                  können Gründungsideen kritisch und analytisch reflektieren                  können aus regelmäßigem Feedback von Fachvertretern Schlussfolgerungen ziehen und dieses auf ihre Geschäftsmodelle anwenden                  zeigen eine unternehmerische proaktive Haltung im Umgang mit Problemen                  können im Austausch mit Fachvertretern von bestehenden Unternehmen ihr erarbeitetes Geschäftsmodell darstellenpräsentieren ihre eigenen Gründungsideen vor einem Fachpublikum</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b>                  arbeiten mit Verständnis für unterschiedliche Unternehmensbereiche.                  bilden Lerngruppen, um das Erlernete zu vertiefen                  finden auch in widersprüchlichen Situationen Konsens im Teampräsentieren ihre Ergebnisse argumentativ und systematischorganisieren selbstständig weiterführende Lernprozesse in Bezug auf reale/fiktive Gründungen und die praktische Anwendung</p>												
<p><b>6</b></p>	<p><b>Prüfungsleistung:</b>  <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1" data-bbox="256 1731 1476 1951"> <thead> <tr> <th>zu</th> <th>Prüfungsform</th> <th>Dauer bzw. Umfang</th> <th>Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a)</td> <td>Schriftliche Hausarbeit mit Präsentation</td> <td>10 - 12 Seiten/ 15-20 Minuten</td> <td>70 %</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Projektarbeit</td> <td>8-10 Seiten</td> <td>30 %</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Schriftliche Hausarbeit mit Präsentation	10 - 12 Seiten/ 15-20 Minuten	70 %	a)	Projektarbeit	8-10 Seiten	30 %
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote										
a)	Schriftliche Hausarbeit mit Präsentation	10 - 12 Seiten/ 15-20 Minuten	70 %										
a)	Projektarbeit	8-10 Seiten	30 %										
<p><b>7</b></p>	<p><b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme</b>                  Keine</p>												

8	<b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine
9	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist
10	<b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)
11	<b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. International Business Studies, M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management & Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.Sc. Taxation, Accounting and Finance, M.Sc. Management, Management (im Master Kultur und Gesellschaft), Zwei-Fach-Master-Studiengang
12	<b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. Rüdiger Kabst
12 a	<b>Ansprechpartner/in:</b> Dr. Sebastian Vogt (sebastian.vogt@uni-paderborn.de), Prof. Dr. Rüdiger Kabst (kabst@upb.de), Maike Niewind, Frederic Alexander Starmann (frederic.alexander.starmann@upb.de), Slawa Tomin (slawa.tomin@uni-paderborn.de)
13	<b>Sonstige Hinweise:</b> Keine

Interdisziplinäres Seminar in Personalwirtschaft							
Interdisciplinary Seminar in HRM							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.5140	150	5	1-3	WS	1	Deutsch	WP
1	<b>Modulstruktur:</b>						
		Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
	a)	K.184.51401 / Interdisziplinäres Seminar in Personalwirtschaft	Seminar	45	105	P	40
2	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
3	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
4	<b>Inhalte:</b> Neue Technologien verursachen Umbrüche, die das Bild und die Rolle des Menschen in Wirtschaft und Gesellschaft vor Herausforderungen stellen. Konfrontiert mit der fortschreitenden Industrialisierung wurde das Verhältnis Mensch und Technik, Mensch und Maschine sowie die Essenz des 'Humanen' immer wieder neu diskutiert. Angesichts neuer Techniken wie Künstlicher Intelligenz, Human Enhancement, Robotik und Vernetzung wird die Debatte gegenwärtig besonders intensiv geführt. Das interdisziplinär angelegte Seminar möchte Positionen der Kultur- und der Wirtschaftswissenschaften zum Thema miteinander konfrontieren. Gelesen werden Beiträge aus den Kulturwissenschaften, der Technikphilosophie, der Soziologie, der Ökonomie und der kritischen Managementstudien. Ausgewählte Filme werden in den Diskussionszusammenhang des Seminars einbezogen.						
5	<b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b> Die Studierenden... <b>Fachkompetenz Wissen</b> stellen die Bezüge zwischen literarischen Texten und Spielfilmen einerseits und wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Theorien andererseits her.						

	<p>erkennen und diskutieren die Bedeutung von (neuen) Technologien in Arbeit und Betrieb als Produktionsfaktor und als Führungsinstrument.                  unterscheiden ökonomische Mainstream-Perspektiven und sozioökonomische, kritische Perspektiven in Diskursen zu (neuen) Technologien.                  verstehen ambivalente Reaktionen von Menschen auf (neue) Technologien.</p> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b>                  schätzen ein, welche Effekte (neue) Technologien im Arbeitskontext ausüben können.                  konzipieren eine wissenschaftliche Hausarbeit.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b>                  stellen eigenverantwortlich Informationen zusammen und analysieren diese.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b>                  partizipieren in einem interaktiven Seminar. diskutieren angemessen und informiert im interdisziplinären Kontext.                  können die Bedeutung von (neuen) Technologien für die eigene berufliche Laufbahn besser einschätzen können.</p>								
<b>6</b>	<p><b>Prüfungsleistung:</b>  <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>zu</th> <th>Prüfungsform</th> <th>Dauer bzw. Umfang</th> <th>Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a)</td> <td>Schriftliche Hausarbeit</td> <td>15 Seiten</td> <td>100 %</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Schriftliche Hausarbeit	15 Seiten	100 %
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote						
a)	Schriftliche Hausarbeit	15 Seiten	100 %						
<b>7</b>	<p><b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>zu</th> <th>Prüfungsform</th> <th>Dauber bzw. Umfang</th> <th>QT</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a)</td> <td>Referat</td> <td>15 Minuten</td> <td>QT</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauber bzw. Umfang	QT	a)	Referat	15 Minuten	QT
zu	Prüfungsform	Dauber bzw. Umfang	QT						
a)	Referat	15 Minuten	QT						
<b>8</b>	<p><b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b>                  Nachweis der qualifizierten Teilnahme</p>								
<b>9</b>	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b>                  Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist</p>								
<b>10</b>	<p><b>Gewichtung für Gesamtnote:</b>                  Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)</p>								
<b>11</b>	<p><b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b>                  M.Sc. International Business Studies, M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management &amp; Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M. Ed. Wirtschaftspädagogik, M.Sc. Management, Zwei-Fach-Master-Studiengang</p>								
<b>12</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r:</b>                  Prof. Dr. Martin Schneider</p>								
<b>12 a</b>	<p><b>Ansprechpartner/in:</b>                  Prof. Dr. Martin Schneider</p>								
<b>13</b>	<p><b>Sonstige Hinweise:</b>                  Keine</p>								

Employer Branding – Theorie, Empirie und Praxis							
Employer Branding - Theory, Empirical Evidence and Practical Applications							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.5141	150	5	1-3	WS	1	Deutsch	WP
1	<b>Modulstruktur:</b>						
		Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
	a)	K.184.51411 / Employer Branding – Theorie, Empirie und Praxis	Seminar	30	120	P	40
2	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
3	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Es wird empfohlen, das Modul M.184.2141 Personalwirtschaft im Bachelorstudium besucht zu haben.						
4	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Das Modul behandelt grundlegende ökonomische und sozial-psychologische Theorien, die den Wirkmechanismen des Employer Branding zu Grunde liegen. Die Betrachtung dieser Theorien ermöglicht zum einen eine Übersicht der unterschiedlichen Ansatzpunkte im Employer Branding. Zum anderen führt es zu einem besseren Verständnis für die Konzeption und Wirkung von Maßnahmen.</p> <p>Das Modul basiert auf drei Bausteinen. Der erste Baustein beinhaltet die Vermittlung der Theorien, deren Kontext und Zusammenhänge. Im Rahmen des zweiten Bausteins werden die erlernten Theorien im Zusammenhang mit empirischen Studien aus dem Themenfeld des Employer Branding betrachtet. Der dritte Baustein basiert auf der Anwendung der Theorien sowie der empirischen Erkenntnisse auf einen tatsächlichen Praxisfall.</p> <p>Die Erarbeitung der empirischen Studien erfolgt in Kleingruppen. Jede Gruppe erhält eine Studie, die eine der erlernten Theorien heranzieht, und arbeitet diese entsprechend auf. Passend zu der Studie betrachtet die Gruppe einen Praxisfall (z.B. eine Karrierehomepage / Employer Branding Kampagne) und analysiert diesen anhand der entsprechenden Theorie sowie der empirischen Erkenntnisse. Die Ergebnisse der Gruppe werden dann im Plenum präsentiert.</p> <p>Im Anschluss an die Präsentationen erhalten die Studierenden eine Rückmeldung zu den Inhalten und können ihre schriftliche Seminararbeit entsprechend überarbeiten. Die schriftliche Seminararbeit wird ebenfalls in Gruppen erstellt und soll den Kriterien einer wissenschaftlichen Arbeit genügen. Hierzu werden zu Beginn des Seminars detaillierte Hinweise gegeben.</p>						
5	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b></p> <p>Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>lernen grundlegende Theorien des Employer Branding und deren Zusammenhänge kennen</li> <li>verstehen die Wirkmechanismen unterschiedlicher Maßnahmen im Rahmen des Employer Branding.</li> <li>Erlangen Wissen über die Konzeption von Maßnahmen und wie diese im Hinblick auf ihre Wirksamkeit analysiert werden können.</li> </ul> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Lernen das Anwenden theoretischer Beiträge auf einen „Fall“.</li> <li>erlernen, empirische Studien zu analysieren und deren Implikationen auf einen tatsächlichen „Fall“ anzuwenden.</li> <li>konzipieren und verfassen eine wissenschaftliche Arbeit.</li> <li>erstellen eine Präsentation der eigenen Ergebnisse.</li> </ul> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>regeln die Rollenverteilung und Aufgabenteilung innerhalb ihrer Gruppe.</li> </ul>						

	<p>analysieren eigenverantwortlich eine Studie.                  Illustrieren die Ergebnisse der Studie sowie theoretische Erkenntnis selbständig anhand eines Falls.                  planen und verfassen eigenständig eine wissenschaftliche Arbeit.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b>                  partizipieren in einem interaktiven Seminar.bilden selbständig Gruppen und arbeiten eigenständig in diesen.                  halten eine Präsentation ihrer eigenen Ergebnisse.                  geben anderen Gruppen Feedback.</p>																
<b>6</b>	<p><b>Prüfungsleistung:</b>  <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>zu</th> <th>Prüfungsform</th> <th>Dauer bzw. Umfang</th> <th>Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a)</td> <td>Präsentation</td> <td>30 Minuten</td> <td>30 %</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Präsentation</td> <td>15 Minuten</td> <td>10 %</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Schriftliche Hausarbeit</td> <td>15 Seiten</td> <td>60 %</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Präsentation	30 Minuten	30 %	a)	Präsentation	15 Minuten	10 %	a)	Schriftliche Hausarbeit	15 Seiten	60 %
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote														
a)	Präsentation	30 Minuten	30 %														
a)	Präsentation	15 Minuten	10 %														
a)	Schriftliche Hausarbeit	15 Seiten	60 %														
<b>7</b>	<p><b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme</b>                  Keine</p>																
<b>8</b>	<p><b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b>                  Keine</p>																
<b>9</b>	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b>                  Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist</p>																
<b>10</b>	<p><b>Gewichtung für Gesamtnote:</b>                  Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)</p>																
<b>11</b>	<p><b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b>                  M.Sc. Betriebswirtschaftslehre,M.Sc. International Business Studies,M.Sc. International Economics and Management,M.Sc. Management,M.Sc. Taxation, Accounting and Finance,M.Sc. Wirtschaftsinformatik,M.Sc. Wirtschaftspädagogik,M.Ed. Wirtschaftspädagogik,M.Sc. Management &amp; Information Systems, Zwei-Fach-Master-Studiengang</p>																
<b>12</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r:</b>                  Prof. Dr. Martin Schneider</p>																
<b>12</b> <b>a</b>	<p><b>Ansprechpartner/in:</b>                  Dr. Katharina Radermacher (katharina.radermacher@uni-paderborn.de)</p>																
<b>13</b>	<p><b>Sonstige Hinweise:</b>                  Keine</p>																

