

AMTLICHE MITTEILUNGEN

VERKÜNDUNGSBLATT DER UNIVERSITÄT PADERBORN AM.UNI.PB

AUSGABE 35.21 VOM 30. JUNI 2021

PRÜFUNGSORDNUNG FÜR DEN MASTERSTUDIENGANG MANAGEMENT DER FAKULTÄT FÜR WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN AN DER UNIVERSITÄT PADERBORN

VOM 30. JUNI 2021

**Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Management
der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften an der Universität Paderborn**

vom 30. Juni 2021

Aufgrund des § 2 Absatz 4 und des § 64 Absatz 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 25. März 2021 (GV. NRW. S. 331), hat die Universität Paderborn die folgende Prüfungsordnung erlassen:

Inhalt

I. Allgemeines	4
§ 1 Zweck und Ziele des Studiums	4
§ 2 Akademischer Grad	4
§ 3 Studienbeginn	4
§ 4 Zugangsvoraussetzungen	4
§ 5 Regelstudienzeit, Studienumfang und Gliederung des Studiums	6
§ 6 Module	7
§ 7 Anerkennung von Leistungen	7
II. Prüfungsorganisation	8
§ 8 Prüfungsausschuss	8
§ 9 Prüfende und Beisitzende	9
III. Prüfungen	10
§ 10 Masterprüfung	10
§ 11 Teilnahmevoraussetzungen und Zulassungsverfahren	10
§ 12 Meldung zu Modulen und Prüfungen	11
§ 13 Abschluss eines Moduls	11
§ 14 Prüfungsleistungen in den Modulen	12
§ 15 Formen der Prüfungsleistungserbringung in den Modulen	12
§ 16 Bewertung von Leistungen in den Modulen	14
§ 17 Masterarbeit, weitere Abschlussleistungen	15
§ 18 Annahme und Bewertung der Masterarbeit	16
§ 19 Zusatzmodule	17
§ 20 Bewertung der Masterprüfung und Bildung der Gesamtnote	17
§ 21 Wiederholung von Prüfungsleistungen, Wechsel, Kompensation	18
§ 22 Versäumnis, Rücktritt, Täuschung, Ordnungsverstoß, Schutzvorschriften und Studierende mit Familienaufgaben	19
§ 23 Erfolgreicher Abschluss des Studiums, endgültiges Nichtbestehen	21
§ 24 Zeugnis, Transcript of Records und Diploma Supplement	21
§ 25 Masterurkunde	22
§ 26 Einsicht in die Prüfungsunterlagen	22
IV. Schlussbestimmungen	22
§ 27 Ungültigkeit der Masterprüfung	22
§ 28 Aberkennung des Mastergrades	23
§ 29 Übergangsbestimmungen, Inkrafttreten und Veröffentlichung	23
Anhang 1 der Prüfungsordnung - Studienverlaufsplan	24
Anhang 2 der Prüfungsordnung – Modulbeschreibungen	25
Pflichtmodule	25
Wahlmodule in den Major und Minor	37
Übersicht der Module im Bereich Major und Minor	176

I. Allgemeines

§ 1

Zweck und Ziele des Studiums

- (1) Die Masterprüfung bildet den zweiten berufsqualifizierenden Abschluss. Das Masterstudium in dem forschungsorientierten Studiengang Management vermittelt den Studierenden neben den allgemeinen Studienzielen des § 58 Absatz 1 HG, den Aspekten der Persönlichkeitsbildung i.S.v. § 11 Absatz 1 StudakVO und unter Berücksichtigung der Anforderungen und Veränderungen in der Berufswelt die erforderlichen fachlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und Methoden sowie notwendige Schlüsselqualifikationen, sodass sie zu wissenschaftlicher Arbeit und Kommunikation, zur kritischen Einordnung der wissenschaftlichen Erkenntnisse und zu verantwortlichem Handeln befähigt werden.
- (2) Masterstudium und Masterprüfung finden überwiegend in deutscher Sprache statt. Module in englischer Sprache sind in den Modulbeschreibungen ausgewiesen.

§ 2

Akademischer Grad

Ist das Masterstudium erfolgreich abgeschlossen, verleiht die Fakultät für Wirtschaftswissenschaften den akademischen Grad Master of Science (M.Sc.).

§ 3

Studienbeginn

- (1) Das Studium kann zum Wintersemester oder zum Sommersemester aufgenommen werden.
- (2) Der Masterstudiengang Management wird ab dem Wintersemester 2021/2022 erstmalig angeboten und einzelne Module erst Semester für Semester aufgebaut (teilweise sukzessiver Aufbau).

§ 4

Zugangsvoraussetzungen

- (1) In den Masterstudiengang Management kann nur eingeschrieben werden, wer kumulativ
 1. das Zeugnis der Hochschulreife (allgemeine oder einschlägig fachgebundene) oder nach Maßgabe einer Rechtsverordnung das Zeugnis der Fachhochschulreife oder einen durch Rechtsvorschrift oder von der zuständigen staatlichen Stelle als gleichwertig anerkannten Vorbildungsnachweis oder die Voraussetzungen für in der beruflichen Bildung Qualifizierte besitzt oder die Voraussetzungen der Bildungsausländerhochschulzugangsverordnung erfüllt.
 2. einen Studienabschluss besitzt, der nachfolgende Voraussetzungen erfüllt:
 - a) Es muss sich um einen ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss mit einer Regelstudienzeit von mindestens sechs Semestern der Universität Paderborn oder einer staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschule oder einer staatlichen oder staatlich anerkannten Berufsakademie handeln. Studienabschlüsse einer ausländischen staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschule eröffnen den Zugang, sofern hinsichtlich der erworbenen Kompetenzen kein wesentlicher Unterschied zu einem Studienabschluss der Universität Paderborn nach Satz 1 besteht. Für ausländische Bildungsabschlüsse sind die von der

Kultusministerkonferenz und der Hochschulrektorenkonferenz gebilligten Äquivalenzvereinbarungen oder entsprechende gesetzliche Regelungen zu berücksichtigen. Soweit Vereinbarungen und Abkommen der Bundesrepublik Deutschland mit anderen Staaten über die Gleichwertigkeit im Hochschulbereich (Äquivalenzabkommen) Studierende ausländischer Staaten abweichend von Satz 2 begünstigen, gehen die Regelungen der Äquivalenzabkommen vor. Im Übrigen soll bei Zweifeln über das Vorliegen oder Nichtvorliegen wesentlicher Unterschiede die Zentralstelle für ausländisches Bildungswesen gehört werden. Die Feststellung über die Voraussetzungen nach Satz 2 trifft der Prüfungsausschuss.

- b) Der Studienabschluss muss ein Studienabschluss der Wirtschaftswissenschaften (z.B. B.Sc. Wirtschaftswissenschaften an der Universität Paderborn) sein. Der Studienabschluss muss zudem mindestens Studienanteile in den folgenden Bereichen und Umfängen beinhalten:

Betriebswirtschaftslehre und Volkswirtschaftslehre insgesamt:		80 LP
davon aus dem Bereich der Betriebswirtschaftslehre mindestens:		45 LP
Quantitative Methoden (Statistik und Mathematik, keine Wirtschaftsinformatik)		20 LP
Bachelorarbeit		8 LP

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

Die Feststellung über die Voraussetzungen trifft der Prüfungsausschuss. Fehlen Leistungspunkte im Umfang von bis zu 30 LP, kann der Prüfungsausschuss im Benehmen mit der Kandidatin bzw. dem Kandidaten festlegen, welche zusätzlichen Leistungen als weitere Voraussetzung für die Einschreibung erbracht werden müssen.

- c) Der Studienabschluss muss mit einer Gesamtnote von mindestens 2,3 bzw. der äquivalenten ausländischen Abschlussnote erfolgt sein, oder die Bewerberin bzw. der Bewerber muss zu den ersten 35 vom Hundert aller Prüfungsabsolventen, die die Prüfung abgeschlossen haben, gehören. Dabei sind entweder alle entsprechenden Prüfungen des Abschlusssemesters sowie des vorhergehenden Semesters oder alle entsprechenden Prüfungen der beiden vorhergehenden Semester zugrunde zu legen.
3. Ausreichende Kenntnisse der deutschen Sprache besitzt. Es bedarf eines Nachweises der sprachlichen Studierfähigkeit für die uneingeschränkte Zulassung oder Einschreibung zu allen Studiengängen. Näheres regelt die Ordnung für die Deutsche Sprachprüfung für den Hochschulzugang an der Universität Paderborn in der jeweiligen Fassung.
- (2) Die Voraussetzungen, unter denen die Einschreibung zu versagen ist oder versagt werden kann, ergeben sich aus der jeweils geltenden Einschreibungsordnung der Universität Paderborn. Die Einschreibung für den Masterstudiengang Management ist insbesondere abzulehnen, wenn
- a) die in Absatz 1 genannten Zugangsvoraussetzungen nicht vorliegen oder

- b) die Kandidatin bzw. der Kandidat eine nach der Prüfungsordnung erforderliche Prüfung in dem Masterstudiengang Management an einer Hochschule im Geltungsbereich des Grundgesetzes endgültig nicht bestanden hat oder
- c) die Kandidatin bzw. der Kandidat sonst eine nach der Prüfungsordnung erforderliche Prüfung in einem Studiengang an einer Hochschule im Geltungsbereich des Grundgesetzes endgültig nicht bestanden hat, wenn sowohl der erfolglose Studiengang eine erhebliche inhaltliche Nähe zu dem Masterstudiengang Management der Universität Paderborn als auch die endgültig nicht bestandene Prüfung eine erhebliche inhaltliche Nähe zu einer Prüfung des Masterstudiengangs Management der Universität Paderborn aufweisen. Die Feststellungen über die erhebliche inhaltliche Nähe trifft der Prüfungsausschuss.

§ 5

Regelstudienzeit, Studienumfang und Gliederung des Studiums

- (1) Die Regelstudienzeit beträgt einschließlich der Masterprüfung vier Semester. Dies entspricht einem Gesamtarbeitsaufwand (Workload) von 3.600 Stunden.
- (2) Das Masterstudium umfasst Module in einem Gesamtumfang von 120 Leistungspunkten. Ein Leistungspunkt (LP) entspricht einem ECTS-Punkt gemäß dem European Credit Transfer System. Ein LP entspricht einer Arbeitsbelastung von durchschnittlich 30 Stunden. Ein Semester umfasst in der Regel 30 LP und somit einen Arbeitsaufwand von 900 Stunden.
- (3) Die 120 Leistungspunkte im Studiengang Management setzen sich wie folgt zusammen:
 - 60 LP Management
 - 20 LP Methoden
 - 10 LP Ergänzungsbereich
 - 30 LP Abschlussmodul mit Masterarbeit im gewählten Major und qualifizierter Teilnahme.
 Von den Studierenden sind die folgenden Module zu absolvieren:
 - Marketing & Management Challenge (5 LP), Pflichtmodul
 - Einführung i.d. Methoden d. emp. Wirtschafts- und Sozialforschung (5 LP), Pflichtmodul
 - Einführung in die Theorie der Unternehmung (5 LP), Pflichtmodul
 - Unternehmensverantwortung (5 LP), Pflichtmodul
 - Wahlmodule aus dem gewählten Major (Marketing, Human Resource Management oder Organizational Development) im Umfang von 20 LP. Der Major wird in der Bewerbung für den Studiengang Management festgelegt. Ein Wechsel des Majors ist nur im Einzelfall mit besonderer Begründung möglich.
 - Wahlmodule aus einem der Minor (Marketing, Human Resource Management, Organizational Development, Ethics & Sustainability oder Digital Innovation & Analytics) im Umfang von 15 LP. Major und Minor dürfen nicht übereinstimmen.
 - Wahlmodule aus dem Bereich Methoden im Umfang von 15 LP
 - Wahlmodule im Ergänzungsbereich (Wahlmodule aus dem Modulkatalog der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften) im Umfang von 10 LP
 - Management Capstone Course (10 LP), (Pflichtmodul)
 - das Abschlussmodul mit Masterarbeit im gewählten Major und qualifizierter Teilnahme (30 LP) (Pflichtmodul)

§ 6 Module

Das Studium ist modularisiert. Modularisierung ist die Zusammenfassung von Stoffgebieten zu thematisch und zeitlich abgerundeten, in sich abgeschlossenen und mit Leistungspunkten versehenen Einheiten. Module setzen sich in der Regel aus mehreren Lehrveranstaltungen (z. B. Vorlesung, Übung und Projekt) zusammen, die thematisch aufeinander abgestimmt sind. Die Module haben einen Umfang von in der Regel mindestens 5 LP und sind so angelegt, dass sie in der Regel innerhalb von einem Semester abgeschlossen sind. Die Masterarbeit ist als Prüfungsleistung in ein Modul eingebunden (Abschlussmodul). Bestehende Sonderregeln für die Masterarbeit werden an den jeweiligen Stellen der Prüfungsordnung benannt.

§ 7 Anerkennung von Leistungen

- (1) Leistungen, die in anderen Studiengängen oder in Studiengängen an anderen staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschulen, an staatlichen oder staatlich anerkannten Berufsakademien oder in Studiengängen an ausländischen staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschulen erbracht worden sind, werden auf Antrag anerkannt, sofern hinsichtlich der erworbenen Kompetenzen kein wesentlicher Unterschied zu den Leistungen besteht, die ersetzt werden; eine Prüfung der Gleichwertigkeit findet nicht statt. Dabei ist kein schematischer Vergleich, sondern eine Gesamtbetrachtung im Hinblick auf den Anerkennungszweck der Fortsetzung des Studiums und des Ablegens von Prüfungen vorzunehmen. Für die Anerkennung von Leistungen in staatlich anerkannten Fernstudien oder in vom Land Nordrhein-Westfalen im Zusammenhang mit den anderen Ländern und dem Bund entwickelten Fernstudieneinheiten gelten Satz 1 und 2 entsprechend.
- (2) Für die Anerkennung von Leistungen an ausländischen Hochschulen sind die von der Kultusministerkonferenz und der Hochschulrektorenkonferenz gebilligten Äquivalenzvereinbarungen sowie Absprachen im Rahmen von Hochschulpartnerschaften zu beachten. Soweit Vereinbarungen und Abkommen der Bundesrepublik Deutschland mit anderen Staaten über Gleichwertigkeiten im Hochschulbereich (Äquivalenzabkommen) Studierende ausländischer Staaten abweichend von Absatz 1 begünstigen, gehen die Regelungen der Äquivalenzabkommen vor. Im Übrigen kann bei Zweifeln über das Vorliegen oder Nichtvorliegen wesentlicher Unterschiede die Zentralstelle für ausländisches Bildungswesen gehört werden.
- (3) Auf der Grundlage der Anerkennung nach Abs. 1 muss der Prüfungsausschuss auf Antrag des Studierenden in ein Fachsemester einstufen.
- (4) Studienbewerberinnen und Studienbewerber, die aufgrund einer Einstufungsprüfung gemäß § 49 Abs. 12 HG berechtigt sind, das Studium aufzunehmen, werden die in der Einstufungsprüfung nachgewiesenen Kenntnisse und Fähigkeiten auf Leistungen anerkannt. Die Feststellungen im Zeugnis über die Einstufungsprüfung sind für den Prüfungsausschuss bindend.
- (5) Auf Antrag können vom Prüfungsausschuss auf andere Weise als durch ein Studium erworbene Kenntnisse und Qualifikationen auf der Grundlage vorgelegter Unterlagen anerkannt werden, wenn diese Kenntnisse und Qualifikationen den Leistungen, die sie ersetzen sollen, nach Inhalt und Niveau gleichwertig sind.
- (6) Das Recht, eine Leistung im Wege der Anerkennung zu ersetzen, erlischt mit der erstmaligen Meldung zu der Prüfung im Masterstudiengang Management, sobald keine Abmeldung von der Prüfung mehr möglich ist. Das Recht, die Masterarbeit im Wege der Anerkennung zu ersetzen, erlischt mit dem Antrag

auf Zulassung zu der Masterarbeit im Masterstudiengang Management.