Personalökonomie und Personalpolitik							
Personnel economics and personnel policy							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.5144	300	10	1-3	SoSe	1	Deutsch	WP
1	<b>Modulstruktur:</b>						
		Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
	a)	K.184.51441 / Personalökonomie und Personalpolitik	Vorlesung	30	120	P	150
b)	K.184.51441 / Personalökonomie und Personalpolitik	Übung	30	120	P	75	
2	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
3	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
4	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Arbeitgeber gestalten die Beschäftigungsverhältnisse anhand von Personalpraktiken und von Kombinationen dieser Praktiken („Beschäftigungssysteme“) auf unterschiedliche Weise. Das Modul ermittelt Grundlagen einer evidenzbasierten Gestaltung dieser Personalpraktiken. Zur Evidenzbasierung gehören Theorie und Empirie. Die institutionenökonomische theoretische Fundierung, bezeichnet als „Personalökonomie und Personalpolitik“, beruht zum einen auf der Idee, dass Arbeitsleistungen am Markt getauscht und in vollständigen Verträgen gehandelt werden kann, zum anderen auf der ständigen, konfliktbehafteten Aushandlung des Beschäftigungsverhältnisses. Der institutionenökonomische Zugang erlaubt, es verbreitete Muster von Personalpraktiken zu erklären. Es soll verständlich gemacht werden, welche Arbeitgeber welche Personalpraktiken wählen, also die Bedingtheit der Personalpraktiken und Systeme. Die zweite Komponente der Evidenzbasierung ist die Empirie. Zentrale theoretische Hypothesen werden anhand wichtiger empirischer Studien geprüft. In der Veranstaltung wird wertend davon ausgegangen, dass Personalpraktiken dafür sorgen sollten, dass die Beschäftigungsverhältnisse aus Sicht von Arbeitgeber und Arbeitnehmer effizient gestaltet sein sollten. Fremdregulierung, wie etwa Kündigungsschutz und Mitbestimmung, werden auf dieses erweiterte Effizienzkriterium hin untersucht.</p>						
5	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b></p> <p>Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b></p> <p>kennen verbreitete Muster von Personalpraktiken und Beschäftigungssystemen, sind mit zentralen theoretischen Zugänge, diese Muster zu erklären, vertraut, kennen zentrale institutionenökonomische Erklärungsmuster im Fach Personal, kennen aktuelle Entwicklungen in der Personalanalytik (HR Analytics).</p> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b></p> <p>können institutionenökonomische Erklärungsmuster auf aktuelle Fragen der Personalarbeit von Unternehmen anwenden,</p> <p>können testbare Implikationen zentraler Hypothesen der institutionenökonomischen Theoriebildung formulieren, sind in der Lage, empirische Studien im Bereich Personal zu interpretieren,</p> <p>können Untersuchungsdesigns im HR Analytics zum Test von Implikationen entwerfen</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b></p> <p>können zentrale aktuelle Probleme zur Gestaltung von Beschäftigungsverhältnissen diskutieren, können Personalpraktiken einschließlich neuer Entwicklungen im Hinblick auf ein erweitertes Effizienzkriterium, das Arbeitgeber und Arbeitnehmer einschließt, bewerten</p>						

	<p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b> sind in der Lage, die Evidenz (den empirischen Forschungsstand) zu wichtigen Fragen selbständig aufarbeiten, theoretische Positionen einzuordnen und anhand alternativer Perspektiven zu hinterfragen.</p>			
6	<p><b>Prüfungsleistung:</b>  <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p>			
	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
	a)	Klausur	180 Minuten	100%
7	<p><b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:</b> Keine</p>			
8	<p><b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine</p>			
9	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist</p>			
10	<p><b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)</p>			
11	<p><b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management, M.Sc. Taxation, Accounting and Finance, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.Sc. Management &amp; Information Systems, Zwei-Fach-Master-Studiengang</p>			
12	<p><b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. Martin Schneider</p>			
12 a	<p><b>Ansprechpartner/in:</b> Sarah Dingemans (Sarah.Kanand@uni-paderborn.de)</p>			
13	<p><b>Sonstige Hinweise:</b> Schneider, M., Sadowki, D., Frick, B. &amp; Warning, S. (2020): Personalökonomie und Personalpolitik. Grundlagen einer evidenzbasierten Praxis. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Sowie Aufsätze, die zu Beginn des Moduls bekannt gegeben werden</p>			

Verhaltensexperimente																			
Behavioral Experiments																			
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:												
M.184.5156	300	10	1-3	WS	1	Deutsch	WP												
<b>1</b>	<b>Modulstruktur:</b>																		
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)													
a)	K.184.51561 / Verhaltensexperimente	Vorlesung	18	85	P	40													
b)	K.184.51562 / Verhaltensexperimente in der Anwendung	Übung	18	85	P	40													
c)	K.184.51563 / Verhaltensexperimente - Tutorium	Übung	9	85	P	40													
<b>2</b>	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine																		
<b>3</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine																		
<b>4</b>	<b>Inhalte:</b> Im Rahmen von Projekten erarbeiten die Studierenden in Kleingruppen eine Forschungsfrage zum Verhalten von Menschen in Organisationen, die dann im Rahmen eines Labor- oder Feldversuchs untersucht wird. Die Studierenden durchlaufen einen kompletten Forschungszyklus von Fragestellung über Hypothesenentwicklung bis zum empirischen Design und der Datenanalyse.																		
<b>5</b>	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b> Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b> sollen Problemstellungen aus der empirischen Forschung zum Verhalten von Menschen in ökonomisch relevanten Fragestellungen einordnen können.</p> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b> sollen die Durchführung von Experimenten und deren Auswertung beherrschen.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b> sollen eine eigene Idee und dazugehörige Hypothesen entwickeln, das Experiment eigenständig durchführen, auswerten und präsentieren.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b> sollen in Gruppen ein Konzept für die Durchführung eines Experiments entwerfen und durchführen können. Sie sollen eine gemeinsame Präsentation vorbereiten, halten und diese zur Diskussion stellen.</p>																		
<b>6</b>	<p><b>Prüfungsleistung:</b>  <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>zu</th> <th>Prüfungsform</th> <th>Dauer bzw. Umfang</th> <th>Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a)</td> <td>Präsentation (Zwischenpräsentation)</td> <td>15 Minuten</td> <td>30 %</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Präsentation (Abschlusspräsentation)</td> <td>20 Minuten</td> <td>70 %</td> </tr> </tbody> </table>							zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Präsentation (Zwischenpräsentation)	15 Minuten	30 %	a)	Präsentation (Abschlusspräsentation)	20 Minuten	70 %
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote																
a)	Präsentation (Zwischenpräsentation)	15 Minuten	30 %																
a)	Präsentation (Abschlusspräsentation)	20 Minuten	70 %																
<b>7</b>	<b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:</b> Keine																		
<b>8</b>	<b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine																		
<b>9</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist																		

10	<b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)
11	<b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. International Business Studies, M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management & Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.Sc. Management, Zwei-Fach-Master-Studiengang
12	<b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. Kirsten Thommes
12 a	<b>Ansprechpartner/in:</b> Miro Mehic (miro.mehic@uni-paderborn.de)
13	<b>Sonstige Hinweise:</b> Aufbau: 1. Phase: Vorlesungen sowie anschließende Besprechungstermine in der Übungszeit Gleichzeitiger Beginn der Planung der Experimente Zwischenpräsentation am letzten Termin des ersten Veranstaltungsblocks 2. Phase: Tutorien zur Absprache der Experimente in der Zeit ohne Vorlesungstermine Durchführung der Experimente Abschlusspräsentation der Ergebnisse in der letzten Semesterwoche

Behavioral Economics for Managerial Decision Making: Theory and Application							
Behavioral Economics for Managerial Decision Making: Theory and Practice							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.5158	150	5	1-3	SoSe/WS	1	Englisch	WP
1	<b>Modulstruktur:</b>						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	K.184.51581 / Behavioral Economics for Managerial Decision Making: Theory and Application	Seminar	30	120	P	20	
2	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
3	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
4	<b>Inhalte:</b> Entscheidungsprozesse werden beispielsweise durch soziale Erwägungen, die Intertemporalität der Wahl, Risikowahrnehmungen usw. beeinflusst. Die Verhaltensökonomie nutzt Erkenntnisse aus anderen Sozialwissenschaften, um besser zu verstehen, wie bestimmte Entscheidungen von der Annahme des homo-oeconomicus, eines eng definierten egoistischen und rein rationalen Entscheidungsträgers ohne kognitive Einschränkungen, abweichen. In diesem Kurs werden wir einige dieser Abweichungen bei der Entscheidungsfindung von Managern im Lichte von Verhaltensmodellen und Beweisen diskutieren. In diesem Zusammenhang sollte der Manager in einem breiteren Sinne verstanden werden: Manager als Konsumenten, Manager als Mitarbeiter und Manager als Führungskräfte. Von einem Manager wird erwartet, dass er ein gutes Verständnis des Verbraucherverhaltens und der Faktoren hat, die Kaufentscheidungen beeinflussen können, die scheinbar nichts mit dem Produkt selbst zu tun haben. Eine Führungskraft sollte in der Lage sein, sich in der Welt der Organisation zurechtzufinden, indem sie die Motivationen der Mitarbeiter (die nicht immer so materiell sind, wie es das						

	<p>ökonomische Standardmodell suggeriert), die Beschränkungen und Verhaltensvoreingenommenheiten sowie die möglichen Fehler in ihrem eigenen Urteilsvermögen versteht. Wann immer dies möglich ist, diskutieren wir die formalen Verhaltensmodelle. Daher sind einige mathematische und mikroökonomische Kenntnisse erforderlich. Sie werden die Möglichkeit haben, ein Papier eingehend zu studieren, in dem eines der Konzepte, die wir im Kurs besprechen, auf ein reales Problem angewandt wird, mit dem Sie sich eingehender beschäftigen können.</p> <p>Decision-making processes are influenced by, for example, social considerations, inter-temporality of choice, risk perceptions etc. Behavioral economics uses insights from other social sciences to better understand how certain decisions differ from the assumption of homo-oeconomicus, a narrowly defined selfish and purely rational decision maker without cognitive limitations. In this course, we will discuss some of such deviations in managerial decision-making in the light of behavioral models and evidence. In this context, the manager should be understood in a broader sense: Managers as consumers, managers as employees and managers as leaders. A manager is expected to have a good understanding of consumer behavior and the factors that can influence purchasing decisions that might seem to be unrelated to the product itself. A manager should be able to navigate the world of the organization by understanding employees' motivations (which are not always material as the standard economic model suggests), limitations and behavioral biases, and the potential errors in their own judgment. Whenever applicable, we discuss the formal behavioral models. Therefore, some math and microeconomics are required. You will have the chance to study a paper in depth, in which one of the concepts we discuss in the course is applied to a real life issue, which you can learn more in depth.</p>
5	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b> Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b> Studierende sind vertraut mit Verhaltensmodellen und den Beweisen, die diese Modelle motivieren und testen. verstehen formale verhaltenswissenschaftliche Konzepte und wie sie in verschiedenen Bereichen angewendet werden. erkennen bestimmte Entscheidungsanomalien, Verzerrungen und systematische Abweichungen von den Annahmen der Rationalität. Students are familiar with behavioral models and the evidence that motivate and test those models. understand formal behavioral concepts and how they are applied in different fields. detect certain decision anomalies, biases and systematic deviations from the assumptions of rationality.</p> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b> Studierende lernen, wie verhaltenswissenschaftliche Konzepte in verschiedenen Bereichen des Managements angewendet werden. haben ein besseres Verständnis für Strategien wie Anreize, Nudges oder organisatorische Veränderungen, die bessere Entscheidungen fördern. einen Forschungsartikel zu präsentieren. Students learn how behavioral concepts are applied in different fields of management. have a better understanding of strategies such as incentives, nudges or organizational changes that promote better decisions. present a research article.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b> Studierende verstehen formale Verhaltensmodelle. verstehen, wie diese Modelle in der Praxis angewendet werden. können die Schwächen einer wissenschaftlichen Arbeit einschätzen und diese kritisch bewerten. Students understand formal behavioral models.</p>

	<p>understand those models are applied in the field.                  evaluate the weaknesses of an academic paper and critically assess it</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b></p> <p>Studierende                  diskutieren mit dem Dozenten und den anderen Teilnehmern über den Kursinhalt und ausgewählte Arbeiten.                  nehmen an Mini-Entscheidungsexperimenten teil und verteidigen ihre Entscheidungen vor der Klasse (alle Aktivitäten innerhalb und außerhalb der Klasse finden auf Englisch statt).</p> <p>Students                  discuss course content and selected papers with the instructor and the other participants.                  participate in mini decision making experiments and defend their choices in front of the class (All in- and out-class activities will be in English).</p>												
<b>6</b>	<p><b>Prüfungsleistung:</b>  <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>zu</th> <th>Prüfungsform</th> <th>Dauer bzw. Umfang</th> <th>Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a)</td> <td>Klausur</td> <td>60 Minuten</td> <td>50 %</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Präsentation</td> <td>30 Minuten</td> <td>50 %</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Klausur	60 Minuten	50 %	a)	Präsentation	30 Minuten	50 %
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote										
a)	Klausur	60 Minuten	50 %										
a)	Präsentation	30 Minuten	50 %										
<b>7</b>	<b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:</b> Keine												
<b>8</b>	<b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine												
<b>9</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist												
<b>10</b>	<b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)												
<b>11</b>	<b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. IBS, M.Sc. BWL, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management, M.Sc. Management & Information Systems, M.Sc. Taxation, Accounting and Finance, M.Sc. Winfo, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, Zwei-Fach-Master-Studiengang												
<b>12</b>	<b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. Wendelin Schnedler												
<b>12</b> <b>a</b>	<b>Ansprechpartner/in:</b> Dilan Okcuoglu (dilan.okcuoglu@uni-paderborn.de)												
<b>13</b>	<b>Sonstige Hinweise:</b> Keine												

Interreligiöse Perspektiven der Wirtschaftsethik							
Interreligious Perspectives on Economic Ethics							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.5162	150	5	1-3	WS	1	Deutsch	WP
1	<b>Modulstruktur:</b>						
		Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
	a)	K.184.51621 / Interreligiöse Perspektiven der Wirtschaftsethik	Seminar	18	132	P	40
2	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
3	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
4	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Während in den Religionen selbst die Zusammenführung von Ökonomie und Religion seit jeher Teil des Bestands an Bestimmungen und Bräuchen ist – so finden sich beispielsweise Wucher, Zinsverbot und Geldkritik sowie Vertragstreue und Anstandsregeln in fast allen Glaubensrichtungen wieder – erlangen die von den verschiedenen Religionen angebotenen normativen Ansätze in der Ökonomie als Wissenschaft und akademische Disziplin kaum Beachtung. Doch nicht zuletzt die Weltwirtschaftskrise der letzten Jahre hat deutlich gemacht, wie zweifelhaft die in der gegenwärtigen Wirtschaftsordnung vorherrschenden ethischen Standards sind und lassen den Ruf nach Leitlinien verantwortlichen Handelns lauter werden. Neben der Wirtschaftsethik, die sich als Versuch versteht, moralische Werte und Normen in den Rahmen einer modernen Marktwirtschaft zu integrieren, lassen sich auch aus den Religionen heraus ebensolche Ansätze für ein verantwortungsvolleres und nachhaltigeres Wirtschaften entwickeln. Ziel des Moduls ist es, zentrale Grundlagen, Methoden und Denkfiguren einer interreligiösen Wirtschaftsethik zu erarbeiten, anhand ausgewählter Vertiefungsthemen erproben und kritisch reflektieren</p>						
5	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b></p> <p>Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>kennen die grundlegenden wirtschaftsethisch relevanten Problemstellungen und können diese beschreiben.</li> <li>kennen die zentralen Grundlagen, Konzepte und Denkfiguren einer interreligiösen Wirtschaftsethik.</li> <li>erlangen vertiefende Kenntnisse in fachspezifischen Wissensgebieten durch Aufarbeitung ausgewählter Vertiefungsthemen.</li> </ul> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>analysieren wirtschaftsethische Texte und können den Argumentationsgang rekonstruieren.</li> <li>wenden wirtschaftsethische Kompetenz zur Beschreibung und Analyse konkreter Problemstellungen an.</li> </ul> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>reflektieren und bewerten ökonomische Handlungsoptionen und Entscheidungssituationen auf Basis (wirtschafts-)ethischer Ansätze.</li> <li>Sind in der Lage, aktuelle Problemstellungen und wirtschaftsethische Überlegungen in einen theoretischen Rahmen einzuordnen, innerhalb dieses Rahmens konsistent zu argumentieren und in einer wissenschaftlich fundierten Arbeit zu verschriftlichen.</li> </ul> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Stellen ihre Ausarbeitung mit Hilfe geeigneter Präsentationsmedien vor und vertreten diese im Rahmen einer Plenumsdiskussion argumentativ.</li> <li>erarbeiten in Kleingruppen eigenverantwortlich ausgewählte Vertiefungsthemen.</li> <li>bringen sich in den geführten Leseübungen durch aktive Mitarbeit ein.</li> </ul>						

<b>6</b>	<b>Prüfungsleistung:</b>		
	<input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP) <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP) <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)		
	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang
	a)	Schriftliche Hausarbeit	15 Seiten
	Gewichtung für die Modulnote		
	a)	Portfolio	30 %
<b>7</b>	<b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:</b> Keine		
<b>8</b>	<b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine		
<b>9</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist		
<b>10</b>	<b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)		
<b>11</b>	<b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. International Business Studies, M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management & Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M. Ed. Wirtschaftspädagogik, Zwei-Fach-Master-Studiengang		
<b>12</b>	<b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. René Fahr		
<b>12</b> <b>a</b>	<b>Ansprechpartner/in:</b> Alina Elrich (alina.elrich@uni-paderborn.de)		
<b>13</b>	<b>Sonstige Hinweise:</b> Keine		

HR Analytics							
HR Analytics							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.5164	150	5	1-3	SoSe	1	Deutsch	WP
<b>1</b>	<b>Modulstruktur:</b>						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	K.184.51641 / HR Analytics	Vorlesung	30	45	P	30	
b)	K.184.51642 / HR Analytics - Übung	Übung	30	45	P	30	
<b>2</b>	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
<b>3</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
<b>4</b>	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>In Zeiten von technologischem Fortschritt und Big-Data können Unternehmen Wettbewerbsvorteile durch datenbasierte Entscheidungen erlangen. Im Rahmen der Personalwirtschaft befasst sich HR Analytics mit der datenbasierten Entscheidungsunterstützung, wobei u.a. die folgenden thematischen Schwerpunkte analysiert werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Personalbeschaffung</li> <li>- Vorhersage der Mitarbeiterfluktuation</li> <li>- Vorhersage der Mitarbeiterleistung</li> <li>- Interventionen zur Stressreduktion</li> <li>- Weiterbildungsmaßnahmen</li> </ul> <p>Im Rahmen dieses Moduls lernen Studierende wie sie Daten aus dem Personalwesen auswerten und interpretieren können, um konkrete Handlungsempfehlungen abzuleiten. Studierende sollen in Kleingruppen eine Forschungsfrage entwickeln und diese basierend auf einem vorhandenen Datensatz untersuchen.</p> <p>Zunächst soll im Rahmen einer Präsentation die Forschungsfrage und die Vorgehensweise dem Kurs vorgestellt werden. Anschließend erfolgt die Datenauswertung, welche im Rahmen einer Hausarbeit festgehalten werden soll.</p>						
<b>5</b>	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b></p> <p>Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b></p> <p>verstehen die Bedeutung von HR Analytics und dessen Anwendungsmöglichkeiten. Sie können zudem erklären, welche praktischen Konsequenzen sich aus der empirischen Datenauswertung ableiten lassen.</p> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b></p> <p>wählen selbständig eine Forschungsfrage aus, die sie datenbasiert untersuchen und die Ergebnisse einordnen.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b></p> <p>führen die Planung, Datenauswertung und Verschriftlichung der Ergebnisse in Gruppenarbeit durch.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b></p> <p>Organisieren sich innerhalb ihrer Gruppe und erarbeiten einen Plan für die Anfertigung der Präsentation und Hausarbeit und erfüllen dabei die gesetzten Kriterien.</p>						

<b>6</b>	<b>Prüfungsleistung:</b>			
	<input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)		<input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)	<input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)
	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
	a), b)	Präsentation	20 Minuten	30 %
a), b)	Hausarbeit	20 Seiten	70 %	
<b>7</b>	<b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:</b> Keine			
<b>8</b>	<b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine			
<b>9</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist			
<b>10</b>	<b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)			
<b>11</b>	<b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. International Business Studies, M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management & Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M. Ed. Wirtschaftspädagogik, Zwei-Fach-Master-Studiengang			
<b>12</b>	<b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. Kirsten Thommes			
<b>12</b> <b>a</b>	<b>Ansprechpartner/in:</b> Robin Bodenberger ( <a href="mailto:robin.bodenberger@uni-paderborn.de">robin.bodenberger@uni-paderborn.de</a> )			
<b>13</b>	<b>Sonstige Hinweise:</b> Dieses Modul ist teilnahmebegrenzt auf maximal 30 Studierende und findet nur im Sommersemester statt. Die Anmeldung erfolgt über PAUL. Bitte beachten Sie die Teilnehmenden- und Wartelisten auf der Homepage der Fakultät Wirtschaftswissenschaften			

<b>Angewandte Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)</b>							
Applied economy for the common good (ECG)							
<b>Modulnummer:</b>	<b>Workload (h):</b>	<b>LP:</b>	<b>Studiensemester:</b>	<b>Turnus:</b>	<b>Dauer (in Sem.):</b>	<b>Sprache:</b>	<b>P/WP:</b>
M.184.5166	150	5	1-3	SoSe/W S	1	Deutsch	WP
<b>1</b>	<b>Modulstruktur:</b>						
		Lehrveranstaltung	Lehr-form	Kontakt-zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
a)	K.184.51661 / Angewandte Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)		Blockveran-staltung	45	105	P	25
<b>2</b>	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
<b>3</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
<b>4</b>	<b>Inhalte:</b> Die zivilgesellschaftliche Bewegung der Gemeinwohl-Ökonomie (kurz: GWÖ, Felber, 2018) stellt mit dem Werkzeug der "Gemeinwohl-Bilanzierung" (Meynhardt & Fröhlich, 2017) ein Werkzeug bereit, um unternehmerisches Handeln stärker mit nachhaltigkeitsbezogenen Werten in Einklang zu bringen.						