- (7) Zuständig für die Anerkennungen nach den Absätzen 1 und 5 ist der Prüfungsausschuss. Vor Feststellungen über das Vorliegen oder Nichtvorliegen wesentlicher Unterschiede oder über die Gleichwertigkeit sind zuständige Fachvertreterinnen oder Fachvertreter zu hören. Wird die Anerkennung versagt, so ist dies zu begründen.
- (8) Der Antrag auf Anerkennung sollte spätestens bis zum Ende des ersten Semesters der Einschreibung im Masterstudiengang Management gestellt werden, sofern die Leistungen vor der Einschreibung erbracht worden sind. Sofern die Leistungen nach der Einschreibung erbracht worden sind, sollte der Antrag spätestens bis zum Ende des auf den jeweiligen Erwerb folgenden Semesters gestellt werden. Diese Fristen Satz 1 und 2 gilt entsprechend für die Anerkennung von auf anderer Weise als durch ein Studium erworbene Kenntnisse und Qualifikationen.
- (9) Die antragstellende Person hat die für die Anerkennung erforderlichen Informationen (insbesondere die durch die Leistungen erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten und die Prüfungsergebnisse) in der vom Prüfungsausschuss festgelegten Form vorzulegen. Der Prüfungsausschuss hat über Anträge nach Absatz 1 spätestens innerhalb von zehn Wochen nach vollständiger Vorlage aller entscheidungserheblichen Informationen zu entscheiden.
- (10) Die Anerkennung wird im Zeugnis gekennzeichnet. Werden Leistungen anerkannt, sind die Noten, soweit die Bewertungssysteme vergleichbar sind, gegebenenfalls nach Umrechnung zu übernehmen und in die jeweilige Notenberechnung einzubeziehen. Ist keine Note vorhanden oder sind die Bewertungssysteme nicht vergleichbar, wird der Vermerk „bestanden“ aufgenommen.
- (11) Eine Leistung kann nur einmal anerkannt werden. Dies gilt auch für die Anerkennung sonstiger Kenntnisse und Qualifikationen.

II. Prüfungsorganisation

§ 8

Prüfungsausschuss

- (1) Der Fakultätsrat der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften bildet einen Prüfungsausschuss für den Masterstudiengang Management. Er ist insbesondere zuständig für
 - die Organisation der Prüfungen und die Überwachung ihrer Durchführung,
 - die Einhaltung dieser Prüfungsordnung und für die Beachtung der für die Durchführung der Prüfungen beschlossenen Verfahrensregelungen,
 - die Entscheidungen über Widersprüche gegen in Prüfungsverfahren getroffene Entscheidungen,
 - die Abfassung eines jährlichen Berichts an den Fakultätsrat über die Entwicklung der Prüfungen und Studienzeiten,
 - die weiteren durch diese Ordnung dem Prüfungsausschuss ausdrücklich zugewiesenen Aufgaben.
 Bei fachspezifischen Entscheidungen (z. B. Anerkennungen von Leistungen) holt der Prüfungsausschuss die Expertise der zuständigen Fachvertreterinnen bzw. Fachvertreter ein. Der bzw. dem Vorsitzenden des Prüfungsausschusses sind bestimmte Aufgaben durch diese Ordnung zugewiesen. Darüber hinaus kann der Prüfungsausschuss die Erledigung von Angelegenheiten, die keine grundsätzliche Bedeutung haben, auf die Vorsitzende bzw. den Vorsitzenden übertragen; dies gilt nicht für Entscheidungen über Widersprüche und Berichte an den Fakultätsrat. Die bzw. der Vorsitzende

berichtet dem Prüfungsausschuss über die von ihr bzw. ihm allein getroffenen Entscheidungen. Der Prüfungsausschuss und die bzw. der Vorsitzende des Prüfungsausschusses werden vom Zentralen Prüfungssekretariat unterstützt.

- (2) Der Prüfungsausschuss besteht aus der bzw. dem Vorsitzenden, der bzw. dem stellvertretenden Vorsitzenden und fünf weiteren Mitgliedern. Auf Vorschlag der jeweiligen Gruppe werden die bzw. der Vorsitzende, die bzw. der stellvertretende Vorsitzende und zwei weitere Mitglieder aus der Gruppe der Hochschullehrerinnen und -lehrer, ein Mitglied aus der Gruppe der akademischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und zwei Mitglieder aus der Gruppe der Studierenden von ihren jeweiligen Vertreterinnen und Vertretern im Fakultätsrat gewählt. Entsprechend werden für die Mitglieder des Prüfungsausschusses mit Ausnahme der bzw. des Vorsitzenden und der bzw. des stellvertretenden Vorsitzenden Vertreterinnen und Vertreter gewählt. Die Amtszeit der Mitglieder aus der Gruppe der Hochschullehrerinnen und Hochschullehrer und des Mitglieds aus der Gruppe der akademischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beträgt drei Jahre und läuft vom 1. Oktober des Wahljahres bis zum 30. September des entsprechenden Jahres. Die Amtszeit der Studierenden beträgt ein Jahr und läuft vom 1. Oktober des Wahljahres bis zum 30. September des nächsten Jahres. Eine Wiederwahl ist zulässig. Die Regelungen zur Geschlechtergerechtigkeit gemäß § 11b HG sind zu beachten.
- (3) Der Prüfungsausschuss ist Behörde im Sinne des Verwaltungsverfahrens- und des Verwaltungsprozessrechts.
- (4) Der Prüfungsausschuss ist beschlussfähig, wenn neben der bzw. dem Vorsitzenden oder der bzw. dem stellvertretenden Vorsitzenden und zwei weiteren Hochschullehrerinnen und Hochschullehrern mindestens ein weiteres stimmberechtigtes Mitglied anwesend ist. Der Prüfungsausschuss beschließt mit einfacher Mehrheit. Bei Stimmgleichheit entscheidet die Stimme der bzw. des Vorsitzenden. Die studentischen Mitglieder des Prüfungsausschusses haben bei pädagogisch-wissenschaftlichen Entscheidungen, insbesondere bei der Beurteilung oder Anerkennung von Leistungen, nur beratende Stimme.
- (5) Der Prüfungsausschuss wird von der bzw. dem Vorsitzenden einberufen. Die Einberufung muss erfolgen, wenn mindestens drei Mitglieder dies verlangen.
- (6) Die Sitzungen des Prüfungsausschusses sind nicht öffentlich. Die Mitglieder des Prüfungsausschusses, ihre Stellvertreterinnen und Stellvertreter, die Prüfenden und die Beisitzenden unterliegen der Amtsverschwiegenheit. Sofern sie nicht im öffentlichen Dienst stehen, sind sie durch die Vorsitzende bzw. den Vorsitzenden des Prüfungsausschusses zur Verschwiegenheit zu verpflichten.
- (7) Die Mitglieder des Prüfungsausschusses haben das Recht, der Abnahme der Prüfungen beizuwohnen.
- (8) Der Fakultätsrat der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften kann bestimmen, dass der Prüfungsausschuss Wirtschaftswissenschaften auch die Aufgaben des Prüfungsausschusses für den Masterstudiengang Management übernimmt.

§ 9

Prüfende und Beisitzende

- (1) Der Fakultätsrat bestellt die Prüfenden und die Beisitzenden. Er kann die Bestellung auf die bzw. den Vorsitzenden des Prüfungsausschusses übertragen. Prüfende sind alle selbstständig Lehrende der Veranstaltungen, in denen nach Maßgabe des Curriculums und der Modulbeschreibungen Prüfungsleistungen erbracht werden können. Der Kreis der Prüfenden kann im Rahmen des § 65 HG erweitert werden. Insbesondere kann eine promovierte wissenschaftliche Mitarbeiterin bzw. ein promovierter wissenschaftlicher Mitarbeiter mit entsprechender, unselbstständiger Lehrtätigkeit zur

bzw. zum Prüfenden bestellt werden und kann eine wissenschaftliche Mitarbeiterin bzw. ein wissenschaftlicher Mitarbeiter mit entsprechender, unselbstständiger Lehrtätigkeit zur bzw. zum zweiten Prüfenden der Masterarbeit bestellt werden. Als Beisitzerin bzw. Beisitzer kann nur bestellt werden, wer mindestens die entsprechende Masterprüfung oder eine vergleichbare Prüfung abgelegt hat.

- (2) Die Prüfenden sind in ihrer Prüfungstätigkeit unabhängig.
- (3) Die Kandidatin bzw. der Kandidat kann für die Masterarbeit und – wenn mehrere Prüfende zur Auswahl stehen – für die mündlichen Prüfungen Prüfende vorschlagen. Die Vorschläge sollen nach Möglichkeit Berücksichtigung finden. Ein Rechtsanspruch besteht nicht.
- (4) Der Prüfungsausschuss sorgt dafür, dass der Kandidatin bzw. dem Kandidaten die Namen der Prüfenden rechtzeitig, in der Regel vier, mindestens aber zwei Wochen vor dem Termin der jeweiligen Prüfung, bekannt gegeben werden. Die Bekanntgabe im Campus Management System der Universität Paderborn ist ausreichend.

III. Prüfungen

§ 10 Masterprüfung

Die Masterprüfung besteht aus den Prüfungsleistungen, die in den gemäß § 5 zu absolvierenden Modulen zu erbringen sind.

§ 11 Teilnahmevoraussetzungen und Zulassungsverfahren

- (1) An Prüfungen im Masterstudiengang Management der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften kann nur teilnehmen, wer an der Universität Paderborn für den Masterstudiengang Management eingeschrieben oder gemäß § 52 Abs. 1 oder Abs. 2 HG als Zweithörerin bzw. Zweithörer zugelassen ist. Auch während der Prüfungen müssen diese Erfordernisse gegeben sein. Regelungen zu teilnehmerbegrenzten Modulen gemäß § 59 HG und zur Meldung zur Prüfung bleiben unberührt.
- (2) Weitere Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen werden in den Modulbeschreibungen geregelt.
- (3) Zur Masterarbeit kann nur zugelassen werden, wer zum Zeitpunkt des Antrags auf Zulassung bereits mindestens 60 Leistungspunkte im Studiengang erworben hat.
- (4) Für die Masterarbeit ist ein Antrag auf Zulassung zu stellen. Die Zulassung ist abzulehnen, wenn die in Absatz 1 bis 3 genannten Voraussetzungen nicht vorliegen.
- (5) Das Recht, die Masterarbeit im Wege der Anerkennung zu ersetzen, erlischt mit dem Antrag auf Zulassung zur Masterarbeit im Masterstudiengang Management.
- (6) Nach Maßgabe verfügbarer Kapazitäten und auf Antrag beim Prüfungsausschuss können, abweichend von Absatz 1, Studierende der Bachelorstudiengänge International Business Studies, Wirtschaftswissenschaften und Sportökonomie der Universität Paderborn, die in ihrem Bachelorstudiengang mindestens 160 abschlussrelevante Leistungspunkte erworben haben und voraussichtlich die Zugangsvoraussetzungen des Masterstudiengangs Management erfüllen werden, für ein Semester zu Modulen des Masterstudiengangs im Umfang von maximal 20 Leistungspunkten zugelassen werden. Satz 1 gilt entsprechend für Studierende des Bachelorstudiengangs

Wirtschaftsinformatik der Universität Paderborn, die in ihrem Bachelorstudiengang mindestens 158 abschlussrelevante Leistungspunkte erworben haben. Satz 1 gilt entsprechend für Studierende, die zusätzliche Leistungen als weitere Voraussetzung für die Einschreibung in den Masterstudiengang gemäß § 4 im Umfang von maximal 20 LP erbringen müssen. Von der Regelung kann nur einmalig Gebrauch gemacht werden, das heißt ein Vorziehen ist nicht mehr möglich, wenn bereits eine Zulassung zu vorgezogenen Mastermodulen, auch außerhalb dieses Studiengangs erfolgte. Eine Wiederholung einer nichtbestanden vorgezogenen Masterprüfung ist erst nach der Einschreibung in den Masterstudiengang möglich. Studierende haben keinen Anspruch darauf, zu einem späteren Zeitpunkt Zugang zum Masterstudiengang zu erhalten.

§ 12

Meldung zu Modulen und Prüfungen

- (1) Zu jedem Modul ist eine gesonderte Meldung durch die Studierenden im Campus Management System der Universität Paderborn erforderlich.
- (2) 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.
- (3) Die Meldung zu einem Modul erfolgt grundsätzlich in einem vom Prüfungsausschuss festgesetzten Zeitraum, der auf der Homepage 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 Veranstaltungssemester 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 zwei Vorlesungswochen eines Semesters erfolgen.
- (4) Die Abmeldung von einer Prüfung ist in § 22 Abs. 1 geregelt.
- (5) Die Zulassung zu einem Modul ist nur möglich, wenn die Lehrkapazitäten der Fakultät dies zulassen. Sollte Studierenden keine Zulassung zu einem Modul ermöglicht werden können, kann das Dekanat diese Studierenden auf ihren Wunsch für andere Module als die an erster Stelle gewünschten anmelden. Näheres regelt die vom Fakultätsrat erlassene Modulauswahlordnung der Fakultät in der jeweils geltenden Fassung.
- (6) Das Recht, eine Leistung im Wege der Anerkennung zu ersetzen, erlischt mit der erstmaligen Meldung zu der Prüfung im Masterstudiengang Management, sobald keine Abmeldung von der Prüfung mehr möglich ist.

§ 13

Abschluss eines Moduls

Leistungspunkte können nur erworben werden, wenn das Modul erfolgreich abgeschlossen worden ist. Ein Modul wird durch eine Modulprüfung (Modulprüfung) und etwaig vorgesehene qualifizierte Teilnahmen abgeschlossen. Die Modulprüfung findet grundsätzlich im gleichen Semester wie das Modul statt. Die Modulprüfung besteht in der Regel aus einer Prüfung am Ende des Moduls (Modulabschlussprüfung). Die Modulprüfung kann aber auch aus mehreren Teilprüfungen (Modulteilprüfungen) bestehen. Besteht die Modulprüfung aus mehreren Modulteilprüfungen und wird eine Modulteilprüfung mit schlechter als „ausreichend“ (4,0) bewertet, findet eine Kompensation durch die gewichtete Einbeziehung aller Einzelnoten

in dem Modul bei der Bildung der Modulnote statt. Die Modulnote entspricht der in der Modulprüfung erreichten Note.

§ 14

Prüfungsleistungen in den Modulen

- (1) In den Modulen werden Prüfungsleistungen nach Maßgabe der Modulbeschreibungen erbracht. Die Prüfungsinhalte beziehen sich auf die für das Modul definierten Lernergebnisse.
- (2) Sofern in den Modulbeschreibungen Rahmenvorgaben zu Form und/oder Dauer/Umfang von Prüfungsleistungen enthalten sind, setzt der Prüfungsausschuss im Benehmen mit der bzw. dem Prüfenden fest, wie die Prüfungsleistung konkret zu erbringen ist. Dies wird spätestens in den ersten drei Wochen der Vorlesungszeit von der bzw. dem jeweiligen Lehrenden und im Campus Management System der Universität Paderborn oder in sonstiger geeigneter Weise bekannt gegeben.
- (3) Alle Prüfungen werden studienbegleitend abgelegt. Sie werden grundsätzlich in dem Semester angeboten, in dem das Modul stattfindet.
- (4) Die Bewertung eines Moduls ist den Studierenden in der Regel spätestens sechs Wochen nach der letzten Prüfung des Moduls im Campus Management System der Universität Paderborn bekannt zu geben.

§ 15

Formen der Prüfungserbringung in den Modulen

Als Prüfungsleistungen werden nachfolgende Formen unterschieden. Näheres regeln die Modulbeschreibungen.

a) Klausuren

In den Klausuren sollen die Studierenden nachweisen, dass sie in begrenzter Zeit und mit begrenzten Hilfsmitteln ein Thema mit den geläufigen Methoden des Faches bearbeiten können. Die Dauer einer Klausur beträgt 60 bis 180 Minuten. Jede Klausur wird von einer Prüferin oder einem Prüfer bewertet. Die Bewertung der letzten Wiederholungsprüfung wird von zwei Prüfenden vorgenommen.

Klausuren können als softwaregestützte Prüfungen durchgeführt werden (E-Prüfungen). Die Studierenden sind auf die Prüfungsform hinzuweisen. Ihnen ist Gelegenheit zu geben, sich mit dem Prüfungssystem vertraut zu machen. Näheres können die Besonderen Bestimmungen regeln.

b) Klausuren nach dem Antwort-Wahl-Verfahren

Klausuren können ganz oder zum Teil im Antwort-Wahl-Verfahren durchgeführt werden. Klausuren nach dem Antwort-Wahl-Verfahren sind von mindestens zwei Prüfenden zu stellen. Von den Prüfenden ist vor dem Prüfungstermin festzulegen, welche Antworten zutreffend sind und welche Modalitäten bei der Punktvergabe gelten. Enthält die Klausur zu einem nicht nur geringen Teil Aufgaben nach dem Antwort-Wahl-Verfahren, sind außerdem die Gewichte der einzelnen Teile festzulegen. Die Korrektur kann mit Hilfe geeigneter technischer Verfahren automatisiert erfolgen. Der Prüfungsausschuss kann Richtlinien oder Empfehlungen für Klausuren nach dem Antwort-Wahl-Verfahren beschließen. Im Übrigen gilt a) entsprechend.

c) Mündliche Prüfungen

In den mündlichen Prüfungen sollen die Kandidatin bzw. der Kandidat nachweisen, dass sie bzw. er die Zusammenhänge des Prüfungsgebietes kennt und spezielle Fragestellungen in diese Zusammenhänge

einzuordnen vermag. Mündliche Prüfungen werden vor zwei Prüfenden oder einer bzw. einem Prüfenden in Gegenwart einer bzw. eines sachkundigen Beisitzenden (§ 9) als Gruppenprüfungen von in der Regel nicht mehr als vier Kandidatinnen bzw. Kandidaten oder als Einzelprüfungen abgelegt. Die Dauer einer mündlichen Prüfung beträgt 30 bis 45 Minuten. Bei Gruppenprüfungen verlängert sich die Gesamtprüfungsdauer entsprechend der Kandidatenzahl. Vor der Festsetzung der Note gemäß § 16 ist die bzw. der Beisitzende zu hören. Die Bewertung der letzten Wiederholungsprüfung wird von zwei Prüfenden vorgenommen. Die wesentlichen Gegenstände und Ergebnisse einer mündlichen Prüfung sind in einem Protokoll festzuhalten. Das Ergebnis der Prüfung ist der Kandidatin bzw. dem Kandidaten im Anschluss an die Prüfung bekannt zu geben. Studierende, die sich in einem späteren Prüfungstermin der gleichen Prüfung unterziehen wollen, werden nach Maßgabe der räumlichen Verhältnisse als Zuhörerinnen und Zuhörer zugelassen, sofern nicht eine Kandidatin oder ein Kandidat widerspricht. Die Zulassung erstreckt sich nicht auf die Beratung und Bekanntgabe des Prüfungsergebnisses.

d) Prüfungsleistungen im Rahmen von Projekten

Hierzu zählen Projektbericht, Entwicklung von IT-Komponenten (z. B. Computersoftware), Entwicklung von IT-basierten Trainingskonzepten, Entwicklung multimedialer Präsentationen oder Analyse und Interpretation statistischen Datenmaterials und ähnliche, zeitraumbezogene Leistungen.

e) Schriftliche Hausarbeiten

Eine Hausarbeit ist die eigenständige Bearbeitung eines vorgegebenen Themas oder Problems. Hierzu zählen insbesondere die Informations- und Materialrecherche, die Strukturierung der Inhalte, das Anfertigen einer Gliederung und die Ausarbeitung eines schriftlichen Manuskripts gemäß der bei wissenschaftlichen Arbeiten üblichen Form. Nach Maßgabe der Modulbeschreibungen kann die Hausarbeit in einer Präsentation vorzustellen sein, die dann in die Note für die Hausarbeit eingeht. Der Umfang einer schriftlichen Hausarbeit beträgt 10 bis 40 Seiten.

f) Präsentationen

Eine Präsentation ist die Darstellung eines vorgegebenen Themas unter Zuhilfenahme geeigneter Mittel im Rahmen eines mündlichen Vortrags. Die Dauer einer Präsentation beträgt 10 bis 45 Minuten.

g) Portfolio

Bei einem Portfolio handelt es sich um eine zielgerichtete und systematische Sammlung von kleineren Arbeiten überwiegend schriftlicher Art, die die individuellen Fortschritte und Leistungen der/des Studierenden in einem Modul darstellt und reflektiert. Das Portfolio stützt so ein systematisches und grundlegendes Studium und kann sich auf Arbeits- und Lernaufgaben, Literatur, Diskussions- und Schwerpunktthemen beziehen, aber auch eigene Entwicklungsprozesse mit einbeziehen. Die dazu anzufertigende Arbeitsmappe hat einen Umfang von 20-30 Seiten.

h) Praktikumsbericht

Ein Praktikumsbericht ist eine wissenschaftlich geprägte, schriftliche Reflexion zu Tätigkeiten im späteren Berufsfeld anhand des absolvierten Praktikums. Der Umfang eines Praktikumsberichts beträgt 10 bis 40 Seiten.

i) Projektbericht

Ein Projektbericht ist eine wissenschaftlich geprägte, schriftliche Reflexion einer vorgegebenen Themen- oder Problemstellung im Rahmen eines Projektes. Der Umfang eines Projektberichtes beträgt 10 bis 20 Seiten.

j) Weitere Prüfungsformen können sich aus den Modulbeschreibungen ergeben.

§ 16

Bewertung von Leistungen in den Modulen

- (1) Die Noten für die einzelnen Prüfungsleistungen werden von den jeweiligen Prüfenden festgelegt. Für die Bewertung der Prüfungsleistungen sind folgende Noten zu verwenden:
- | | | |
|------------------|---|--|
| 1 = sehr gut | = | eine ausgezeichnete Leistung; |
| 2 = gut | = | eine Leistung, die erheblich über den durchschnittlichen Anforderungen liegt; |
| 3 = befriedigend | = | eine Leistung, die durchschnittlichen Anforderungen entspricht; |
| 4 = ausreichend | = | eine Leistung, die trotz ihrer Mängel noch den Anforderungen genügt; |
| 5 = mangelhaft | = | eine Leistung, die wegen erheblicher Mängel den Anforderungen nicht mehr genügt. |
- (2) Zur differenzierten Bewertung können Zwischenwerte durch Absenken oder Anheben der einzelnen Note um 0,3 gebildet werden. Dabei sind die Zwischennoten 0,7; 4,3; 4,7 und 5,3 ausgeschlossen
- (3) Eine Prüfung nach dem Antwort-Wahl-Verfahren ist bestanden, wenn die oder der Studierende die absolute Bestehensgrenze (mindestens 50 Prozent der maximal möglichen Punktzahl) oder die relative Bestehensgrenze erreicht hat. Die relative Bestehensgrenze ergibt sich aus der durchschnittlichen Punktzahl derjenigen Studierenden, die erstmals an der Prüfung teilgenommen haben, abzüglich 10 Prozent. Die relative Bestehensgrenze ist nur dann zu berücksichtigen, wenn sie unterhalb der absoluten Bestehensgrenze liegt. Eine nicht ganzzahlige Bestehensgrenze wird zugunsten der Studierenden gerundet. Im Übrigen ist eine Prüfung bestanden, wenn die Note mindestens "ausreichend" (4,0) ist.
- (4) Bei einer Prüfung nach dem Antwort-Wahl-Verfahren, bei der die Mindestpunktzahl (relative Bestehensgrenze, soweit diese einen geringeren Wert hat, oder absolute Bestehensgrenze) erworben worden ist, lautet die Note
- 1,0, wenn zusätzlich mindestens 90 Prozent
 - 1,3, wenn zusätzlich mindestens 80, aber weniger als 90 Prozent
 - 1,7, wenn zusätzlich mindestens 70, aber weniger als 80 Prozent
 - 2,0, wenn zusätzlich mindestens 60, aber weniger als 70 Prozent
 - 2,3, wenn zusätzlich mindestens 50, aber weniger als 60 Prozent
 - 2,7, wenn zusätzlich mindestens 40, aber weniger als 50 Prozent
 - 3,0, wenn zusätzlich mindestens 30, aber weniger als 40 Prozent
 - 3,3, wenn zusätzlich mindestens 20, aber weniger als 30 Prozent
 - 3,7, wenn zusätzlich mindestens 10, aber weniger als 20 Prozent
 - 4,0, wenn zusätzlich keine oder weniger als 10 Prozent
- der über die Mindestpunktzahl hinausgehenden möglichen Punkte erreicht worden ist. Eine nicht ganzzahlige Notengrenze wird zugunsten der Studierenden gerundet.
- Wurde die Mindestpunktzahl nicht erreicht, lautet die Note 5,0.
- Wird die Prüfung nur zu einem Teil nach dem Antwort-Wahl-Verfahren durchgeführt, sind für die einzelnen Teile Noten zu vergeben. Für den Teil nach dem Antwort-Wahl-Verfahren gelten die vorhergehenden Ausführungen entsprechend.
- (5) Setzt sich eine Modulnote aus mehreren Noten zusammen, so ist das gewichtete arithmetische Mittel

zu bilden. Die Gewichtung ist in der jeweiligen Modulbeschreibung festgelegt. Das Ergebnis ist nach der ersten Dezimalstelle abzuschneiden. Die Note lautet

bei einem Durchschnitt bis einschließlich 1,5	=	sehr gut,
bei einem Durchschnitt über 1,5 bis einschließlich 2,5	=	gut,
bei einem Durchschnitt über 2,5 bis einschließlich 3,5	=	befriedigend,
bei einem Durchschnitt über 3,5 bis einschließlich 4,0	=	ausreichend,
bei einem Durchschnitt über 4,0 bis einschließlich 5,0	=	mangelhaft.

Ein Modul ist bestanden, wenn seine Modulnote mindestens „ausreichend“ (4,0) ist. Bei einer Prüfung nach dem Antwort-Wahl-Verfahren sind im Rahmen der Feststellung des Ergebnisses die folgenden Angaben zu machen: Bestehensgrenzen, erreichte Punktzahl, Prozentsatz der über die Bestehensgrenze hinausgehenden Punktzahl bzw. Vomhundertsatz der von der Bestehensgrenze erreichten Punktzahl.

- (6) Wird eine Prüfungsleistung von mehreren Prüfenden bewertet, so wird die Note aus dem arithmetischen Mittel der Einzelnoten gebildet. Im Übrigen gilt Absatz 5 gilt entsprechend.
- (7) Qualifizierte Teilnahmen sind nachzuweisen.

§ 17

Masterarbeit, weitere Abschlussleistungen

- (1) Die Masterarbeit ist eine Prüfungsleistung, mit der der Studiengang abgeschlossen wird. Sie soll zeigen, dass die Kandidatin bzw. der Kandidat in der Lage ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Problem aus einem Fach ihres bzw. seines Studiengangs selbstständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten und die Ergebnisse sachgerecht darzustellen. Die Masterarbeit soll einen Umfang von 50 bis 90 Seiten haben. Über Ausnahmen vom festgelegten Umfang entscheidet der Prüfungsausschuss im Benehmen mit der bzw. dem für die Betreuung verantwortlichen Prüfenden.
- (2) Die Masterarbeit kann auch in Form einer Gruppenarbeit erbracht werden. Der als Prüfungsleistung zu bewertende Beitrag der bzw. des einzelnen Studierenden muss aufgrund der Angabe von Abschnitten, Seitenzahlen oder sonstiger objektiver Kriterien, die eine eindeutige Abgrenzung ermöglichen, deutlich unterscheidbar und bewertbar sein und die Anforderungen nach Abs. 1 erfüllen.
- (3) Die Masterarbeit wird von einer von der bzw. dem Vorsitzenden des Prüfungsausschusses bestellten Person mit Prüferqualifikation gemäß § 9 gestellt und betreut. Wissenschaftliche Mitarbeiterinnen bzw. Mitarbeiter können bei der Betreuung mitwirken. Für die Wahl der Themenstellerin bzw. des Themenstellers sowie für die Themenstellung hat die Kandidatin bzw. der Kandidat ein Vorschlagsrecht. Dies begründet keinen Rechtsanspruch. Die Masterarbeit muss aus dem Themenfeld Management und dem gewählten Major stammen. Soll die Masterarbeit in einer Einrichtung außerhalb der Hochschule durchgeführt werden, bedarf es hierzu der Zustimmung der Betreuerin oder des Betreuers der Arbeit.
- (4) Auf Antrag sorgt die bzw. der Vorsitzende des Prüfungsausschusses dafür, dass die Kandidatin bzw. der Kandidat rechtzeitig ein Thema für die Masterarbeit erhält. Der Zeitpunkt der Vergabe ist beim Zentralen Prüfungssekretariat aktenkundig zu machen.
- (5) Die Bearbeitungszeit für die Masterarbeit beträgt sechs Monate. Thema, Aufgabenstellung und Umfang der Arbeit sind so zu begrenzen, dass der dafür vorgesehene Workload von 900 Stunden (30 LP) eingehalten werden kann.
- (6) Das Thema kann nur einmal und nur innerhalb von zwei Wochen nach Beginn der Bearbeitungszeit

zurückgegeben werden. Die Bearbeitungszeit beginnt dann mit der Vergabe des neuen Themas erneut. Ausnahmsweise kann der Prüfungsausschuss im Einzelfall auf begründeten Antrag, der spätestens eine Woche vor Ablauf der Abgabefrist beim Prüfungsausschuss gestellt werden muss, die Bearbeitungszeit um bis zu drei Wochen, bei einem empirischen oder experimentellen Thema bis zu vier Wochen, verlängern, wenn die Gründe hierfür mit dem Thema der Arbeit zusammenhängen und die bzw. der zuständige Betreuende dies befürwortet.