	<p>Das Wissen über Methoden der Nachhaltigkeitsberichterstattung mit Hilfe der Gemeinwohl-Bilanz soll durch die Studierenden dann in einer "Live Case Study" in vier Unternehmen praktisch angewendet werden.</p> <p>Betreut und begleitet werden die max. 21 Studierenden und die Unternehmen von zwei GWÖ-Beratern der Stiftung Gemeinwohl-Ökonomie NRW. Für die Studierenden ist das Projekt mit der Abschlusspräsentation und Übergabe der ausgefüllten Berichtsvorlage an die Unternehmen abgeschlossen.</p>																
5	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b> Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b> kennen die zentralen Begriffe, Ziele und Aufgaben der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ) sowie die jeweiligen Gestaltungsoptionen.</p> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b> kennen spezifische Konzepte und Methoden im Kontext der GWÖ und können entsprechende Instrumente anwenden. wenden Methoden und Instrumenten aus dem Kontext der GWÖ für unterschiedliche Aufgabenstellungen der Unternehmensführung an</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b> können Handlungsalternativen selbstständig auswählen</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b> koordinieren, konzipieren und führen eine Gruppenarbeit durch. bereiten die Arbeitsergebnisse auf, präsentieren und diskutieren.</p>																
6	<p><b>Prüfungsleistung:</b>  <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>zu</th> <th>Prüfungsform</th> <th>Dauer bzw. Umfang</th> <th>Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a)</td> <td>Projektarbeit</td> <td>10-15 Seiten</td> <td>50 %</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Portfolio</td> <td>10 Seiten</td> <td>25 %</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Präsentation</td> <td>15 Minuten</td> <td>25 %</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Projektarbeit	10-15 Seiten	50 %	a)	Portfolio	10 Seiten	25 %	a)	Präsentation	15 Minuten	25 %
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote														
a)	Projektarbeit	10-15 Seiten	50 %														
a)	Portfolio	10 Seiten	25 %														
a)	Präsentation	15 Minuten	25 %														
7	<b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:</b> Keine																
8	<b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine																
9	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist																
10	<b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)																
11	<b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. IBS, M.Sc. BWL, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management, M.Sc. Management & Information Systems, M.Sc. Taxation, Accounting and Finance, M.Sc. Winfo, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, Zwei-Fach-Master-Studiengang																
12	<b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. René Fahr																
12 a	<b>Ansprechpartner/in:</b> Sabrina Plaß (splass@mail.upb.de)																
13	<b>Sonstige Hinweise:</b> Keine																

The theory and practice of entrepreneurship							
The theory and practice of entrepreneurship							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.5170	150	5	1-3	SoSe/WS	1	Englisch	WP
1	<b>Modulstruktur:</b>						
		Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
	a)	K.184.51701 / The theory and practice of entrepreneurship	Seminar	30	120	P	20
2	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
3	<p><b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b></p> <p>Für den Kurs sind keine formalen Voraussetzungen erforderlich. Eine gewisse Vertrautheit mit Marketingforschung und/oder Finanzmanagement wird empfohlen, ist aber nicht unbedingt erforderlich.</p> <p>The course has no formal pre-requirements. Some familiarity with marketing research and/or financial management is recommended but not essential.</p>						
4	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Der Kurs ist als Unternehmensgründungssimulation konzipiert. So werden die Studierenden ihre unternehmerischen Kompetenzen durch eine erfahrungsbasierte, kontextbezogene Lernerfahrung entwickeln. Dazu werden wir eine Reihe von grundlegenden Vorlesungen mit der Entwicklung eines unternehmerischen Projekts in Teams kombinieren. Die Teams werden bei der Entwicklung und Fertigstellung ihrer Projekte durch Unterrichtsaktivitäten und Aufgabenstellungen angeleitet. Der Kurs folgt dem Lebenszyklus eines neuen Unternehmens, von der anfänglichen Konzeption einer Geschäftsidee bis hin zur Planung, Finanzierung und Ausstiegsstrategie. Indem er diesen Prozess verfolgt, integriert der Kurs grundlegende Theorie und praktische Anwendung, um die Kompetenzen zu entwickeln, die für den Aufbau eines wettbewerbsfähigen und dauerhaften Unternehmens erforderlich sind.</p> <p>The course is envisioned as a venture-creation simulation. Thus, the students will develop their entrepreneurial competencies through an experiential, context-relevant learning experience. For that, we will mix a basic set of lectures with the development of an entrepreneurial project in teams. Classroom activities and assignments will lead the teams in the development and completion of their projects. The course follows the new venture lifecycle, from the initial conceptualization of a business idea, to its planning, funding and exit strategies. By following that process the course integrates fundamental theory and practical application designed to develop the competencies needed to grow a competitive and enduring enterprise.</p>						
5	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b></p> <p>Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b></p> <p>können Kernelemente eines Geschäftsmodells verstehen, das ein Wertangebot, eine Geschäftsinfrastruktur und Finanzdaten umfasst.</p> <p>Können den Lebenszyklus eines Start-ups, seine verschiedenen Phasen und die in jeder Phase verfügbaren Finanzierungs- und Ausstiegsstrategien verstehen (z. B. Seed-Investitionen, Beschleunigungsprogramme, Börsengänge)</p> <p>Understand the core elements of a business model, comprising a value proposition, business infrastructure and financials.</p> <p>Comprehend the lifecycle of a startup, its different stages and the funding and exit strategies available at each stage (eg. Seed investments, acceleration programs, IPOs)</p> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b></p> <p>können auf der Grundlage ihrer Kenntnisse des Marktes (Kundenbedürfnisse) und der Merkmale der Branche (Marktzutrittschranken, Marktkonzentration) eine unternehmerische Chance erkennen und bewerten</p>						

	<p>können ein Geschäftsmodell auf der Grundlage einer in ihrem Kontext identifizierten attraktiven unternehmerischen Chance konzeptualisieren</p> <p>können einen Plan entwickeln, um zu testen, wann eine Geschäftsidee einen Zustand der Produkt-/Marktanpassung erreichen kann</p> <p>Identify and assess an entrepreneurial opportunity based on their knowledge of the market (customer needs) and the characteristics of the industry (barriers to entry, market concentration)</p> <p>Conceptualize a business model based on an attractive entrepreneurial opportunity identified in their context</p> <p>Develop a plan to test when a business idea can reach a state of product/market fit</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b></p> <p>ihre Selbstwirksamkeit zu erhöhen, indem sie die Erreichung ihrer Ziele im Rahmen der im Unterricht entwickelten unternehmerischen Projekte bestimmen und bewerten</p> <p>ihre Widerstandsfähigkeit zu stärken, indem sie lernen, wie sie sich anpassen und verändern können, während sie an ihren unternehmerischen Projekten festhalten, wenn die Marktlage dies erfordert</p> <p>Increase their self-efficacy by determining and assessing the fulfilment of their goals within the entrepreneurial projects developed in class</p> <p>Strengthen their resilience by learning how to adapt and change while persevering in their entrepreneurship projects when the evidence from the market so requires</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b></p> <p>können Teamwork-Fähigkeiten durch die Zusammenarbeit in simulierten unternehmerischen Projekten in der Klasse entwickeln</p> <p>können unternehmerische Möglichkeiten auf prägnante, vollständige und überzeugende Weise mit Teammitgliedern und anderen Interessengruppen erörtern.</p> <p>Develop team working skills from collaborating in simulated entrepreneurial projects in the class Discuss entrepreneurial opportunities in a concise, complete and persuasive manner with team members and other stakeholders</p>												
<b>6</b>	<p><b>Prüfungsleistung:</b></p> <p><input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>zu</th> <th>Prüfungsform</th> <th>Dauer bzw. Umfang</th> <th>Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a)</td> <td>Schriftliche Hausarbeit mit Präsentation</td> <td>10-15 Seiten 15 Minuten</td> <td>40 %</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Portfolio</td> <td>10 – 15 Seiten</td> <td>60 %</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Schriftliche Hausarbeit mit Präsentation	10-15 Seiten 15 Minuten	40 %	a)	Portfolio	10 – 15 Seiten	60 %
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote										
a)	Schriftliche Hausarbeit mit Präsentation	10-15 Seiten 15 Minuten	40 %										
a)	Portfolio	10 – 15 Seiten	60 %										
<b>7</b>	<b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:</b> Keine												
<b>8</b>	<b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine												
<b>9</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist												
<b>10</b>	<b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)												
<b>11</b>	<b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. IBS, M.Sc. BWL, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management, M.Sc. Management & Information Systems, M.Sc. Taxation, Accounting and Finance, M.Sc. Winfo, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, Zwei-Fach-Master-Studiengang												
<b>12</b>	<b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. Wendelin Schnedler												
<b>12</b> <b>a</b>	<b>Ansprechpartner/in:</b> Dilan Okcuoglu (dilan.okcuoglu@uni-paderborn.de)												
<b>13</b>	<b>Sonstige Hinweise:</b> keine												