- (7) Die Masterarbeit wird in der Regel in deutscher Sprache verfasst. Sie kann mit Einverständnis des für die Betreuung verantwortlichen Prüfenden in englischer Sprache verfasst werden. Die Arbeit hat inhaltlich und formal den fachlichen Richtlinien zu genügen. Die Arbeit muss ein Titelblatt, eine Inhaltsübersicht und ein Quellen- und Literaturverzeichnis enthalten. Die Stellen der Arbeit, die anderen Werken dem Wortlaut oder dem Sinn nach entnommen sind, müssen in jedem Fall unter Angabe der Quellen der Entlehnung kenntlich gemacht werden. Die Kandidatin bzw. der Kandidat fügt der Arbeit eine schriftliche Versicherung hinzu, dass sie bzw. er die Arbeit – bei einer Gruppenarbeit ihren bzw. seinen entsprechend gekennzeichneten Anteil der Arbeit – selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt sowie Zitate kenntlich gemacht hat und die Arbeit nicht, auch nicht auszugsweise, für eine andere abgeschlossene Prüfung angefertigt worden ist. Die Versicherung ist auch für Tabellen, Skizzen, Zeichnungen, bildliche Darstellungen usw. abzugeben. Auf § 63 Abs. 5 HG wird hingewiesen.
- (8) Bei Erkrankungen innerhalb der Bearbeitungszeit kann auf Antrag der Kandidatin bzw. des Kandidaten die Frist für die Abgabe der Masterarbeit höchstens auf das Doppelte der vorgesehenen Bearbeitungszeit verlängert werden. Dazu ist die unverzügliche Vorlage eines ärztlichen Attestes erforderlich. Es reicht eine ärztliche Bescheinigung über das Bestehen der Prüfungsunfähigkeit aus. Bestehen zureichende tatsächliche Anhaltspunkte, die eine Prüfungsfähigkeit als wahrscheinlich annehmen oder einen anderen Nachweis als sachgerecht erscheinen lassen, kann eine ärztliche Bescheinigung einer Vertrauensärztin oder eines Vertrauensarztes der Universität Paderborn auf Kosten der Universität verlangt werden. Gibt der Prüfungsausschuss dem Antrag statt, wird dies der Kandidatin bzw. dem Kandidaten schriftlich mitgeteilt. Die Verlängerung entspricht der Krankheitszeit; sie zieht keine Verlängerung der Regelstudienzeit nach sich. Überschreitet die Dauer der Erkrankungen die maximale Verlängerungsmöglichkeit nach Satz 1, so kann die Kandidatin bzw. der Kandidat nach Wahl die Arbeit innerhalb der nach Satz 1 verlängerten Frist beenden oder ein neues Thema beantragen. Lehnt der Prüfungsausschuss den Antrag ab, wird dies der Kandidatin bzw. dem Kandidaten ebenfalls schriftlich mitgeteilt.
- (9) Die Masterarbeit darf nicht, auch nicht auszugsweise, für eine andere abgeschlossene Prüfung angefertigt worden sein. § 7 dieser Ordnung bleibt unberührt.
- (10) Im Rahmen des Abschlussmoduls können vor oder nach der Masterarbeit weitere Leistungen zu erbringen sein. Näheres regeln die Modulbeschreibungen.

§ 18

Annahme und Bewertung der Masterarbeit

- (1) Die Masterarbeit ist fristgerecht beim Zentralen Prüfungssekretariat in zweifacher Ausfertigung (maschinenschriftlich, gebunden und paginiert) einzureichen. Darüber hinaus kann von einer oder einem der Prüfenden gemäß Absatz 2 verlangt werden, dass die Masterarbeit in elektronischer Form eingereicht wird. Der Abgabezeitpunkt ist beim Zentralen Prüfungssekretariat aktenkundig zu machen. Bei der Zustellung der Arbeit durch die Post ist der Zeitpunkt der Einlieferung bei der Post (Poststempel)

maßgebend. Wird die Masterarbeit nicht fristgemäß vorgelegt, gilt sie als mit „mangelhaft“ (5,0) bewertet.

- (2) Die Masterarbeit ist von zwei Prüfenden zu begutachten und zu bewerten. Zu den Prüfenden soll insbesondere zählen, wer das Thema gestellt hat. Die bzw. der zweite Prüfende wird von der bzw. dem Vorsitzenden des Prüfungsausschusses bestimmt. Die Kandidatin bzw. der Kandidat hat ein Vorschlagsrecht. Dies begründet jedoch keinen Rechtsanspruch. Die einzelne Bewertung ist entsprechend § 16 Abs. 1 und 2 vorzunehmen und schriftlich zu begründen. Die Note für die Arbeit wird aus dem arithmetischen Mittel der Einzelbewertungen gebildet, sofern die Differenz nicht mehr als 2,0 beträgt und die Noten der Einzelbewertungen jeweils mindestens „ausreichend“ sind. § 16 Absatz 5 Satz 3 und 4 gelten entsprechend. Beträgt die Differenz mehr als 2,0 oder lautet eine Bewertung „mangelhaft“, die andere aber mindestens „ausreichend“, wird von der bzw. dem Vorsitzenden des Prüfungsausschusses eine dritte Prüferin bzw. ein dritter Prüfer zur Bewertung der Masterarbeit bestimmt. In diesem Fall wird die Note der Arbeit aus dem arithmetischen Mittel der drei Noten gebildet. § 16 Absatz 5 Satz 3 und 4 gelten entsprechend. Die Arbeit kann jedoch nur dann als „ausreichend“ oder besser bewertet werden, wenn mindestens zwei Noten „ausreichend“ oder besser sind. Ferner wird die Arbeit dann noch als „ausreichend“ bewertet, wenn mindestens zwei Noten „ausreichend“ oder besser sind.
- (3) Die Bewertung der Masterarbeit ist der Kandidatin bzw. dem Kandidaten spätestens acht Wochen nach Abgabe der Arbeit im Campus Management System der Universität Paderborn bekannt zu geben.

§ 19 Zusatzmodule

Über die im Studiengang geforderten Leistungen hinaus können Studierende nicht teilnehmerbegrenzte Module des Studiengangs im Umfang von bis zu 20 LP nach Maßgabe der bestehenden Regelungen absolvieren. Unter die Obergrenze fallen nur erfolgreich abgeschlossene Module. Für die Wiederholung gilt abweichend von den bestehenden Regelungen: Wird ein Modul mit einer Modulnote schlechter als ausreichend (4,0) bewertet, so kann die Modulprüfung zweimal wiederholt werden. Die Zusatzmodule sind als solche bei der Meldung zu kennzeichnen und können nachträglich nicht mehr für die gemäß § 5 zu absolvierenden Module verbucht werden. Sie werden bei der Notenbildung im Rahmen der Masterprüfung nicht berücksichtigt. Die Zusatzmodule werden im Transcript of Records aufgeführt; es sei denn, dass die bzw. der Studierende deren Nichtaufführung beantragt.

§ 20 Bewertung der Masterprüfung und Bildung der Gesamtnote

- (1) Die Masterprüfung ist bestanden, wenn alle Modulprüfungen in den gemäß § 5 zu absolvierenden Modulen mit mindestens „ausreichend“ (4,0) bewertet sind. Besteht die Modulprüfung aus mehreren Modulteilprüfungen und wird eine Modulteilprüfung mit schlechter als „ausreichend“ (4,0) bewertet, findet eine Kompensation durch die gewichtete Einbeziehung aller Einzelnoten in dem Modul bei der Bildung der Modulnote statt. Die Voraussetzungen für den erfolgreichen Abschluss des Studiums ergeben sich aus § 23.
- (2) Die Gesamtnote wird gebildet, indem alle Modulnoten nach Leistungspunkten gewichtet werden und daraus das arithmetische Mittel gebildet wird. Bei der Berechnung des Ergebnisses wird nur die erste Dezimalstelle hinter dem Komma berücksichtigt, alle weiteren Stellen werden ohne Rundung gestrichen.

Die Note lautet:

- | | |
|------------------------|--|
| bei einem Durchschnitt | bis einschließlich 1,5 = sehr gut |
| bei einem Durchschnitt | über 1,5 bis einschließlich 2,5 = gut |
| bei einem Durchschnitt | über 2,5 bis einschließlich 3,5 = befriedigend |
| bei einem Durchschnitt | über 3,5 bis einschließlich 4,0 = ausreichend |
| bei einem Durchschnitt | über 4,0 bis 5,0 = mangelhaft. |

- (3) Das Prädikat „mit Auszeichnung bestanden“ wird vergeben, wenn der Durchschnitt nach Absatz 2 nicht schlechter als 1,1 ist.

§ 21

Wiederholung von Prüfungsleistungen, Wechsel, Kompensation

- (1) Wird ein Modul mit einer Modulnote schlechter als ausreichend (4,0) bewertet, so kann
- a) das gleiche Modul mit der dazugehörigen Modulprüfung einmal wiederholt werden. Um zu einer nicht bestandenen Modulprüfung zum zweiten Mal anzutreten, ist eine erneute Meldung zu dem Modul erforderlich. Es besteht einmal die Möglichkeit, die Modulprüfung eines Pflichtmoduls ein zweites Mal zu wiederholen. Ein Modul ist endgültig nicht bestanden, wenn die Modulprüfung nicht mehr wiederholt werden kann.
 - oder
 - b) die Kandidatin oder der Kandidat im Rahmen der gegebenen Wahlmöglichkeiten ein alternatives Modul belegen. Von dieser Gelegenheit kann nur Gebrauch gemacht werden, soweit noch kein endgültiges Nichtbestehen gem. Buchstabe a) vorliegt.
- (2) 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.
- (3) 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.
- (5) Die Masterarbeit kann bei mit der Note „mangelhaft“ bewerteter Leistung einmal wiederholt werden. Bei der Wiederholung der Masterarbeit ist eine Rückgabe des Themas in der in § 17 Absatz 6 genannten Frist jedoch nur zulässig, wenn von der Rückgabemöglichkeit beim ersten Versuch kein Gebrauch gemacht wurde. Für die Wiederholung kann die Kandidatin bzw. der Kandidat einen anderen Prüfer vorschlagen. Kann die Masterarbeit nicht mehr wiederholt werden, so ist das Abschlussmodul endgültig nicht bestanden.

- (6) Die Wiederholung oder Nachbesserung einer bestandenen Modulprüfung ist nicht zulässig.

§ 22

Versäumnis, Rücktritt, Täuschung, Ordnungsverstoß, Schutzvorschriften und Studierende mit Familienaufgaben

- (1) Eine Abmeldung von Prüfungen kann spätestens eine Woche vor der ersten Prüfung in einem Modul im Campus Management System der Universität Paderborn ohne Angabe von Gründen vorgenommen werden.
- (2) Eine Prüfungsleistung gilt als mit „mangelhaft“ (5,0) bewertet, wenn die Kandidatin bzw. der Kandidat zu einem Prüfungstermin ohne triftige Gründe nicht erscheint oder nach Beginn der Prüfung ohne triftige Gründe von der Prüfung zurücktritt oder nach Ablauf der Abmeldefrist nach Absatz 1 ohne Angabe von triftigen Gründen von der Prüfung zurücktritt. Dasselbe gilt, wenn eine schriftliche Prüfungsleistung nicht innerhalb der vorgegebenen Bearbeitungszeit erbracht wird.
- (3) Die für das Versäumnis oder den Rücktritt geltend gemachten Gründe müssen dem Prüfungsausschuss unverzüglich, spätestens aber fünf Werktage nach dem jeweiligen Prüfungstermin schriftlich angezeigt und glaubhaft gemacht werden. Bei Krankheit der Kandidatin bzw. des Kandidaten reicht eine spätestens vom Tag der Prüfung datierte ärztliche Bescheinigung über das Bestehen der Prüfungsunfähigkeit aus. Bestehen zureichende tatsächliche Anhaltspunkte, die eine Prüfungsfähigkeit als wahrscheinlich annehmen oder einen anderen Nachweis als sachgerecht erscheinen lassen, kann eine ärztliche Bescheinigung einer Vertrauensärztin oder eines Vertrauensarztes der Universität Paderborn auf Kosten der Universität verlangt werden. Die durch ärztliche Bescheinigung belegte Erkrankung des Kindes im Sinne des § 25 Abs. 5 Bundesausbildungsförderungsgesetz gilt als Prüfungsunfähigkeit der Kandidatin bzw. des Kandidaten, wenn die Betreuung nicht anders gewährleistet werden konnte, insbesondere bei überwiegend alleiniger Betreuung. Erkennt der Prüfungsausschuss die Gründe an, wird der Kandidatin oder dem Kandidaten dies schriftlich mitgeteilt und ein neuer Prüfungstermin festgesetzt. Erkennt der Prüfungsausschuss die Gründe nicht an, wird dies der Kandidatin bzw. dem Kandidaten schriftlich mitgeteilt. Ist die Teilnahme an einer Modulteilprüfung wegen Krankheit oder aus einem anderen wichtigen Grund nicht möglich, dann kann
 - a) die Kandidatin bzw. 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 der bzw. dem verantwortlichen Lehrenden im Einzelfall die Möglichkeit organisieren, das Modul zeitnah abzuschließen. Diese Möglichkeit soll insbesondere dann organisiert werden, wenn die Kandidatin bzw. der Kandidat bereits die Hälfte oder mehr der in dem Modul geforderten Leistungen erbracht hat. Die Gewichte der Modulteilprüfungen sind hierfür maßgeblich.
- (4) Täuscht eine Kandidatin bzw. ein Kandidat oder versucht sie bzw. er zu täuschen, gilt die betreffende Prüfungsleistung als mit „mangelhaft“ (5,0) bewertet. Führt eine Kandidatin bzw. ein Kandidat ein nicht zugelassenes Hilfsmittel mit sich, kann die betreffende Prüfungsleistung als mit „mangelhaft“ (5,0) bewertet werden. Die Vorfälle werden von den jeweils Aufsichtsführenden aktenkundig gemacht. Die Feststellung gem. Satz 1 bzw. die Entscheidung gem. Satz 2 wird von der bzw. dem jeweiligen Prüfenden getroffen.
- (5) Eine Kandidatin bzw. ein Kandidat, die bzw. der den ordnungsgemäßen Ablauf der Prüfung stört, kann von den jeweiligen Prüfenden oder Aufsichtsführenden in der Regel nach Abmahnung von der Fortsetzung der jeweiligen Prüfungsleistung ausgeschlossen werden; in diesem Fall gilt die betreffende

Prüfungsleistung als mit „mangelhaft“ (5,0) bewertet. Die Gründe für den Ausschluss sind aktenkundig zu machen.

- (6) In schwerwiegenden Fällen kann der Prüfungsausschuss die Kandidatin bzw. den Kandidaten von weiteren Prüfungsleistungen ausschließen. Täuschungshandlungen können gemäß § 63 Absatz 5 HG außerdem mit einer Geldbuße von bis zu 50.000 Euro geahndet werden und zur Exmatrikulation führen.
- (7) Die Kandidatin bzw. der Kandidat kann innerhalb von 14 Tagen verlangen, dass Entscheidungen nach Absatz 4 Satz 1 und 2 und Absatz 5 vom Prüfungsausschuss überprüft werden. Belastende Entscheidungen des Prüfungsausschusses sind der Kandidatin bzw. dem Kandidaten unverzüglich schriftlich mitzuteilen, zu begründen und mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen.
- (8) Außerdem regelt der Prüfungsausschuss den Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung oder chronischer Erkrankung. Ist die bzw. der Studierende aufgrund ihrer bzw. seiner Behinderung oder chronischen Erkrankung nicht in der Lage, Leistungen ganz oder teilweise entsprechend der vorgesehenen Modalitäten zu erbringen, soll ein Nachteilsausgleich gewährt werden. Als Nachteilsausgleich kommen insbesondere die Gewährung von organisatorischen Maßnahmen und Hilfsmitteln, die Verlängerung der Bearbeitungszeit oder die Gestattung einer anderen, gleichwertigen Leistungserbringungsform in Betracht. Der Nachteilsausgleich wird auf Antrag einzelfallbezogen gewährt. Er soll sich, soweit nicht mit einer Änderung des Krankheits- oder Behinderungsbildes zu rechnen ist, auf alle im Verlauf des Studiums abzuleistenden Leistungen erstrecken. Die Behinderung oder chronische Erkrankung ist glaubhaft zu machen. Hierzu kann ein ärztliches Attest oder psychologisches Gutachten verlangt werden. Der Antrag soll die gewünschten Modifikationen benennen und begründen. Auf Antrag der bzw. des Studierenden oder des Prüfungsausschusses im Einvernehmen mit der bzw. dem Studierenden kann die bzw. der Beauftragte für Studierende mit Behinderung oder chronischer Erkrankung Empfehlungen für die Gestaltung des Nachteilsausgleichs abgeben.
- (9) Der besonderen Situation von Studierenden mit Familienaufgaben beim Studium und bei der Erbringung von Leistungen wird Rechnung getragen. Dies geschieht unter anderem in folgenden Formen:
 - a) Für Studentinnen gelten die entsprechenden Bestimmungen des jeweils gültigen Mutterschutzgesetzes. Die schwangere bzw. stillende Frau soll dem Zentralen Prüfungssekretariat eine Mitteilung gemäß § 15 Abs. 1 Mutterschutzgesetz über ihre Schwangerschaft bzw. das Stillen machen. Der Nachweis gemäß § 15 Abs. 2 Mutterschutzgesetz soll vorgelegt werden. Der Prüfungsausschuss kann unter Berücksichtigung des Einzelfalls andere Leistungserbringungsformen festlegen. Die Mutterschutzfristen unterbrechen jede Frist nach dieser Prüfungsordnung; die Dauer des Mutterschutzes wird nicht in die Frist eingerechnet.
 - b) Gleichfalls sind die Fristen der Elternzeit nach Maßgabe des jeweils gültigen Bundeselterngeld- und Elternzeitgesetzes auf Antrag zu berücksichtigen. Die Kandidatin bzw. der Kandidat muss bis spätestens vier Wochen vor dem Zeitpunkt, ab dem sie bzw. er die Elternzeit antreten will, dem Prüfungsausschuss unter Beifügung der erforderlichen Nachweise schriftlich mitteilen, für welchen Zeitraum oder für welche Zeiträume sie bzw. er eine Elternzeit in Anspruch nehmen will. Der Prüfungsausschuss prüft, ob die gesetzlichen Voraussetzungen vorliegen, die bei einer Arbeitnehmerin bzw. einem Arbeitnehmer einen Anspruch auf Elternzeit nach dem Bundeselterngeld- und Elternzeitgesetz auslösen würden und legt unter Berücksichtigung des Einzelfalls die Termine und Fristen fest. Die Abgabefrist der Masterarbeit kann höchstens auf das Doppelte der vorgesehenen Bearbeitungszeit verlängert werden. Andernfalls gilt die gestellte Arbeit als nicht vergeben und die Kandidatin bzw. der Kandidat erhält nach Ablauf der Elternzeit ein neues Thema.

- c) Der Prüfungsausschuss berücksichtigt auf Antrag Ausfallzeiten durch die Pflege und Erziehung von Kindern im Sinne des § 25 Absatz 5 Bundesausbildungsförderungsgesetz und Ausfallzeiten durch die Pflege der Ehegattin bzw. des Ehegatten, der eingetragenen Lebenspartnerin bzw. des eingetragenen Lebenspartners, der Partnerin bzw. des Partners einer eheähnlichen Gemeinschaft oder eines in gerader Linie Verwandten oder ersten Grades Verschwägerten und legt unter Berücksichtigung des Einzelfalls die Fristen und Termine fest. Im Übrigen gelten die Sätze 4 und 5 von Buchstabe b) entsprechend.

§ 23

Erfolgreicher Abschluss des Studiums, endgültiges Nichtbestehen

- (1) Das Studium ist erfolgreich abgeschlossen, wenn die Masterprüfung bestanden ist und in allen gemäß § 5 zu absolvierenden Modulen die Leistungspunkte vergeben wurden (vgl. § 13 und § 20 Abs. 1).
- (2) Die Masterprüfung ist endgültig nicht bestanden, wenn ein Modul endgültig nicht bestanden ist.
- (3) Der Bescheid über die endgültig nicht bestandene Masterprüfung wird der Kandidatin bzw. dem Kandidaten durch die Vorsitzende bzw. den Vorsitzenden des Prüfungsausschusses in schriftlicher Form erteilt. Der Bescheid ist mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen.
- (4) Hat eine Kandidatin bzw. ein Kandidat die Masterprüfung endgültig nicht bestanden, wird ihr bzw. ihm auf Antrag ein Leistungszeugnis ausgestellt, das die erfolgreich erbrachten Leistungen und ggf. die erworbenen Leistungspunkte enthält und das erkennen lässt, dass die Masterprüfung endgültig nicht bestanden ist.
- (5) Studierenden, die die Hochschule aus anderen Gründen ohne Studienabschluss verlassen, ist nach der Exmatrikulation auf Antrag ein Leistungszeugnis auszustellen, das die erfolgreich erbrachten Leistungen und ggf. die erworbenen Leistungspunkte enthält.

§ 24

Zeugnis, Transcript of Records und Diploma Supplement

- (1) Hat die Kandidatin bzw. der Kandidat das Studium erfolgreich abgeschlossen, erhält sie bzw. er über das Ergebnis ein Zeugnis. Das Zeugnis enthält den Namen des Studienganges, die Bezeichnung des gewählten Majors und des gewählten Minors, die Regelstudienzeit und die Gesamtnote. Das Zeugnis weist das Datum auf, an dem die letzte Prüfungsleistung erbracht worden ist. Daneben trägt es das Datum der Ausfertigung. Das Zeugnis ist von der bzw. dem Vorsitzenden des Prüfungsausschusses zu unterzeichnen.
- (2) Ferner erhält die Kandidatin bzw. der Kandidat ein Transcript of Records, in dem die erfolgreich erbrachten Prüfungsleistungen und die Fachstudiendauer aufgeführt sind. Das Transcript of Records enthält Angaben über die Leistungspunkte und die erzielten Modulnoten sowie zu der Masterarbeit. Es enthält des Weiteren das Thema der Masterarbeit und die erzielte Gesamtnote der Masterprüfung.
- (3) Mit dem Zeugnis erhält die Absolventin bzw. der Absolvent ein Diploma Supplement.
- (4) Das Diploma Supplement ist eine Zeugnisergänzung in englischer und deutscher Sprache mit einheitlichen Angaben zu den deutschen Hochschulabschlüssen, welche das deutsche Bildungssystem erläutern und die Einordnung des vorliegenden Abschlusses vornimmt. Das Diploma Supplement informiert über den absolvierten Studiengang und die mit dem Abschluss erworbenen akademischen und beruflichen Qualifikationen. Das Diploma Supplement enthält die wesentlichen, dem Abschluss zugrundeliegenden Studieninhalte, den Studienverlauf, die mit dem Abschluss erworbenen Kompetenzen sowie die verleihende Hochschule.

§ 25

Masterurkunde

- (1) Gleichzeitig mit dem Zeugnis über den bestandenen Masterabschluss wird der Kandidatin bzw. dem Kandidaten eine Urkunde mit dem Ausfertigungsdatum des Zeugnisses ausgehändigt. Darin wird die Verleihung des Mastergrades gemäß § 2 beurkundet.
- (2) Die Masterurkunde wird von der Dekanin bzw. dem Dekan der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und von der bzw. dem Vorsitzenden des Prüfungsausschusses unterzeichnet und mit dem Siegel der Universität Paderborn versehen.
- (3) Der Masterurkunde wird eine englischsprachige Übersetzung beigelegt.

§ 26

Einsicht in die Prüfungsunterlagen

- (1) Der Kandidatin bzw. dem Kandidaten kann die Möglichkeit gegeben werden, nach Bekanntgabe der Noten Einsicht in ihre bzw. seine schriftlichen Prüfungsleistungen und die darauf bezogenen Bewertungen der Prüfenden zu nehmen und dabei Kopien oder sonstige originalgetreue Reproduktionen zu fertigen. Die bzw. der Prüfende bestimmt Ort und Zeit der Einsichtnahme.
- (2) Sofern Absatz 1 nicht angewendet wird, wird der Kandidatin bzw. dem Kandidaten auf Antrag bis spätestens einen Monat nach Bekanntgabe der Ergebnisse der jeweiligen Prüfungen Einsicht in ihre bzw. seine schriftlichen Prüfungsleistungen, die darauf bezogenen Bewertungen der Prüfenden und in die Prüfungsprotokolle sowie das Fertigen von Kopien oder sonstigen originalgetreuen Reproduktionen gewährt. Innerhalb eines Jahres nach Aushändigung des Zeugnisses wird der Kandidatin bzw. dem Kandidaten auf Antrag in angemessener Frist Einsicht in die Masterarbeit, die darauf bezogenen Gutachten der Prüfenden und in die Prüfungsprotokolle sowie das Fertigen von Kopien oder sonstigen originalgetreuen Reproduktionen gewährt. Die bzw. der Vorsitzende des Prüfungsausschusses bestimmt Ort und Zeit der Einsichtnahme; sie bzw. er kann diese Aufgaben an die Prüfenden delegieren.

IV. Schlussbestimmungen

§ 27

Ungültigkeit der Masterprüfung

- (1) Hat die Kandidatin bzw. der Kandidat bei einer Prüfung getäuscht und wird diese Tatsache erst nach Aushändigung des Zeugnisses bekannt, kann der Prüfungsausschuss nachträglich die Noten für diejenigen Prüfungsleistungen, bei deren Ergebnis die Kandidatin bzw. der Kandidat getäuscht hat, entsprechend berichtigen und die Prüfung ganz oder teilweise für nicht bestanden erklären.
- (2) Waren die Voraussetzungen für die Zulassung zu einer Prüfung nicht erfüllt, ohne dass die Kandidatin bzw. der Kandidat hierüber täuschen wollte, und wird diese Tatsache erst nach der Aushändigung des Zeugnisses bekannt, wird dieser Mangel durch das Bestehen der Prüfung geheilt. Hat die Kandidatin bzw. der Kandidat die Zulassung vorsätzlich unrechtmäßig erwirkt, entscheidet der Prüfungsausschuss unter Beachtung des Verwaltungsverfahrensgesetzes für das Land Nordrhein-Westfalen über die Rechtsfolgen.
- (3) Vor einer Entscheidung ist der bzw. dem Betroffenen Gelegenheit zur Äußerung zu geben.

- (4) Das unrichtige Zeugnis ist einzuziehen und gegebenenfalls ein neues Zeugnis zu erteilen. Eine Entscheidung nach Absatz 1 und Absatz 2 Satz 2 ist nach einer Frist von fünf Jahren nach Ausstellung des Prüfungszeugnisses ausgeschlossen.
- (5) Ist die Prüfung insgesamt für nicht bestanden erklärt worden, sind der Mastergrad abzuerkennen und die Masterurkunde einzuziehen. Eine Aberkennung des Mastergrades ist nur innerhalb von fünf Jahren seit dem Zeitpunkt der Gradverleihung zulässig.

§ 28

Aberkennung des Mastergrades

Der Mastergrad kann aberkannt werden, wenn sich nachträglich herausstellt, dass er durch Täuschung erworben worden ist, oder wenn wesentliche Voraussetzungen für die Verleihung irrtümlich als gegeben angesehen worden sind. Über die Aberkennung entscheidet der Fakultätsrat mit zwei Dritteln seiner Mitglieder. Eine Aberkennung des Mastergrades ist nur innerhalb von fünf Jahren seit dem Zeitpunkt der Gradverleihung zulässig.

§ 29

Übergangsbestimmungen, Inkrafttreten und Veröffentlichung

- (1) Diese Prüfungsordnung gilt erstmals für Einschreibungen zum Wintersemester 2021/2022.
- (2) Diese Prüfungsordnung tritt am Tag nach ihrer Veröffentlichung in Kraft.
- (3) Diese Prüfungsordnung wird in den Amtlichen Mitteilungen der Universität Paderborn (AM.Uni.Pb.) veröffentlicht.
- (4) Gemäß § 12 Absatz 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 Wirtschaftswissenschaften vom 09. Dezember 2020 sowie nach Prüfung der Rechtmäßigkeit durch das Präsidium der Universität Paderborn vom 16. Dezember 2020.