Sustainable Marketing							
Sustainable Marketing							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.5171	150	5	1-3	SoSe	1	Deutsch/ Englisch	WP
1	<b>Modulstruktur:</b>						
		Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
	a)	K.184.51711 / Sustainable Marketing	Seminar	30	120	P	25
2	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
3	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
4	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Sustainable Marketing verfolgt das Ziel, einen Wertbeitrag für Kunden, Unternehmen und die Gesellschaft zu leisten. Dazu werden Handlungsoptionen identifiziert und Marketing-Instrumente gestaltet, die die ökonomischen, ökologischen und sozialen Bedürfnisse aller Akteure berücksichtigen ohne die Bedürfnisse zukünftiger Anspruchsgruppen zu beeinträchtigen.</p> <p>Im ersten Teil des Semesters werden zunächst die Grundlagen des Sustainable Marketing vermittelt. Anschließend werden auf Basis ausgewählter Forschungsarbeiten verschiedene Themenfelder des Sustainable Marketing durchdrungen und reflektiert. Die Studierenden stellen dazu in Kleingruppen einzelne Forschungsarbeiten vor und diskutieren diese (Präsentation 1).</p> <p>Mögliche Themenfelder behandeln den Einfluss des Marketing auf:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nachhaltigen Konsum (z.B. Lebensmittelverschwendung, Retourenverhalten)</li> <li>- Gesundheit und Wohlbefinden (z.B. gesunde Ernährung, psychische Gesundheit der Mitarbeiter)</li> <li>- Soziales Engagement (z.B. Spendenverhalten und Organspenden)</li> </ul> <p>Im zweiten Teil des Semesters erarbeiten die Studierenden in Kleingruppen ausgehend von dem bisherigen Forschungsstand eine eigene Forschungsidee zu jeweils einem der behandelten Themenfelder. Diese Themenideen werden im Plenum vorgestellt (Präsentation 2) und in Form einer Hausarbeit verschriftlicht.</p>						
5	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b></p> <p>Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>kennen die wesentlichen Begrifflichkeiten und Argumentationsgrundlagen des Sustainable Marketing.</li> <li>kennen grundlegende Modelle und Theorien zur Erklärung des nachhaltigen Konsumentenverhaltens.</li> <li>kennen verschiedene Forschungsmethoden des Marketing.</li> <li>erlangen vertiefende Kenntnisse in einzelnen Bereichen des Sustainable Marketing durch Aufarbeitung ausgewählter Themenfelder.</li> </ul> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>können Forschungsarbeiten aus dem Bereich des Sustainable Marketing kritisch reflektieren.</li> <li>können ausgehend von dem bisherigen Forschungsstand eine eigene Forschungsidee entwickeln.</li> <li>können eine eigene Forschungsidee überzeugend präsentieren und verteidigen.</li> <li>können geeignete Forschungsmethoden für ihre Forschungsidee vorschlagen.</li> </ul> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>können sich eigenständig neues Wissen in den für sie relevanten Themenbereichen aneignen.</li> <li>vertreten ihre eigenen Ideen in der Gruppe und entwickeln gemeinsam Lösungsvorschläge.</li> </ul> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>arbeiten kommunikativ und selbstständig in Kleingruppen.</li> <li>erarbeiten gemeinsam eine eigene Forschungsidee.</li> </ul>						

	verfassen eine wissenschaftliche Arbeit in Kollaboration.			
6	<b>Prüfungsleistung:</b>			
	<input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP) <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP) <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)			
	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
	a)	Präsentation	15 Minuten	20 %
a)	Präsentation	15 Minuten	20 %	
a)	Schriftliche Hausarbeit	15 Seiten	60 %	
7	<b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:</b> Keine			
8	<b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine			
9	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist			
10	<b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)			
11	<b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. IBS, M.Sc. BWL, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management, M.Sc. Management & Information Systems, M.Sc. Taxation, Accounting and Finance, M.Sc. Winfo, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, Zwei-Fach-Master-Studiengang			
12	<b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. Eva Böhm			
12 a	<b>Ansprechpartner/in:</b> Anke Markert ( <a href="mailto:anke.markert@uni-paderborn.de">anke.markert@uni-paderborn.de</a> )			
13	<b>Sonstige Hinweise:</b> Keine			

Business-to-Business Marketing							
Business-to-Business Marketing							
<b>Modulnummer:</b>	<b>Workload (h):</b>	<b>LP:</b>	<b>Studiensemester:</b>	<b>Turnus:</b>	<b>Dauer (in Sem.):</b>	<b>Sprache:</b>	<b>P/WP:</b>
M.184.5172	300	10	1-3	WS	1	Deutsch/ Englisch	WP
1	<b>Modulstruktur:</b>						
		Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
	a)	K.184.51721 / Business-to-Business Marketing	Vorlesung	30	120	P	100
b)	K.184.51722 / Business-to-Business Marketing	Übung	30	120	P	100	
2	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
3	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
4	<b>Inhalte:</b>						

	<p>Das Kaufverhalten auf Business-to-Business-Märkten (B2B) unterscheidet sich in vielerlei Hinsicht von Business-to-Consumer-Märkten (B2C). Dieses Modul bietet fortgeschrittenen Marketingstudierenden Einblicke in das Marketing von Industriegütern und industriellen Dienstleistungen für organisationale Kunden. Neben grundlegenden Aspekten des B2B Marketing (z.B. organisationalem Kaufverhalten) werden auch neuere Entwicklungen behandelt (z.B. digitale Lösungen und künstliche Intelligenz im Vertrieb). Die Teilnehmer:innen lernen die Besonderheiten der Anwendung von Marketingtheorien und der Gestaltung von Marketingstrategien im B2B Umfeld kennen. Zu den Inhalten der Vorlesung gehören u.a.: (1) Grundlegende Charakteristika des B2B Marketing, (2) Organisationale Kaufprozesse, (3) Industrielle Dienstleistungen und Lösungen, sowie (4) die Gestaltung verschiedener Marketinginstrumente für industrielle Märkte (u.a. Vertriebsmanagement, Markenmanagement und Pricing). In der begleitenden Übung werden die Studierenden aktuelle Fallstudien und/oder Forschungsartikel diskutieren, um die Kursinhalte direkt anzuwenden und das Verständnis für das B2B Marketing zu vertiefen. Anhand konkreter Fallbeispiele werden unter Anwendung der erlernten Konzepte und Methoden Lösungen für spezifische Problemstellungen aus dem B2B Marketing erarbeitet.</p>																
<p><b>5</b></p>	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b>                  Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>kennen die wesentlichen Unterschiede zwischen B2C und B2B Märkten.</li> <li>Kennen wesentliche Merkmale von organisationalen Kaufprozessen.</li> <li>kennen die wesentlichen Methoden und Instrumente des B2B Marketing.</li> <li>kennen die Besonderheiten der Gestaltung und Umsetzung zentraler Marketingstrategien und -instrumente im B2B Bereich.</li> </ul> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>können organisationale Kaufprozesse charakterisieren.</li> <li>Können Implikationen für die Gestaltung und Umsetzung von B2B-Marketingstrategien und -instrumenten ableiten.</li> <li>können Marketingentscheidungen im B2B Kontext analysieren und bewerten.</li> </ul> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>können sich im Rahmen des Selbststudiums eigenständig neues Wissen aneignen.</li> <li>können Fallstudien selbstständig aufbereiten und relevante Probleme und Lösungsmöglichkeiten identifizieren.</li> <li>können ihre Argumente schlüssig vermitteln und ihre Position gegenüber anderen verteidigen.</li> </ul> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>können sich in Teams erfolgreich koordinieren.</li> <li>können gemeinsam Fallstudien aufbereiten und analysieren.können unterschiedliche Positionen und Problemlösungen abwägen und verschiedene Perspektiven integrieren.</li> </ul>																
<p><b>6</b></p>	<p><b>Prüfungsleistung:</b>  <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1" data-bbox="256 1585 1481 1823"> <thead> <tr> <th>zu</th> <th>Prüfungsform</th> <th>Dauer bzw. Umfang</th> <th>Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a), b)</td> <td>Klausur</td> <td>90 Minuten</td> <td>75 %</td> </tr> <tr> <td>a), b)</td> <td>Portfolio</td> <td>ca. 10 Seiten</td> <td>15 %</td> </tr> <tr> <td>a), b)</td> <td>Präsentation</td> <td>ca. 15 Minuten</td> <td>10 %</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a), b)	Klausur	90 Minuten	75 %	a), b)	Portfolio	ca. 10 Seiten	15 %	a), b)	Präsentation	ca. 15 Minuten	10 %
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote														
a), b)	Klausur	90 Minuten	75 %														
a), b)	Portfolio	ca. 10 Seiten	15 %														
a), b)	Präsentation	ca. 15 Minuten	10 %														
<p><b>7</b></p>	<p><b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:</b> Keine</p>																
<p><b>8</b></p>	<p><b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine</p>																
<p><b>9</b></p>	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b>                  Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist</p>																
<p><b>10</b></p>	<p><b>Gewichtung für Gesamtnote:</b></p>																

	Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)
11	<b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. IBS, M.Sc. BWL, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management, M.Sc. Management & Information Systems, M.Sc. Taxation, Accounting and Finance, M.Sc. Winfo, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, Zwei-Fach-Master-Studiengang
12	<b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. Eva Böhm
12 a	<b>Ansprechpartner/in:</b> Anke Markert (anke.markert@uni-paderborn.de)
13	<b>Sonstige Hinweise:</b> Keine

Projektseminar Marketing und Value Creation							
Project on Marketing and Value Creation							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.5173	150	5	1-3	SoSe	1	Deutsch/ Englisch	WP
1	<b>Modulstruktur:</b>						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	K.184.51731 / Projektseminar Marketing und Value Creation	Seminar	30	120	P	20	
2	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
3	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
4	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Gegenstand des Moduls ist die Durchführung eines Forschungsprojektes zu einem innovativen und aktuellen Thema aus dem Bereich Marketing und Value Creation. Das zuvor gelernte Fach- und Methodenwissen des Marketings wird anhand einer konkreten Problemstellung aus der Marketingforschung und -praxis angewandt und vertieft. Die Studierenden durchlaufen dabei im Sinne des forschenden Lernens einen vollständigen Forschungsprozess, von der Konkretisierung der Forschungsfrage über die Datenerhebung und Datenauswertung bis hin zur Interpretation und Präsentation der Ergebnisse. Unter Anleitung werden dabei von den Studierenden geeignete Methoden der qualitativen und/oder quantitativen Marktforschung angewandt. Das Forschungsprojekt wird in studentischen Teams bearbeitet, von denen jedes das Thema aus einer unterschiedlichen Perspektive beleuchtet. Das Modul beinhaltet Veranstaltungen und Coachings zu: Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten Literatur- und Datenbankrecherche Einführung in Experimente Datenauswertung mit SPSS Ergebnisaufbereitung und Präsentationstechniken Die Schwerpunkte der Veranstaltungen variieren je nach zu bearbeitender Problemstellung. Die Veranstaltungen sind als unterstützendes Angebot zur erfolgreichen Bearbeitung der Forschungsfrage anzusehen.</p>						
5	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b></p> <p>Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b></p> <p>erhalten fundierte Kenntnisse in einem Schwerpunktthema aus dem Bereich Marketing und Value Creation. lernen weitere Instrumente und Methoden der qualitativen und quantitativen Marketingforschung kennen.</p> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b></p> <p>sind in der Lage, relevante Forschungsartikel zu identifizieren und systematisch zusammenzufassen. können qualitative und/oder quantitative Methoden auf ihre eigene empirische Studie anwenden. können eine</p>						