Paderborn, den 30. Juni 2021

Die Präsidentin
der Universität Paderborn

Prof. Dr. Birgitt Riegraf

Anhang 1 der Prüfungsordnung - Studienverlaufsplan

Phase	Sem.	Module			
Masterphase (120 ECTS)	1.	Major (10)	Minor (5)	Marketing & Management Challenge (5)	Einführung i.d. Methoden d. emp. Wirtschafts- und Sozialforschung (5) Methodenmodul (5)
	2.	Einführung in die Theorie der Unternehmung (5) Unternehmensverantwortung (5)	Minor (10)		Methodenmodul (10)
	3.	Major (10)	Management Capstone Course (10)	Ergänzungsbereich (10)	
	4.	Masterarbeit (30)			

	Pflichtmodule aus dem Bereich Management
	Module aus dem Angebot des jeweiligen Majors (Marketing, Human Resource Management oder Organizational Development)
	Module aus dem Angebot des jeweiligen Minors (Marketing, Human Resource Management, Organizational Development, Ethics & Sustainability oder Digital Innovation & Analytics)
	Module aus dem gesamten Modulangebot der Masterstudiengänge der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften
	Abschlussmodul im jeweiligen Major
	Module aus dem Bereich Quantitative Methoden (Statistik, Mathematik, Wirtschaftsinformatik)

Anhang 2 der Prüfungsordnung – Modulbeschreibungen

Pflichtmodule

Marketing & Management Challenge							
Marketing & Management Challenge							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.XXXX	150	5	1-4	WS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Marketing & Management Challenge	S	30	120	P	30	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Keine.						
4	Inhalte: Das Modul richtet sich an Studierende im Masterstudiengang Management gerade zu Beginn des Masterstudiums. Die behandelten Inhalte betreffen: <ul style="list-style-type: none"> • Anforderungen, Einflussfaktoren und Erfolgskriterien für die Gestaltung der sozialen und methodischen Aspekte von Leitungsaufgaben • Störungen und Schwierigkeiten bei der Durchführung von Leitungsaufgaben • Typische Situationen von Leitungsaufgaben, Wandel und Kontinuität • Leitung, Kommunikation und Verhandlung als praktische Übung 						
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Die Studierenden... Fachkompetenz Wissen ... analysieren situativ die sozialen und methodischen Aspekte von Leitungsaufgaben in einem Unternehmen. ... orientieren sich in den verschiedenen Dimensionen von Führung, Kommunikation und Verhandlung. ...definieren innerhalb eines Bereichs von Leitungsfunktionen die erforderlichen Analyse- und Gestaltungsaufgaben. ... unterscheiden Wandel und Kontinuität. Fachkompetenz Fertigkeit ... analysieren die Anforderungen typischer Leitungssituationen aus der Perspektive eines Bereichs von Leitung. ... vergleichen geeignete Konzepte und Theorien anhand der situativen Anforderungen. ... wählen geeignete Methoden aus und erproben die Gestaltung der Situation anhand dieser Methode. Personale Kompetenz/Sozialkompetenz ... erlernen, Verhandlungen zu führen und angemessen zu kommunizieren.						

	Personale Kompetenz/Selbstständigkeit ... führen einen wissenschaftlichen Diskurs.			
6	Prüfungsleistung: <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)	Seminararbeit/Reflexionspapier	10 S.	50%
	b)	Präsentation (als Gruppe)	20 min.	50%
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Management			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Kirsten Thommes			
12 a	Ansprechpartner/in Prof. Dr. Kirsten Thommes (kirsten.thommes[at]uni-paderborn.de)			
13	Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache ist Deutsch.			

Einführung in die Theorie der Unternehmung							
Introduction to the theory of enterprise							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.5121	150	5	1-4	WS, SS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	Seminar Einführung in die Theorie der Unternehmung	S	30	120	P		
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb eines Moduls						
	Keine						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites):						
	Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.						
4	Inhalte:						
	<p>Das Modul „Einführung in die Theorie der Unternehmung“ vermittelt den Studierenden die konstitutiven Elemente der Grundstruktur der Unternehmung nach Erich Gutenberg. Die Spezialisierungen und Funktionsbereiche werden dabei nicht differenziert und isoliert und somit nicht mit ihren spezifischen Methoden und Instrumenten innerhalb der Tätigkeit des Unternehmens dargestellt und diskutiert, sondern in ihrem die Unternehmung überhaupt erst konstituierenden Gesamtzusammenhang thematisiert und reflektiert.</p> <p>Nach dem Aufzeigen der geschichtlichen Entwicklung der Betriebswirtschaftslehre werden die Studierenden zur Unternehmung als Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre geleitet. Hier setzen sie sich mit der Führung als betriebswirtschaftliche Haupttätigkeit sowie mit der Leistungserstellung und Leistungsverwertung der Unternehmung in ihren übergreifenden, eine Unternehmung bildenden Zusammenhängen auseinander. Die Unternehmung wird weiterhin als Teil verschiedener Wirtschaftssysteme beleuchtet.</p>						
5	Lernergebnisse /learning outcomes, Kompetenzen:						
	Studierende...						
	Fachkompetenz Wissen						
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ lernen grundlegende Begrifflichkeiten und Perspektiven der Theorie der Unternehmung nach Erich Gutenberg kennen: Geschichte und Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensführung, Leistungserstellung und -verwertung, Betrieb und Wirtschaftssystem. 						
	Fachkompetenz Fertigkeit						
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ verstehen die konstitutiven Elemente der Theorie der Unternehmung, d.h. wie aus der Geschichte der BWL heraus bestimmte zentrale Funktionen, die von Unternehmen übernommen werden, den Unternehmensbegriff überhaupt erst begründen. 						
	Personale Kompetenz/Sozialkompetenz						
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ arbeiten bei der Anfertigung einer Präsentation mit schriftlicher Ausarbeitung in kleinen Teams zur Förderung ihrer Kooperations-, Koordinations-, Kommunikations- und Teamfähigkeit. 						
	Personale Kompetenz/Selbstständigkeit						
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ vertiefen ihre Fähigkeiten zum wissenschaftlichen Arbeiten durch Recherche der Literatur und eigenständige Herausarbeitung fachspezifischer Inhalte bei der Anfertigung einer Präsentation mit schriftlicher Ausarbeitung. 						

6	Prüfungsleistung:			
	<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)	Hausarbeit mit Präsentation	4 - 6 S. / 8 - 12 Minuten	100%	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein			
8	Voraussetzung für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.			
9	Voraussetzung für die Vergabe von Credits: Die Vergabe von Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1)			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Kirsten Thommes			
12 a	Ansprechpartner/in: Prof. Dr. Kirsten Thommes (kirsten.thommes[at]uni-paderborn.de)			
13	Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache ist Deutsch.			

Einführung in die Methoden der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung							
Introduction to Methods of Economic and Social Research							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.5161	150	5	1-4	SS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Einführung in die Methoden der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung	V/Ü	45	105	P	100	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Keine.						
4	Inhalte: <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. 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, Fragebogen, Experiment, Interview.</p> <p>Grundlage für die Erarbeitung ist ein umfassendes Verständnis von Wissenschaftstheorie (Kausalität, Induktion), welches zu Beginn vermittelt wird. Durch eine Einführung in wissenschaftliches Schreiben und geeigneter Ergebnisaufbereitung wird das Konzept des Moduls abgerundet, sodass die Studierenden am Ende des Semesters den gesamten Prozess eines empirischen Forschungsprojektes durchlaufen haben und das Grundverständnis für die Durchführung eines eigenen empirischen Forschungsprojektes im Bereich der Managementforschung haben.</p>						
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Die Studierenden... Fachkompetenz Wissen <ul style="list-style-type: none"> ▪ können mit Methoden der Wirtschafts- und Sozialforschung umgehen. ▪ erlernen die Eigenschaften qualitativer und quantitativer Erhebungsmethoden in der Wirtschafts- und Sozialforschung. Fachkompetenz Fertigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ wenden verschiedene Erhebungsinstrumente im wissenschaftlichen Arbeiten an. ▪ können geeignete Erhebungsinstrumente im wissenschaftlichen Arbeiten auswählen und methodische Vorgehensweisen zu Forschungsfragen im Bereich der Wirtschafts- und Sozialforschung bewerten. Personale Kompetenz/Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> ▪ verbessern Kooperations- und Teamfähigkeit durch die Erarbeitung eines Forschungsprojektes in Kleingruppen. Personale Kompetenz/Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ vertiefen die Fähigkeiten zum wissenschaftlichen Arbeiten durch eigenständige Literaturrecherchen. ▪ vertiefen die Methodenkompetenzen durch eigenständige Recherche und Ausarbeitung eines Erhebungsinstruments. 						

6	Prüfungsleistung:			
	<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	90 Min.	100%	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.A. Zweifach-Master Kultur und Gesellschaft.			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Kirsten Thommes			
12	Ansprechpartner/in			
a	Prof. Dr. Kirsten Thommes (kirsten.thommes[at]uni-paderborn.de)			
13	Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache ist Deutsch.			

Unternehmensverantwortung							
Unternehmensverantwortung							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.4188	150	5	1-4	SS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Unternehmensverantwortung	V	45	105	P	60	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Keine.						
4	<p>Inhalte:</p> <p>Provokativ fragt Kate Raworth: „Who wants to be an economist?“ Was die Autorin der Doughnut Economy damit impliziert, ist, dass das neoklassische Wirtschaftsmodell auf viele akute Probleme u.a. des Klimawandels, der Armut und des Artensterbens lediglich die gleiche Antwort aufweist, die auch zu dessen Problem geführt haben: Wirtschaftswachstum. Ferner appelliert Sie: „Redraw the picture“ und bietet ihr Doughnut Modell als Ablöse des klassischen Kreislaufmodells – dieser berücksichtigt sowohl die planetarischen Grenzen als auch das für das Leben notwendige soziale Minimum eines Jeden. Sie zeigt sieben Wege, die den Übergang hin zu einer Doughnut Economy ebnen.</p> <p>Ziel des Moduls ist, die Studierenden für die Chancen und Herausforderungen einer globalen Transformation zu sensibilisieren und ihnen im Rahmen einer intensiven Auseinandersetzung mit Kate Raworth's Buch die Möglichkeit zu geben, einen eigenen fundierten sowie differenzierten Standpunkt zu erarbeiten.</p>						
5	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:</p> <p>Die Studierenden...</p> <p>Fachkompetenz Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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>Personale Kompetenz/Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> □ stellen ihre Ausarbeitung mit Hilfe geeigneter Präsentationsmedien vor und vertreten diese im Rahmen einer Plenumsdiskussion argumentativ. • erarbeiten in Kleingruppen eigenverantwortlich ausgewählte Vertiefungsthemen. □ bringen sich durch aktive Mitarbeit ein. <p>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. 						

6	Prüfungsleistung:			
	<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	90 Min.	100%	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik, M.A. Zweifach-Master Kultur und Gesellschaft.			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. René Fahr			
12 a	Ansprechpartner/in Prof. Dr. René Fahr			
13	Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache ist Deutsch.			

Capstone Course						
Modulnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	
M.184.5163	300h	10	3	SoSe/WiSe	1	
1	Modulstruktur:					
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
a)	Capstone Method	VL	15	105	P	50
b)	Capstone Case	Projekt	45	135	P	50
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine					
3	Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen): Keine					
4	Inhalte: Inhalt des Capstone Kurses ist die Bearbeitung von Fallstudien in Form von Projektarbeiten zu generellen Fragestellungen aus dem Bereich Management. Nach der Spezialisierung durch die Wahl von Majors und Minors sollen die Studierenden durch das Modul die umfassende Bearbeitung von praxisnahen Problemen aus der erlernten Sicht anwenden und gleichzeitig durch die Interaktion mit Studierenden anderer Majors und Minors auch die verschiedenen Blickwinkel der Management Spezialisierungen erlernen.					
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Fachkompetenz Wissen: Studierende... sollen Kenntnisse zu aktuellen Problemen und Lösungsmöglichkeiten im Forschungs-und Anwendungsgebiet ihres Majors erwerben und sich Transferfähigkeiten auf die unternehmerische Praxis aneignen. Darüber hinaus soll erlernt werden, wie sich das eigene spezielle Wissen in die Wissensbereiche des unternehmerischen Managements einfügt. Fachkompetenz Fertigkeiten: Studierende... sollen lernen mit Fallstudien aus der Praxis umgehen zu können und theoretisches Wissen darauf anwenden zu können. Dazu gehört das Planen und Anfertigen einer eigenständigen Ausarbeitung mit medialen Präsentationstools sowie die schriftliche und mündliche Ausarbeitung. Personale Kompetenz/Sozialkompetenz: Studierende... sollen in Gruppen zu einer vorgegebenen Fallstudie eine Lösungsmöglichkeit entwerfen, präsentieren und diskutieren. Personale Kompetenz/Selbstständigkeit: Studierende... sollen die Fallstudie mithilfe von gegebenen Materialien und selbst zu recherchierenden Methoden bearbeiten.					
6	Prüfungsleistung: <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)	Schriftliche Ausarbeitung	10 Seiten	50%		
	(b)	Präsentation	45 Minuten	50%		

7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Keine.
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).
11	Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen: <i>M.Sc. Management</i>
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Kirsten Thommes
12 a	Ansprechpartner: Thorsten Auer (thorsten.auer@upb.de)
13	Sonstige Hinweise: Pflichtmodul in folgenden Masterstudiengängen: M.Sc. Management Unterrichtssprache ist Deutsch.

Masterarbeit Major							
Master Thesis Major Management							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.xxx	900	30	3	WS, SS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	Masterarbeit	P	0	870	P	1	
b)	Kolloquium	V	10	20	P	50	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls Keine.						
3	Teilnahmevoraussetzungen: Vgl. §11 (3) PO						
4	Inhalte: Im Rahmen der Masterarbeit soll innerhalb einer vorgegebenen Frist ein wissenschaftliches Problem aus dem Themenfeld des gewählten Majors selbstständig nach wissenschaftlichen Methoden bearbeitet, Lösungen entwickelt und diese in angemessener und verständlicher Form dargestellt werden. Dies beinhaltet eine eigenständige und kritische Auseinandersetzung mit der aktuellen und relevanten Forschungsliteratur und den Forschungsmethoden. Dargelegt werden soll die Relevanz der Problemstellen, die inhaltliche Einbindung der relevanten Literatur, der Einsatz von angemessene wissenschaftlichen Methoden und die (literaturbasierte) in sich konsistente Lösung der Ausgangsproblemstellung.						
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Die Studierenden ... Fachkompetenz Wissen <ul style="list-style-type: none"> ▪ erarbeiten selbstständig themenspezifisches Wissen zur konkreten Themenstellung der Arbeit unter Zuhilfenahme des integrierten und breiten Wissens aus dem bisherigen Studium. ▪ kennen und nutzen wissenschaftliche Methoden bei der Bearbeitung eines Themas in den Fachdisziplinen. ▪ kennen und nutzen umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand des Wissenschaftsdiskurses in einem wissenschaftlichen Fach. Fachkompetenz Fertigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ können Wissen vollumfänglich nutzen und daraus eigenständig eine erkenntnisleitende Fragestellung für die Abschlussarbeit generieren, die eine wissenschaftliche Relevanz im Rahmen des Themenfeldes aufweist. ▪ können eine Fragestellung selbstständig unter Berücksichtigung aktueller Literatur sowie der Regeln wissenschaftlichen Arbeitens innerhalb einer vorgeschriebenen Frist bearbeiten. ▪ können eigenständig Literatur finden, einordnen und auswerten. ▪ differenzieren eigenständig Literatur im Rahmen wissenschaftlicher Diskurse und sind in der Lage, Quellen kritisch zu reflektieren. ▪ führen eine selbstständige wissenschaftlich-empirische Untersuchung durch. 						

	Soziale Kompetenz <ul style="list-style-type: none"> ▪ erarbeiten in Einzel-/Gruppenarbeit eigenverantwortlich komplexe fachbezogene Probleme und Lösungen und können diese gegenüber Fachleuten/Experten argumentativ vertreten. ▪ stellen zentrale Ergebnisse der Arbeit adäquat dar und können diese differenziert sowie kritisch reflektieren und bewerten. ▪ präsentieren und begründen die eigene Vorgehensweise und Ergebnisse im Gespräch mit dem Betreuer oder im Rahmen von freiwilligen Kolloquien. Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ gestalten Lern- und Arbeitsprozesse vollständig eigenverantwortlich. ▪ definieren selbstständig Ziele für Lern- und Arbeitsprozesse und reflektieren sowie bewerten Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig. ▪ definieren selbstständig Ziele für Lern- und Arbeitsprozesse und reflektieren sowie bewerten Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig. 			
6	Prüfungsleistung: <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
		Masterarbeit	50-90 S.	100%
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme			
	zu	Form	Dauer bzw. Umfang	SL / QT
	b	Vortrag	20-40 Min.	QT
8	Voraussetzung für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.			
9	Voraussetzung für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist und die qualifizierte Teilnahme nachgewiesen ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Management			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Kirsten Thommes (Major Human Resource Management) Prof. Dr. Nancy Wunderlich (Major Marketing) Prof. Dr. Wendelin Schnedler (Major Organizational Development)			
12 a	Ansprechpartner/in: Prof. Dr. Kirsten Thommes			
13	Sonstige Hinweise: Pflichtmodul in folgenden Masterstudiengängen: M.Sc. Management Die Mastarbeit kann in deutscher oder englischer Sprache verfasst werden.			

Wahlmodule in den Major und Minor

(1) Marketing

Marktforschung							
Market Research							
Modulnummer:	Workload	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.5111	300	10	1-4	SS	1		
1	Modulstruktur:						
		Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
	a)	Marktforschung	V	30	120	P	30
b)	Projektarbeit und Übung zur Marktforschung	P	60	90	P	30	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine						
3	Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen): Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.						
4	<p>Inhalte:</p> <p>Das Modul vermittelt ein vertieftes Verständnis der Konzepte und Methoden der Marktforschung als zentrale Grundlage für Management-Entscheidungen. Zunächst werden Gestaltungsoptionen der Datenerhebung vorgestellt. Anschließend werden die Themen Experimente, Fragebogenerstellung und Stichprobentheorie behandelt. Außerdem werden multivariate Verfahren zur Analyse von Zusammenhängen erörtert, z. B. Regression, logistische Regression. In einer Übung vertiefen die Studierenden den Vorlesungsinhalt anhand von praktischen Datenanalysen.</p> <p>Das neu erworbene methodische Wissen setzen die Studierenden in einer Projektarbeit um. Dabei werden die Studierenden mit einem realen Marketingproblem konfrontiert, das sie in Kleingruppen bearbeiten und im Plenum diskutieren. Die Studierenden üben dadurch ein, ihr erworbenes theoretisches und statistisches Wissen anhand eines konkreten Beispiels anzuwenden und ihre Ergebnisse auch überzeugend vorzustellen.</p>						
5	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:</p> <p>Die Studierenden...</p> <p>Fachkompetenz Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ kennen die relevanten Marktforschungsmethoden. <p>Fachkompetenz Fertigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ können die erlernten Methoden zur Lösung von Marketingproblemen geeignet auswählen und anwenden. <p>Personale Kompetenz/Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ verbessern Teamfähigkeit und Kooperationsbereitschaft. ▪ steigern ihre Verantwortungsbereitschaft. ▪ erlernen Präsentationstechniken. 						

	Personale Kompetenz/Selbständigkeit			
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nutzen das methodische Wissen aus den Vorlesungen und dem semesterbegleitenden Selbststudium des zur Verfügung gestellten Lesematerials. ▪ betreiben eigenverantwortliche Literaturrecherche in verschiedenen Medien. ▪ zeigen Lernbereitschaft. 			
6	Prüfungsleistung:			
	<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	90 Min.	60%
b)	Projektbericht und Präsentation	10 S./ 20 Min	40%	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Keine.			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1)			
11	Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen: 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			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Andreas Eggert			
12	Ansprechpartner:			
a	Benedikt Alberternst (benedikt.alberternst[at]uni-paderborn.de)			
13	Sonstige Hinweise: Die Unterrichtssprache ist deutsch. Die Kommunikation und Organisation des Moduls findet über PANDA statt. Aktuelle Informationen im Vorfeld werden auf der Website des Lehrstuhls bereitgestellt. Die Kombination mit folgenden Modulen ist nicht zulässig: W4111 Kundenmanagement und -forschung Lernmaterialien/ Literaturangaben: Klaus Backhaus, Bernd Erichson, Wulff Plinke, Rolf Weiber (2018), Multivariate Analysemethoden, 15. Auflage, Springer Gabler, Berlin. V. Kumar, Robert P. Leone, David A. Aaker, George S. Day (2019), Marketing Research, 13. Auflage, Wiley, Hoboken, NJ.			

Relationship Driven Selling: Theory & Practice							
Relationship Driven Selling: Theory & Practice							
Modulnummer: M.184.4114	Workload 150	Credits: 5	Studiensemester: 1-4	Turnus: WS	Dauer (in Sem.): 1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Relationship focused selling	V	30	120	P	20	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites) Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.						
4	<p>Inhalte:</p> <p>The class is taught by our guest professor Prof. James A. Eckert, Ph.D.</p> <p>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 the key element. However, the emphasis has changed. We now see a world where the salesperson is charged with being an adaptive, relationship builder instead of 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> <p>Die Vorlesung wird von unserem Gastprofessor Prof. James A. Eckert, Ph.D. gehalten.</p> <p>Entgegen viele Vorhersagen ist die Verkaufsfunktion mit dem Aufkommen moderner B2B-Web- und Informationsaustauschangeboten nicht verschwunden. Ganz im Gegenteil: es wird immer deutlicher, dass die Fähigkeit zu Verkaufen in einer Welt, in der der Handel viel transparenter geworden ist, immer wichtiger wird. Interaktionen zwischen Verkäufer und Käufer, und die daraus resultierenden Beziehungen sind wichtiger denn je für den Erfolg von Unternehmen. Aus diesem Grund spielt die Vertriebsfunktion in der Welt des B2B Marketings immer noch eine Schlüsselrolle – wobei sich der Fokus dieser Schlüsselrolle geändert hat. Wir sehen jetzt eine Welt, in welcher der Verkäufer damit beauftragt ist, eine nachhaltige Beziehung zu Kunden zu entwickeln, statt wie bisher einmalig transaktionsbasiert zu handeln.</p> <p>Dieser Kurs wird in diese Welt eintauchen. Insbesondere besteht dieser Kurs aus zwei Komponenten: (1) eine theoretische Überprüfung der wichtigsten Vertriebsmanagementmaterialien in Bezug auf anpassungsfähiges, beziehungsorientiertes Verkaufen und (2) ein Ansatz für Vertriebsschulungen im Unternehmensstil, der es den Kursteilnehmern ermöglicht, die praktischen Verkaufs- und Kommunikationsfähigkeiten eines anpassungsfähigen, beziehungsorientierten Verkäufers zu erlernen. Dieser Kurs umfasst Lesen von Unterrichtsmaterialien, Vorlesungen, Diskussionen, Prüfungen und interaktive Übungen wie z. B. Rollenspiele und Cases.</p>						
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Studierende...						

	<p>Fachkompetenz Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ gain knowledge of key sales management theories as they relate to adaptive relationship focused selling. ▪ gain knowledge of key sales management methods of adaptive relationship focused selling. ▪ erwerben Kenntnisse über wichtige Theorien des Vertriebsmanagements, die sich auf das anpassungsfähige, beziehungsorientierte Verkaufen beziehen. ▪ erwerben Kenntnisse über wichtige Vertriebsmanagementmethoden des anpassungsfähigen, beziehungsorientierten Verkaufens. <p>Fachkompetenz Fertigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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. ▪ entwickeln praktische Vertriebs- und Kommunikationsfähigkeiten, die notwendig sind, um als anpassungsfähiger, beziehungsorientierter Verkäufer zu fungieren. ▪ entwickeln Verständnis für die Auswahl und Bewertung wichtiger Theorien des Vertriebsmanagements und Methoden des anpassungsfähigen, beziehungsorientierten Verkaufs. <p>Personale Kompetenz / Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ acquire written and oral communication skills (in English). ▪ acquire selling skills and team working skills. ▪ erwerben schriftliche und mündliche Kommunikationsfähigkeiten (in englischer Sprache). ▪ erwerben Verkaufsfertigkeiten und Teamfähigkeiten. <p>Personale Kompetenz / Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ learn strategies of gathering knowledge and applying that knowledge to different situations. ▪ act as a sales person for a company. ▪ erlernen Strategien des Sammelns von Wissen und die Anwendung dieses Wissens auf verschiedene Situationen. ▪ agieren als Verkäufer für ein Unternehmen. 												
6	<p>Prüfungsleistung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP) <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP) <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1" data-bbox="220 1272 1437 1485"> <thead> <tr> <th data-bbox="220 1272 336 1368">Zu</th> <th data-bbox="336 1272 1002 1368">Prüfungsform</th> <th data-bbox="1002 1272 1193 1368">Dauer bzw. Umfang</th> <th data-bbox="1193 1272 1437 1368">Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="220 1368 336 1429">a)</td> <td data-bbox="336 1368 1002 1429">Hausarbeit mit Präsentation</td> <td data-bbox="1002 1368 1193 1429">20 S., 10 Min.</td> <td data-bbox="1193 1368 1437 1429">55%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="220 1429 336 1485">a)</td> <td data-bbox="336 1429 1002 1485">Präsentation</td> <td data-bbox="1002 1429 1193 1485">20 Min.</td> <td data-bbox="1193 1429 1437 1485">45%</td> </tr> </tbody> </table>	Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Hausarbeit mit Präsentation	20 S., 10 Min.	55%	a)	Präsentation	20 Min.	45%
Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote										
a)	Hausarbeit mit Präsentation	20 S., 10 Min.	55%										
a)	Präsentation	20 Min.	45%										
7	<p>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein</p>												
8	<p>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine</p>												
9	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.</p>												
10	<p>Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).</p>												
11	<p>Verwendung des Moduls in den Studiengängen: 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</p>												

12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Andreas Eggert
12 a	Ansprechpartner: Rodi Akalan (rodi.akalan[at]uni-paderborn.de)
13	Sonstige Hinweise: The course will take place as an online course. Teaching language: English The number of participants for this course in winter term 2020/2021 is restricted to 20 students. Please check the lists published on the faculty homepage. Der Kurs findet ausschließlich online statt. Unterrichtssprache: Englisch Die Teilnehmerzahl für diesen Kurs im Wintersemester 2020/2021 ist auf 20 Studierende beschränkt. Bitte überprüfen Sie die Listen mit kapazitativ begrenzten Modulen, die auf der Fakultäts-Homepage veröffentlicht wurden.

Managing Customers in the Digital Age							
Managing Customers in the Digital Age							
Modulnummer: M.184.4114	Workload 150	Credits: 5	Studiensemester: 1-4	Turnus: WS	Dauer (in Sem.): 1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Managing Customers in the Digital Age	V	60	90	P	30	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites) Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.						
4	<p>Inhalte:</p> <p>The course "Managing Customers in the Digital Age" explores the creation and cultivation of profitable customer relationships. A special focus lies on the digitization of relationship marketing. The course examines how customer management has evolved in light of new digital technologies and proposes that managing customers can become a source of strategic and sustainable competitive advantage. Analyses and presentations of academic research papers strengthen the theoretical understanding of relationship marketing and provide students with key soft skills such as teamwork and speaking in a public setting and debating own results.</p> <p>Der Kurs "Managing Customers in the Digital Age" untersucht die Entwicklung und Kultivierung von profitablen Kundenbeziehungen. Dabei wird ein besonderer Fokus auf die Digitalisierung im Kundenbeziehungsmarketing gelegt. Der Kurs betrachtet wie sich das Management von Kunden angesichts neuer digitaler Technologien entwickelt hat. Des Weiteren wird untersucht wie das Kundenbeziehungsmarketing dazu genutzt werden kann einen strategischen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil aufzubauen. Die Analyse und Präsentation aktueller Forschungsarbeit im Bereich Kundenbeziehungsmarketing verfestigt die theoretischen Inhalte und baut wichtige Soft Skills auf, wie z.B. in der Gruppe zu arbeiten und öffentliche Präsentationen zu halten und zu diskutieren.</p>						
5	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:</p> <p>Studierende...</p> <p>Fachkompetenz Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ understand the core idea and relevance of relationship marketing ▪ retrace the evolutionary path of relationship marketing up to today's digital age ▪ learn the key strategies, concepts, and tools to effectively create and cultivate customer relationships ▪ learn how digital technologies can transform traditional relationship marketing into a sustainable competitive advantage ▪ learn to understand and analyze academic research papers and how to effectively present research results ▪ verstehen das grundlegende Konzept und die Relevanz von Kundenbeziehungsmarketing ▪ verfolgen die Entwicklung des Kundenbeziehungsmarketings von seinen Anfängen bis zur heutigen Digitalisierung ▪ lernen Strategien, Konzepte und Instrumente, um Kundenbeziehungen aufzubauen und zu pflegen ▪ lernen wie digitale Technologien dazu genutzt werden können, Kundenbeziehungsmarketing als nachhaltigen Wettbewerbsvorteil zu etablieren ▪ lernen aktuelle Forschungsarbeit zu verstehen und Forschungsergebnisse zu präsentieren 						

	<p>Fachkompetenz Fertigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ learn to develop strategic and tactical measures for relationship management using digital technologies ▪ learn the theoretical know-how to implement a relationship marketing strategy in a dynamic company environment ▪ learn to develop relationship marketing as a sustainable competitive advantage ▪ lernen strategische und taktische Maßnahmen im Kundenbeziehungsmarketing mit einem Fokus auf digitale Technologien kennen ▪ lernen die theoretischen Grundlagen zur Implementierung einer Kundenbeziehungsmarketing-Strategie im Unternehmen ▪ lernen Kundenbeziehungsmarketing als nachhaltigen Wettbewerbsvorteil zu nutzen <p>Personale Kompetenz / Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ actively participate in class discussions and improve English communication skills ▪ collaborate in groups and improve teamworking skills ▪ improve written English communication skills ▪ learn and improve professional presentation skills ▪ improve public speaking skills ▪ nehmen aktiv an Diskussionen im Kurs teil und verbessern dadurch ihre englischen Sprachkenntnisse ▪ interagieren in Gruppen und verbessern Teamarbeitsfähigkeiten ▪ verbessern ihre schriftlichen Fähigkeiten im Englischen ▪ erlernen und verbessern ihre Präsentationsfähigkeiten ▪ lernen vor einer großen Gruppe zu reden und zu präsentieren <p>Personale Kompetenz / Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ reflect on the importance of relationship marketing and its distinction from other concepts ▪ make informed decisions on the right strategy to manage customers ▪ gain experience in working effectively in small teams and collaborating with fellow students ▪ learn to analyze academic research ▪ reflektieren über die Bedeutung von Kundenbeziehungsmarketing im Vergleich zu anderen Marketingkonzepten ▪ treffen begründete Entscheidungen zu Strategien im Kundenbeziehungsmarketing ▪ lernen effektiv in einer Gruppe zusammenzuarbeiten ▪ lernen aktuelle Forschungsarbeit zu analysieren 												
6	<p>Prüfungsleistung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP) <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP) <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1" data-bbox="220 1384 1442 1594"> <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>90 Min.</td> <td>70%</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Präsentation</td> <td>30 Min.</td> <td>30%</td> </tr> </tbody> </table>	Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Klausur	90 Min.	70%	a)	Präsentation	30 Min.	30%
Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote										
a)	Klausur	90 Min.	70%										
a)	Präsentation	30 Min.	30%										
7	<p>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein</p>												
8	<p>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine</p>												
9	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.</p>												
10	<p>Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).</p>												