	<p>wissenschaftliche Arbeit strukturieren und verfassen. können die Qualität eines Forschungsprojektes kritisch bewerten und innovative Handlungsempfehlungen für die Forschung und Praxis ableiten</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b>                  können sich in Teams erfolgreich koordinieren.                  können gemeinsam ein Forschungsprojekt durchführen und präsentieren</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b>                  können sich im Rahmen des Selbststudiums eigenständig neues Wissen aneignen.                  führen selbstständig eine qualitative oder quantitative Marktforschungsstudie durch.                  können die Ergebnisse ihrer Forschungsarbeit präsentieren und verteidigen.</p>																
<b>6</b>	<p><b>Prüfungsleistung:</b>  <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>zu</th> <th>Prüfungsform</th> <th>Dauer bzw. Umfang</th> <th>Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a)</td> <td>Schriftliche Hausarbeit</td> <td>20-25 S.</td> <td>80 %</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Präsentation</td> <td>10 Minuten</td> <td>15 %</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Exposé</td> <td>2 Seiten</td> <td>5 %</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Schriftliche Hausarbeit	20-25 S.	80 %	a)	Präsentation	10 Minuten	15 %	a)	Exposé	2 Seiten	5 %
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote														
a)	Schriftliche Hausarbeit	20-25 S.	80 %														
a)	Präsentation	10 Minuten	15 %														
a)	Exposé	2 Seiten	5 %														
<b>7</b>	<p><b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme</b> Keine</p>																
<b>8</b>	<p><b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine</p>																
<b>9</b>	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist</p>																
<b>10</b>	<p><b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)</p>																
<b>11</b>	<p><b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. IBS, M.Sc. BWL, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management, M.Sc. Management &amp; Information Systems, M.Sc. Taxation, Accounting and Finance, M.Sc. Winfo, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, Zwei-Fach-Master-Studiengang</p>																
<b>12</b>	<p><b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. Eva Böhm</p>																
<b>12</b> <b>a</b>	<p><b>Ansprechpartner/in:</b> Anke Markert (anke.markert@uni-paderborn.de)</p>																
<b>13</b>	<p><b>Sonstige Hinweise:</b> Die Veranstaltung wird auf Deutsch gehalten. Englischsprachige Inhalte sind Teil der Veranstaltung. Das Modul ist auf maximal 20 Studierende begrenzt. Die Anmeldung erfolgt über PAUL. Bitte beachten Sie die Teilnehmer- und Wartelisten auf der Homepage der Fakultät Wiwi.</p>																

Empirical Studies in SHRM & Leadership							
Empirical Studies in SHRM & Leadership							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.5183	150	5	1-3	WS	1	Englisch	WP
<b>1</b>	<b>Modulstruktur:</b>						
	Lehrveranstaltung		Lehr-form	Kontakt-zeit (h)	Selbst-studium (h)	Status (P/WP)	Gruppen-größe (TN)
	a) K.184.51831 / Empirical Studies in SHRM & Leadership		Vorlesung / Übung	45	105	P	120
<b>2</b>	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
<b>3</b>	<p><b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b></p> <p>Grundlegende Kenntnisse in den Bereichen Führung, HRM, angewandte Ökonometrie, Nachhaltigkeit und vorherige Erfahrung mit Stata oder ähnlicher Programmiersoftware können hilfreich sein. Dieser Kurs ist jedoch so konzipiert, dass alle Teilnehmer mit an Bord und auf der gleichen Seite sind, was bedeutet, dass alle Inhalte eingeführt und für Teilnehmer erklärt werden, die mit einem dieser Themen nicht vertraut sind.</p> <p>Basic knowledge in leadership, HRM, applied econometrics, sustainability and prior experience with Stata or similar programming software can be helpful. However, this course is designed to have everyone on board and on the same page, which means that all content will be introduced and explained for students who are unfamiliar with one of these issues.</p>						
<b>4</b>	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>In diesem Kurs entwickeln die Studierenden ihre eigenen theoretischen Erweiterungen, leiten ihre eigenen Hypothesen ab, entwerfen eine empirische Forschungsstudie und führen eine Datenanalyse mit Stata zu einem Thema aus dem Bereich SHRM und Führung durch. Die Studierenden werden häufig ihre Arbeiten präsentieren und sich gegenseitig Feedback geben.</p> <p>Der Kurs besteht aus drei Hauptteilen. Im theoretischen Teil lernen die Studierenden, wie Mediation und Moderation eine bestehende x- und y-Beziehung innerhalb von SHRM &amp; Leadership konzeptionell erweitern. Sie entwickeln ihre eigenen theoretischen Modelle und leiten empirisch überprüfbare Hypothesen ab. Im Umfrageteil lernen sie, die Konstrukte ihres konzeptionellen Modells mit Umfrage-Items abzugleichen und eine Online-Umfrage mit Socio-Survey zu erstellen. Diese Umfragen werden von bezahlten Befragten des führenden internationalen Umfrageanbieters Prolific beantwortet. Im Analyseteil werden wir die Daten in gemeinsamen Sitzungen analysieren und dabei alle Schritte einer empirischen Datenanalyse durchlaufen (erste deskriptive Statistiken, zusammenfassende Statistiken, Regressionen und Strukturgleichungsmodellierung).</p> <p>Auf der Grundlage der im Kurs erarbeiteten empirischen Ergebnisse verfassen die Studierenden eine Hausarbeit in Form eines Methodenteils, ähnlich dem empirischen Teil einer Masterarbeit. Diese Hausarbeit geben sie zusammen mit den Programmiercodes ab. Aus diesem Grund kann dieser Kurs besonders hilfreich für Studenten sein, die eine empirische Masterarbeit im Bereich SHRM &amp; Leadership schreiben wollen.</p> <p>In this course, students develop their own theoretical extensions, derive their own hypotheses, design an empirical research study, and conduct a data analysis using Stata on a topic related to SHRM &amp; leadership. The students will frequently present and give feedback on each other's work.</p> <p>The course consists of three main parts. In the theoretical part the students learn how mediation and moderation conceptually extend an existing x and y relationship within SHRM &amp; leadership. They develop their own theoretical models and derive empirically testable hypotheses. In the survey part, they learn to match the constructs of their conceptual model to survey items and to create an online survey using Socio-Survey. These surveys will be answered by paid respondents from the leading international survey provider Prolific. In the analysis part, we will analyze the data together in joint sessions, going through each step of an empirical data analysis (initial descriptive statistics, summary statistics, regressions, and structural equation modelling).</p> <p>Based on the empirical results produced in the class, the students will write a term paper in the form of a method section of a paper, similar to the empirical part of a Master's thesis. They will hand this term paper in with the</p>						

	<p>programming codes. For this reason, this course can be particularly helpful for students interested in writing an empirical master's thesis in the field of SHRM &amp; leadership.</p>								
<p><b>5</b></p>	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b>                  Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b>                  Die Studierenden sind in der Lage:                  ein allgemeines Wissen über Themen im Bereich SHRM und Führung zu demonstrieren ein konzeptionelles SHRM- und Führungsmodell zu formulieren                  eine empirische Studie von Grund auf zu entwerfen, um dieses SHRM- und Führungsmodell zu testen                  Students will be able to:                  demonstrate general knowledge of topics within SHRM and leadership formulate a conceptual SHRM and leadership model                  design an empirical study from the scratch to test this SHRM and leadership model</p> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b>                  Die Studierenden können:                  eigene theoretische Erweiterungen eines Haupteffekts durch Mediation und Moderation zu formulieren empirisch prüfbare Hypothesen abzuleiten                  Sozio Survey als Werkzeug zur Erstellung von Online-Befragungen zu nutzen und empirische Daten mit Stata zu analysieren                  Students will be able to:                  formulate own theoretical extensions of a main effect through mediation and moderation derive empirically testable hypotheses                  use socio survey as a tool to create online surveys analyze empirical data using Stata</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b>                  Die Studierenden werden in der Lage sein:                  projektbezogen an einem empirischen Forschungsprojekt zu arbeiten - die Übereinstimmung zwischen den eigenen Konstrukten und Messungen zu evaluieren                  nach Lösungen für Programmierprobleme zu suchen                  Students will be able to:                  Work in a project related manner on an empirical research project evaluate the match between the own constructs and measurements                  search for solutions to programming issues</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b>                  Die Studierenden sind in der Lage:                  konstruktives Feedback zu anderen Projekten zu geben - in Teams zu arbeiten, um Umfragen und gemeinsame Programmierdateien zu erstellen                  andere Personen bei Programmieraufgaben zu unterstützen                  Students will be able to:                  provide constructive feedback to other projects work in teams to create surveys and joint programming files                  assist other people in programming tasks</p>								
<p><b>6</b></p>	<p><b>Prüfungsleistung:</b>  <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1" data-bbox="256 1883 1477 1984"> <thead> <tr> <th data-bbox="256 1883 373 1933">zu</th> <th data-bbox="373 1883 839 1933">Prüfungsform</th> <th data-bbox="839 1883 1123 1933">Dauer bzw. Umfang</th> <th data-bbox="1123 1883 1477 1933">Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="256 1933 373 1984">a)</td> <td data-bbox="373 1933 839 1984">Portfolio</td> <td data-bbox="839 1933 1123 1984">15 Seiten</td> <td data-bbox="1123 1933 1477 1984">100 %</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Portfolio	15 Seiten	100 %
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote						
a)	Portfolio	15 Seiten	100 %						

7	<b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme</b> Keine
8	<b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine
9	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist
10	<b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)
11	<b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. IBS, M.Sc. BWL, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management, M.Sc. Management & Information Systems, M.Sc. Taxation, Accounting and Finance, M.Sc. Winfo, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, Zwei-Fach-Master-Studiengang
12	<b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. Philip Yang
12 a	<b>Ansprechpartner/in:</b> Prof. Dr. Philip Yang
13	<b>Sonstige Hinweise:</b> The final mark is evaluated based on the term paper in line with a method section in a scientific paper and the programming codes. The term paper typically describes the model, data, variables, estimation method, hypotheses testing results, additional results and a short discussion within a scope of 15 pages. The students also have to hand in their ado coding files, which document each step from data cleaning, variable generation, summary statistics, regressions and structural equation modeling, how they got from the data to the main results of the term paper. These ado files are jointly developed in the class and finalized individually or in groups. Die Endnote wird anhand eines Methodenteils einer wissenschaftlichen Arbeit und der Programmiercodes ermittelt. Das Portfolio beschreibt in der Regel das Modell, die Daten, die Variablen, die Schätzmethode, die Ergebnisse des Hypothesentests, zusätzliche Ergebnisse und eine kurze Diskussion im Umfang von 15 Seiten. Die Studierenden müssen außerdem ihre Ado-Coding-Dateien abgeben, die jeden Schritt von der Datenbereinigung, der Variablengenerierung, der zusammenfassenden Statistik, den Regressionen und der Strukturgleichungsmodellierung dokumentieren, wie sie von den Daten zu den Hauptergebnissen der Hausarbeit gelangt sind. Diese Ado-Dateien werden gemeinsam in der Klasse erarbeitet und einzeln oder in Gruppen finalisiert.

**Anhang 5:**  
**Übersicht und Modulbeschreibungen<sup>1</sup> zu den verschränkten Wahlpflichtbereichen (exklusiv für die Kombination des Faches Management mit dem Fach Soziologie)**

## Verschränkungsbereich Arbeit

Modulnummer	ECTS	Modulname	Modulkoordinator
M.184.5164	5	HR Analytics	Thommes, Kirsten
M.184.4140	10	Employment Systems*	Thommes, Kirsten/ Schneider, Martin
M.184.5156	10	Verhaltensexperimente*	Thommes, Kirsten
M.184.4157	5	Seminar Organisationales Verhalten	Thommes, Kirsten

\*Das Modul wird auch im Wahlpflichtbereich Management berücksichtigt.

## Verschränkungsbereich Bildung

Modulnummer	ECTS	Modulname	Modulkoordinator
M.184.4522	5	Mediendidaktik	Beutner, Marc
M.184.4548	5	Ökonomische Theorie und Bildung für eine nachhaltige Entwicklung	Kiepe, Karina
M.184.4562	5	Bildungsmanagement	Thommes, Kirsten/ Jenert, Tobias

## Verschränkungsbereich Nachhaltigkeit

Modulnummer	ECTS	Modulname	Modulkoordinator
M.184.4188	5	Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit	Fahr, René
M.184.5171	5	Sustainable Marketing	Böhm, Eva
M.184.5183	5	Empirical Studies in SHRM & Leadership	Yang, Philip
M.184.5290	5	Advanced Sustainability Reporting	Reimsbach, Daniel

---

<sup>1</sup> Modulbeschreibungen werden nachfolgend nur aufgeführt, wenn Sie nicht bereits unter Anhang 4 gelistet sind.

<b>Ökonomische Theorie und Bildung für eine nachhaltige Entwicklung</b>																												
Economic theory and education for sustainable development																												
<b>Modulnummer:</b> M.184.4548	<b>Workload (h):</b> 150	<b>LP:</b> 5	<b>Studiensemester:</b> 2.	<b>Turnus:</b> WS	<b>Dauer (in Sem.):</b> 1	<b>Sprache:</b> DE	<b>P/WP:</b> P																					
<b>1</b>	<b>Modulstruktur:</b> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 5%;"></th> <th style="width: 45%;">Lehrveranstaltung</th> <th style="width: 10%;">Lehrform</th> <th style="width: 10%;">Kontaktzeit (h)</th> <th style="width: 10%;">Selbststudium (h)</th> <th style="width: 10%;">Status (P/WP)</th> <th style="width: 10%;">Gruppengröße (TN)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a)</td> <td>Ökonomische Theorie und Nachhaltigkeit</td> <td>V</td> <td>30</td> <td>45</td> <td>P</td> <td>150</td> </tr> <tr> <td>b)</td> <td>Übung zur Vorlesung Ökonomische Theorie und Nachhaltigkeit</td> <td>Ü</td> <td>30</td> <td>45</td> <td>P</td> <td>30</td> </tr> </tbody> </table>								Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	a)	Ökonomische Theorie und Nachhaltigkeit	V	30	45	P	150	b)	Übung zur Vorlesung Ökonomische Theorie und Nachhaltigkeit	Ü	30	45	P	30
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)																						
a)	Ökonomische Theorie und Nachhaltigkeit	V	30	45	P	150																						
b)	Übung zur Vorlesung Ökonomische Theorie und Nachhaltigkeit	Ü	30	45	P	30																						
<b>2</b>	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine																											
<b>3</b>	<b>Empfohlene Teilnahmevoraussetzungen:</b> keine																											
<b>4</b>	<b>Inhalte:</b> Das Modul zielt aus fachdidaktischer Perspektive auf eine Vertiefung volkswirtschaftlicher Themen mit Schwerpunkt auf wirtschaftspolitische Fragestellungen und deren Bedeutung für wirtschaftliches Handeln unter Berücksichtigung eines nachhaltigen und humanen ökonomischen Verständnisses. Ökonomisches Handeln steht in einem Zusammenhang zu ökonomischen Vorstellungen, Einsichten und den damit in Verbindung stehenden Theorien. Das Modul nähert sich ökonomischen Theorien an und untersucht diese hinsichtlich ihrer Bedeutsamkeit für das Handeln von Menschen. Dies führt zu der Frage, welchen Einfluss Vorstellungen zur Funktion von Märkten auf Entscheidungen von Akteuren aus unterschiedlichen Perspektiven (z. B. Politik, Unternehmer:innen, Konsument:innen) haben. Es werden dabei zwei Perspektiven in den Blick genommen: Erstens die Perspektive einer nachhaltigen gesellschaftlichen Entwicklung und zweitens Überlegungen, inwiefern Bildung eine nachhaltige Entwicklung berücksichtigen kann. Die Themen dieser Veranstaltung umfassen u. a. die folgenden Bereiche: Wirtschaftstheorien und ökonomische Schulen, Ökonomie und politische Ökonomie, Konzepte des Marktes, Wachstum und Nachhaltigkeit. Plurale und humane Ökonomie, Wirtschaftsprozesse, Eckpunkte nachhaltiger Entwicklung, Ökonomie und Ökologie.																											
<b>5</b>	<b>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:</b> <b>Fachkompetenz Wissen:</b> Studierende... kennen ökonomische Theorien und können grundlegende Richtungen unterscheiden. kennen Märkte und können typische Marktbeziehungen, Preis- und Produktstrategien analysieren. können ökonomisches Handeln auf ökonomische Theorien zurückführen. <b>Fachkompetenz / Fertigkeit:</b> Studierende...																											

	<ul style="list-style-type: none"> <li>erkennen wirtschaftspolitische Handlungsfelder sowie wirtschaftspolitische Zielkorridore und -konflikte und können diese in Bezug auf wirtschaftliches Handeln einschätzen.</li> <li>sind in der Lage, die Interdependenzen wirtschaftlichen Handelns aufzunehmen und für schulische Handlungsfelder aufzubereiten.</li> <li>können die Basis wirtschaftswissenschaftlicher Theorien aufdecken und diese für eine nachhaltige Bildung aufbereiten.</li> </ul> <p><b>Personale Kompetenz / Sozial:</b> Studierende...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>können systematisch Theorien aufarbeiten und diese in den Kontext nachhaltiger Entwicklung stellen.</li> <li>können in sozialen Lernsettings ökonomische Theorien aufarbeiten und in Bezug auf eine nachhaltige Entwicklung bewerten.</li> </ul> <p><b>Personale Kompetenz / Selbständigkeit:</b> Studierende...</p> <p>können das erworbene Wissen auf das Handeln der eigenen Person beziehen und die eigenen Handlungen reflexiv erschließen. können wirtschaftswissenschaftliche Theorien erschließen und angemessen aufbereiten.</p>								
<b>6</b>	<p><b>Prüfungsleistung:</b>  <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Zu</th> <th>Prüfungsform</th> <th>Dauer bzw. Umfang</th> <th>Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a), b)</td> <td>Klausur oder Projektarbeit oder Schriftliche Hausarbeit</td> <td>90 Minuten 24-28 Seiten mit Präsentation (15 Minuten) 24-28 Seiten</td> <td>100 %</td> </tr> </tbody> </table>	Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a), b)	Klausur oder Projektarbeit oder Schriftliche Hausarbeit	90 Minuten 24-28 Seiten mit Präsentation (15 Minuten) 24-28 Seiten	100 %
Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote						
a), b)	Klausur oder Projektarbeit oder Schriftliche Hausarbeit	90 Minuten 24-28 Seiten mit Präsentation (15 Minuten) 24-28 Seiten	100 %						
<b>7</b>	<b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:</b> keine								
<b>8</b>	<b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> keine								
<b>9</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Bestandene Modulabschlussprüfung.								
<b>10</b>	<b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor 1).								
<b>11</b>	<b>Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen:</b> M. Ed. Lehramt an Berufskollegs M. Ed. Wirtschaftspädagogik – Lehramt an Berufskollegs M. Sc. Wirtschaftspädagogik Zwei-Fach-Studiengang								
<b>12</b>	<b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. Karina Kiepe								
<b>12</b>	<b>Ansprechpartner/in:</b> a) Prof. Dr. Karina Kiepe (karina.kiepe@unipaderborn.de)								
<b>13</b>	<b>Sonstige Hinweise:</b> keine								

Bildungsmanagement							
Educational Management							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.4562	150	5	2	SoSe	1	Deutsch	WP
1	<b>Modulstruktur:</b>						
		Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
	a)	K.184.45621 / Bildungsmanagement	Vorlesung	30	75	P	120
b)	K.184.45622 / Bildungsmanagement	Übung	15	30	P	120	
2	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
3	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
4	<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Innerhalb des Moduls Bildungsmanagement soll der Markt für berufliche Weiterbildung sowohl aus Nachfrager- als auch aus Anbietersicht systematisch analysiert werden. Im ersten Teil der Veranstaltung werden dabei die Gründe für betriebliche Weiterbildung analysiert und Organisationsformen vorgestellt und verglichen. Anschließend erfolgt eine Analyse der verschiedenen Organisationsformen aus Sicht der Nachfrager und Anbieter. Im zweiten Teil der Veranstaltung werden die Dokumentation und die Anerkennung nicht formaler Weiterbildungsmaßnahmen beleuchtet. Abschließend erfolgt eine prozedurale Betrachtung formaler und nicht formaler Bildungsmaßnahmen von der Planung über die Strukturierung bis zur Umsetzung.</p>						
5	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b></p> <p>Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>sollen den Markt für Weiterbildung sowohl aus Anbieter- als auch aus Nachfragersicht analysieren und die wesentlichen Struktur- und Prozessalternativen der beruflichen Weiterbildung kennen und systematisch vergleichen können.</li> <li>sollen Organisationsformen von Bildungsmaßnahmen für die inner- und außerbetriebliche Weiterbildung kennen.</li> <li>sollen pädagogische und didaktische Grundkonzepte der betrieblichen Bildung kennen.</li> </ul> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>sollen lernen, den Weiterbildungsmarkt systematisch analysieren zu können.</li> <li>sollen Bildungsmaßnahmen hinsichtlich ihrer Passung zu Bildungszielen beurteilen können.</li> <li>sollen beispielhaft Bildungsmaßnahmen entwerfen können.</li> </ul> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>sollen die Fragen der Weiterbildung mithilfe von gegebenen Materialien und selbst recherchierten Methoden bearbeiten können</li> </ul> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>sollen in Gruppen zu vorgegebenen Fragen eine Lösungsmöglichkeit entwerfen, präsentieren und diskutieren.</li> </ul>						
6	<b>Prüfungsleistung:</b>						
	<input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP) <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP) <input type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)						
	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang		Gewichtung für die Modulnote		
	a), b)	Klausur	120 Minuten		100 %		

7	<b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:</b> Keine
8	<b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine
9	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist
10	<b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)
11	<b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. IBS, M.Sc. BWL, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management, M.Sc. Management & Information Systems, M.Sc. Taxation, Accounting and Finance, M.Sc. Winfo, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, Zwei-Fach-Master-Studiengang
12	<b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. Tobias Jenert
12 a	<b>Ansprechpartner/in:</b> Prof. Dr. Tobias Jenert (tobias.jenert@upb.de), Prof. Dr. Kirsten Thommes (kirsten.thommes@uni-paderborn.de)
13	<b>Sonstige Hinweise:</b> Keine

Mediendidaktik							
Media didactics							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.4522	150	5	2	WS/SoSe	1	Deutsch	WP
1	<b>Modulstruktur:</b>						
		Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
a)	K.184.45221 / Mediendidaktik		Vorlesung	45	105	P	120
2	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b> Keine						
3	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b> Keine						
4	<b>Inhalte:</b> Medien in Bildungskontexten - Einsatzformen von Lehr- und Lernmedien und deren Funktionen Neue Medien, Mediendatenbanken Open Educational Resources (OER) E-Learning Formen – WBT, CBT, Virtual Classroom, Lernplattformen, Weblogs, WIKIs Gestaltpsychologie Usability Mediendidaktische Umsetzungen Nutzung in Aus- und Weiterbildung						
5	<b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b> Die Studierenden... <b>Fachkompetenz Wissen</b> kennen und unterscheiden Medien.						

	<p>definieren Formen neuer Medien und reflektieren ihren Einsatz.erkennen Mediendidaktik als einen Zugang zu didaktischen Fragestellungen und verstehen sie nicht als eine isolierte Betrachtung einer didaktischen Kategorie.</p> <p>entwickeln Informationsverarbeitungskompetenz sowie Erschließungskompetenz und reflektieren Medien vor dem Hintergrund von Usability und Gestaltung.</p> <p>kennen Ansätze der Medienkompetenz und der OER.</p> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b></p> <p>bereiten eine Zielgruppe auf den Umgang mit neuen Medien vor. Gehen aktiv mit neuen Medien um und gestalten diese selbst. Sind in der Lage Mediendatenbanken zu bedienen und zu nutzen sowie OER auf didaktische Passung zu beurteilen. Können Mediennutzung bestimmen. Können notwendige Arbeitsschritte der Medienentwicklung planen und umsetzen. sind in der Lage Entwicklungswerkzeuge anzuwenden.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b></p> <p>reflektieren ihre eigene Medienkompetenz und bauen ihre Fähigkeiten gezielt aus. sind zuständig für eigene Gestaltungsbereiche und verantworten diese.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b></p> <p>erarbeiten in Gruppen gemeinsam gestaltete e-Learning Medien und stimmen sich über Entwicklungskriterien ab und treffen Entscheidungen im Konsens. können ihre Kompetenzen im Bereich der Medienentwicklung auf andere Entwicklungswerkzeuge, Bildungsorganisationen und –gänge transferieren</p>								
<b>6</b>	<p><b>Prüfungsleistung:</b>  <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP)      <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP)      <input type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>zu</th> <th>Prüfungsform</th> <th>Dauer bzw. Umfang</th> <th>Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a)</td> <td>Portfolio</td> <td>20-25 Seiten</td> <td>100 %</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Portfolio	20-25 Seiten	100 %
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote						
a)	Portfolio	20-25 Seiten	100 %						
<b>7</b>	<b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:</b> Keine								
<b>8</b>	<b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine								
<b>9</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist								
<b>10</b>	<b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)								
<b>11</b>	<b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, Zwei-Fach-Master-Studiengang								
<b>12</b>	<b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. Marc Beutner								
<b>12</b> <b>a</b>	<b>Ansprechpartner/in:</b> Prof. Dr. Marc Beutner (marc.beutner@uni-paderborn.de), Jennifer Nicole Schneider (Jennifer.Schneider@uni-paderborn.de)								
<b>13</b>	<b>Sonstige Hinweise:</b> Keine								

Advanced Sustainability Reporting							
Advanced Sustainability Reporting							
Modulnummer:	Workload (h):	LP:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	Sprache:	P/WP:
M.184.5290	150	5	3	WS	1	Englisch	WP
<b>1</b>	<b>Modulstruktur:</b>						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	K.184.52901 / Advanced Sustainability Reporting	Vorlesung	30	45	P	30	
b)	K.184.52902 / Advanced Sustainability Reporting - Übung	Übung	15	60	P	30	
<b>2</b>	<b>Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:</b>						
	Keine						
<b>3</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen):</b>						
	M.184.2227 FA 1: Grundlagen des externen Rechnungswesens nach HGB						
	M.184.2267 FA 3: Introduction to international financial reporting)						
	M.184.3290 FA 5: Anhang, Lagebericht, Nachhaltigkeitsberichterstattung						
	M.184.3291 SAR 1: Sustainability Accounting and Reporting						
<b>4</b>	<b>Inhalte:</b>						
	<p>Die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen hat sich von einer freiwilligen Aktivität zu einem stark regulierten Bereich entwickelt. Ziel dieses Kurses ist es, fundierte Kenntnisse über die theoretischen Grundlagen der Nachhaltigkeitsberichterstattung zu vermitteln und die aktuellen dynamischen Entwicklungen in der tatsächlichen Berichtspraxis und Regulatorik zu analysieren. Dazu gehört die Entwicklung eines umfassenden Verständnisses der historischen Entwicklung der (freiwilligen) Nachhaltigkeitsberichterstattung sowie der aktuellen und geplanten Regulierungen, Standards und Rahmenwerken. Internationale Institutionen der Nachhaltigkeitsberichterstattung wie die Global Reporting Initiative, die Taskforce of Climate-related Financial Disclosure oder das International Sustainability Standards Board und ihre Empfehlungen und Richtlinien werden vorgestellt. Die Europäische Union hat sich besonders für die Förderung von Vorschriften zur Nachhaltigkeitsberichterstattung eingesetzt, weshalb der Kurs eine eingehende Analyse der Richtlinie zur nichtfinanziellen Berichterstattung (NFRD) und der jüngsten Richtlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen (CSRD) vornimmt. Während des gesamten Kurses werden Beispiele von Nachhaltigkeitsberichten von Unternehmen vorgestellt und diskutiert, und die akademische Forschung wird herangezogen, um aktuelle (und zukünftige) Entwicklungen in diesem Bereich kritisch zu reflektieren.</p> <p>Corporate sustainability reporting has evolved from a voluntary activity to a widely regulated field. This course aims to provide in-depth knowledge of the theoretical basis of sustainability reporting and to analyze current dynamic developments in actual reporting practices and policymaking. This involves developing a thorough understanding of the historical development of (voluntary) sustainability reporting, and of current and planned regulations, standards, and frameworks. International sustainability reporting institutions such as the Global Reporting Initiative, the Taskforce of Climate-related Financial Disclosure, or the International Sustainability Standards Board and their recommendations and guidelines are introduced. The European Union has been particularly instrumental in</p>						

	<p>promoting regulations on sustainability reporting, and therefore the course analyzes in-depth the Non-Financial Reporting Directive (NFRD) and the recent Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). Throughout the course, showcases of companies' sustainability reports are presented and discussed and academic research is mobilized to critically reflect on current (and future) developments in the field.</p>
5	<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen:</b> Die Studierenden...</p> <p><b>Fachkompetenz Wissen</b></p> <p>kennen die theoretischen Grundlagen der freiwilligen und verpflichtenden Nachhaltigkeitsberichterstattung. kennen die historische Entwicklung der (freiwilligen) Nachhaltigkeitsberichterstattung sowie die aktuellen und geplanten Regelungen, Standards und Rahmenwerke. erhalten Einblicke in die wichtigsten wissenschaftlichen Artikel im Bereich der Nachhaltigkeitsberichterstattung, die die wissenschaftliche Diskussion der letzten Jahrzehnte geprägt haben. know the theoretical foundations of voluntary and mandatory sustainability reporting. are familiar with the historical development of (voluntary) sustainability reporting, and of current and planned regulations, standards, and frameworks. gain insights into the most important academic articles in the field of sustainability reporting that have shaped the academic discussion in the last decades.</p> <p><b>Fachkompetenz Fertigkeit</b></p> <p>können die aktuellen Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung für verschiedene Arten von Unternehmen in unterschiedlichen Rechtsordnungen erkennen und handhaben. sind mit der aktuellen Forschung auf dem Gebiet der Nachhaltigkeitsberichterstattung vertraut. können relevante Forschungslücken identifizieren und eigene Forschungsideen im Bereich der Nachhaltigkeitsberichterstattung entwickeln. can identify and handle the current sustainability reporting requirements for different types of companies in different jurisdiction. are in command of the current research in the field of sustainability reporting. can identify relevant research gaps and develop own research ideas related to sustainability reporting.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</b></p> <p>können die ESRS- und IFRS-Regeln auf typische Nachhaltigkeitsfragen und -themen selbständig anwenden. beteiligen sich kritisch an Diskussionen über die nach wie vor dynamische und sich verändernde Landschaft der Nachhaltigkeitsberichterstattung. stärken ihre Forschungskompetenz apply ESRS and IFRS rules on typical sustainability issues and topics independently. critically participate in discussions about the still dynamic and changing landscape of sustainability reporting. strengthen their research skills.</p> <p><b>Personale Kompetenz/Sozial</b></p> <p>selbstständig Lerngruppen bilden, um das in der Vorlesung vermittelte Wissen zu wiederholen und zu vertiefen. diskutieren aktiv die in der Vorlesung und im Tutorium vorgestellten Fallbeispiele und Fachartikel. independently build learning groups to repeat and deepen knowledge that was presented in the lecture. actively discuss the case studies and academic articles presented in the lecture and the tutorial.</p>

6	<b>Prüfungsleistung:</b>		
	<input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP) <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP) <input type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)		
	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang
a), b)	Klausur	60 Min.	100 %
7	<b>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:</b> Nein		
8	<b>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:</b> Keine		
9	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</b> Die Vergabe der Leistungspunkte erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist		
10	<b>Gewichtung für Gesamtnote:</b> Das Modul wird mit der Anzahl seiner Leistungspunkte gewichtet (Faktor: 1)		
11	<b>Verwendung des Moduls in den Studiengängen:</b> M.Sc. International Business Studies, M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management & Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.Sc. Taxation, Accounting and Finance, M.Sc. Management, Zwei-Fach-Master-Studiengang		
12	<b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. Daniel Reimsbach		
12 a	<b>Ansprechpartner/in:</b> Prof. Dr. Daniel Reimsbach (daniel.reimsbach@upb.de)		
13	<b>Sonstige Hinweise:</b> Lernmaterialien, Literaturangaben (learning material, literature): Laine, Tregida, Unerman: Sustainability Accounting and Accountability, 3. Auflage 2021 Hahn, R. (2022). Sustainability Management: Global Perspectives on Concepts, Instruments, and Stakeholders. Rüdiger Hahn. ESRS und IFRS Sustainability Standards in draft- and final version Topical academic articles		



---

**HERAUSGEBER  
PRÄSIDIUM DER UNIVERSITÄT PADERBORN  
WARBURGER STR. 100  
33098 PADERBORN**

**[HTTP://WWW.UNI-PADERBORN.DE](http://www.uni-paderborn.de)**

---

**ISSN 2199-2819**