11	<p>Verwendung des Moduls in den Studiengängen: 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</p>
12	<p>Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Andreas Eggert</p>
12 a	<p>Ansprechpartner: Rodi Akalan (rodi.akalan[at]uni-paderborn.de)</p>
13	<p>Sonstige Hinweise:</p> <p>Please note that participation of the first session is mandatory. Admitted students who miss the kickoff session without any excuse will be deregistered. Teaching language: English. The number of participants for this course is restricted to 30 students.</p> <p>Bitte beachten Sie, dass die Anwesenheit an der Auftaktveranstaltung verpflichtend ist. Zugelassene Teilnehmer und Teilnehmerinnen, die in der ersten Veranstaltung unentschuldig fehlen, verlieren ihre Zulassung und werden vom Modul abgemeldet. Die Unterrichtssprache ist Englisch. Dieses Modul ist begrenzt auf 30 Teilnehmer.</p> <p>Lernmaterialien/ Literaturangaben: Robert W. Palmatier, Lena Steinhoff (2019), Relationship Marketing in the Digital Age, 1. ed., Routledge Studies in Marketing, New York, NY.</p>

Kundenmanagement und -forschung							
(Customer Management and -Research)							
Modulnummer:	Workload	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.4111	300	10	1-4	SoSe	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	Customer Management	V	30	70	P	80	
b)	Projektarbeit zum Kundenmanagement	P	30	70	P	80	
c)	Marketingforschung	V/Ü	30	70	P	80	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls:						
	Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites)						
	Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.						
4	<p>Das Modul vermittelt ein vertieftes Verständnis der strategischen Handlungsoptionen und operativen Kernprozesse des Kundenmanagements. Als Orientierungsrahmen lernen die Studierenden das Konzept des Customer Equity Management kennen. Im Customer Equity Management werden Produkt-, Marken- und Beziehungsmanagement zu einem integrativen Ansatz zusammengeführt.</p> <p>Mit Hilfe der Fallstudienmethode erwerben die Studierenden die Fähigkeit, die Anwendungsmöglichkeiten und -grenzen dieses Ansatzes kritisch zu beurteilen. Anschließend lernen die Studierenden, das Methodenspektrum der Marketingforschung für das Kundenmanagement einzusetzen.</p> <p>Das neu erworbene konzeptionelle und methodische Wissen setzen die Studierenden in einer Projektarbeit um. Dabei werden die Studierenden mit einem realen Marketingproblem konfrontiert, das sie in Kleingruppen bearbeiten und im Plenum diskutieren.</p>						
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:						
	Studierende...						
	Fachkompetenz Wissen						
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kennen die strategischen Handlungsoptionen und operativen Kernprozesse des Kundenmanagements. ▪ kennen das Konzept des Customer Equity Managements. ▪ kennen die relevanten Marketingforschungsmethoden für das Kundenmanagement. ▪ können die strategischen Konzepte und Forschungsmethoden zur Erklärung marketingrelevanter Sachverhalte anwenden. 						
	Fachkompetenz Fertigkeit						
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ können die erlernten Konzepte des Kundenmanagements zur Lösung von Marketingproblemen geeignet auswählen und anwenden. 						
	Personale Kompetenz / Sozial						
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ verbessern Teamfähigkeit und Kooperationsbereitschaft. ▪ steigern ihre Verantwortungsbereitschaft. ▪ erlernen Präsentationstechniken. ▪ erwerben eine gute Ausdrucksfähigkeit in der englischen Sprache. 						

	Personale Kompetenz / Selbstständigkeit			
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ können Handlungsalternativen im Kundenmanagement selbstständig auswählen und bewerten. ▪ nutzen das konzeptionelle und methodische Wissen aus den Vorlesungen und dem semesterbegleitenden ▪ Selbststudium der Lehrbücher für die Fallbearbeitung, Falldiskussionen im Plenum, Vor- und Nachbereitung anhand des zur Verfügung gestellten Lesematerials. ▪ betreiben eigenverantwortliche Literaturrecherche in verschiedenen Medien. ▪ zeigen Lernbereitschaft. 			
6	Prüfungsleistung:			
	<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	120 Min.	30%
	b)	Klausur	45 Min.	30%
	c)	Projektarbeit	15 S.	40%
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:			
	Nein			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:			
	Keine			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:			
	Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote:			
	Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen:			
	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			
12	Modulbeauftragte/r:			
	Prof. Dr. Andreas Eggert			
12	Ansprechpartner:			
a	Benedikt Alberternst (benedikt.alberternst[at]uni-paderborn.de)			
13	Sonstige Hinweise:			
	Unterrichtssprache: Die Vorlesung zum Customer Management findet in englischer Sprache, die Vorlesung zur Marketingforschung sowie die Projektarbeit in deutscher Sprache.			
	Lernmaterialien, Literaturangaben (learning material, literature):			
	W4111-01 Customer Management:			
	Rust, R.; Lemon, K.; Narayandas, D. (2005). Customer Equity Management, New York u. a.			
	W4111-02 Marketingforschung:			
	Aaker, D.; Kumar, V.; Leone, R. P., Day, G. (2016). Marketing Research, 12. Aufl, New York u. a.			
	Backhaus, K. et al. (2016). Multivariate Analysemethoden – Eine anwendungsorientierte Einführung, 14. Aufl., Berlin, u.a.			
	Böhler, H. (2004). Marktforschung, 3. Aufl., Stuttgart u. a.			

Price Management							
Price Management							
Modulnummer: M.184.5113	Workload 150	Credits: 5	Studiensemester: 1-4	Turnus: WS	Dauer (in Sem.): 1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Price Management	B	30	120	P	20	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites) Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.						
4	<p>Pricing is - arguably - the most powerful lever to influence customer behavior and company's financials. More and more firms strive for a sophisticated price management and recognize a structured and professional approach to pricing as competitive edge.</p> <p>This course is devoted to four critical question in pricing that serve as building blocks of this "block seminar":</p> <p>(1) Pricing strategy: What is the target position of the company and how do we determine the respective (pricing) positioning?</p> <p>(2) Pricing analysis: What is the status quo of the company's current pricing position from an economical and psychological perspective?</p> <p>(3) Pricing decisions: What prices and price structures should the company choose?</p> <p>(4) Pricing implementation: How can the company ensure that pricing decisions are actually realized in the market?</p> <p>The class is taught by our post-doc Dr. Markus Husemann-Kopetzky.</p> <p>[Deutsch]:</p> <p>Preisgestaltung ist erwiesenermaßen einer der stärksten Hebel, um Kundenverhalten und folglich das Unternehmensergebnis zu beeinflussen. Immer mehr Unternehmen streben daher ein ausgefeiltes Preismanagement an und erhoffen sich davon einen Wettbewerbsvorteil.</p> <p>Dieses Modul behandelt vier entscheidende Fragestellungen der Preisgestaltung:</p> <p>(1) Preisstrategie: Wie positioniert sich das Unternehmen und wie kann es davon ausgehend eine Preispositionierung bestimmen?</p> <p>(2) Preisanalyse: Welche Preispositionierung – sowohl aus wirtschaftlicher wie aus psychologischer Perspektive – gilt bisher als Status quo in einem bestimmten Unternehmen?</p> <p>(3) Preisentscheidungen: Welche Preise und welche Preisstrukturen sollte ein Unternehmen wählen?</p> <p>(4) Preisimplementierung: Wie kann ein Unternehmen sicherstellen, dass Preisentscheidungen tatsächlich am Markt realisiert werden?</p> <p>Das Modul wird von Herrn Dr. Markus Husemann-Kopetzky, Habilitand am Lehrstuhl für Marketing, gelehrt.</p>						
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Studierende...						

	<p>Fachkompetenz Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ critically discuss price management through different lenses, such as (managerial) economics, consumer psychology, and organizational theory ▪ transfer pricing theory to real-life cases and conclude managerial recommendations based on academic research [Deutsch] ▪ diskutieren Preismanagement aus verschiedenen Perspektiven, z.B. aus der der Ökonomie, der Konsumentenpsychologie und der Organisationstheorie ▪ übertragen Preistheorie auf reale Fälle und leiten Managementimplikationen aus Forschungsartikeln ab <p>Fachkompetenz Fertigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ analyze systematically and evaluate critically academic papers ▪ gain knowledge on state-of-the-art research in pricing ▪ apply state-of-the-art approaches to analyze and derive pricing decisions [Deutsch] ▪ analysieren systematisch und bewerten kritisch Forschungsartikel zum Thema Preisgestaltung ▪ erwerben Wissen über aktuelle Forschung zur Preisgestaltung ▪ wenden aktuelle Ansätze an, um Preisentscheidungen zu analysieren und abzuleiten <p>Personale Kompetenz / Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ discuss and evaluate case studies and solutions developed by other students ▪ enhance their ability to perform in teams ▪ improve presentation skills [Deutsch] ▪ diskutieren und bewerten Fallstudien sowie die Lösungen ihrer Kommilitonen ▪ bauen ihre Teamfähigkeit aus ▪ verbessern ihre Präsentationsfähigkeiten ▪ zeigen Lernbereitschaft <p>Personale Kompetenz / Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ make informed pricing decisions and the way prices are presented to customers. ▪ learn strategies of collecting information, distill relevant knowledge and apply that knowledge to new business situations and pricing challenges [Deutsch] ▪ treffen fundierte Entscheidungen über die Preisgestaltung und darüber, wie Preise Kunden gegenüber präsentiert werden ▪ lernen Strategien, um Informationen zu sammeln, relevantes Wissen herauszuarbeiten und dieses in neuen Managementsituationen und Herausforderungen der Preisgestaltung anzuwenden 																
6	<p>Prüfungsleistung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP) <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP) <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1" data-bbox="220 1597 1437 1944"> <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 Min.</td> <td>60%</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Hausarbeit</td> <td>max. 1 Seite</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Präsentation</td> <td>10-15 Min. Gruppenpräsentation</td> <td>30%</td> </tr> </tbody> </table>	Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Klausur	60 Min.	60%	a)	Hausarbeit	max. 1 Seite	10%	a)	Präsentation	10-15 Min. Gruppenpräsentation	30%
Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote														
a)	Klausur	60 Min.	60%														
a)	Hausarbeit	max. 1 Seite	10%														
a)	Präsentation	10-15 Min. Gruppenpräsentation	30%														
7	<p>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein</p>																

8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: 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
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Andreas Eggert
12 a	Ansprechpartner: Anna Gehring (anna.katharina.gehring[at]uni-paderborn.de)
13	Sonstige Hinweise: Teaching language: English This class will be taught online with weekly, mostly asynchronous content (e.g., lectures, presentations). The number of participants for this course is restricted to 20 students. Please note that a list will be published on the faculty's website indicating whether participants were accepted or not. [Deutsch] Unterrichtssprache: Englisch Das Modul wird online stattfinden, bestehend aus zumeist asynchronen Inhalten (z.B. Vorlesungen, Präsentationen) Dieses Modul ist begrenzt auf 20 Teilnehmer. Die Anmeldung erfolgt über Paul. Bitte beachten Sie die Teilnehmer- und Wartelisten auf der Homepage der Fakultät Wiwi.

Management- und Marketingphilosophie und -theorie						
<i>Philosophy and Theory of Management and Marketing</i>						
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	
M.184.4121	300	10	1-4	WS	1	
1	Modulstruktur:					
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
	a) Marketing-Philosophie	V/Ü	30	120	P	30-50
	b) Marketing-Seminar	S	30	120	P	30-50
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine					
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.					
4	Inhalte: Das Modul Management- und Marketingphilosophie und -theorie führt historisch und systematisch in die Dogmengeschichte der Wissenschaften auf der einen und der Ökonomie auf der anderen Seite ein. Die Vorlesung verfolgt dabei eine Analyse elementarer ökonomischer Kategorien und Begriffe wie „Gut“ oder „Bedürfnis“ von ihrem Ursprung in der griechischen Antike her und unternimmt eine wissenschaftliche Rekonstruktion der Management- und Marketingtheorie. Ausgehend von der Kenntnis der elementaren strukturellen Entwicklungs- und Veränderungsprozesse werden zukünftige Management- und Marketingprobleme für Wissenschaft und Praxis identifiziert und diskutiert. Die Veranstaltung fokussiert daher weniger das Wissen um Instrumente, sondern vielmehr das Wissen um grundsätzliche ökonomische Zusammenhänge, die Entwicklung und die Philosophien der Managementtechniken. Die Inhalte der Vorlesung werden im Seminar vertieft und weitergeführt.					
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Die Studierenden... Fachkompetenz Wissen <ul style="list-style-type: none"> ▪ erlangen durch Definition und Bestimmung der grundlegenden Begriffe und Kategorien der Management- und Marketingtheorie vertiefende Kenntnisse über ökonomische Zusammenhänge ▪ erlangen durch die Identifizierung wesentlicher Eckpunkte der wissenschaftlichen und ökonomischen Dogmengeschichte die Fähigkeit zur detaillierten Einschätzung zukünftiger Entwicklungsperspektiven in Wissenschaft und Praxis ▪ können Positionen und Argumente zueinander in Beziehung setzen Fachkompetenz Fertigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ entwickeln eine ausgeprägte Fähigkeit zur detaillierten Analyse und Beurteilung ökonomischer Sachverhalte ▪ Die Einordnung und Reflexion grundsätzlicher Managementtheorien und -techniken ▪ können unter Rekurs auf die Kenntnis vergangener Entwicklungstendenzen begründet und differenziert Stellung zu aktuellen und zukünftigen Management- und Marketingproblemen nehmen ▪ erlangen Problemlösekompetenz durch den Erwerb von bloßem Instrumentalwissen zugrundeliegendem Zusammenhangswissen ▪ konzipieren differenzierte wissenschaftliche Argumentationen durch die Einordnung, Abwägung und Kritik der die Dogmengeschichte prägenden Positionen ▪ entwickeln erfolgreiche Strategien um Umgang mit abstrakten und komplexen Theorietexten 					

	<p>Personale Kompetenz/Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ präsentieren die Ergebnisse eigener Forschung systematisch und argumentativ stringent ▪ entwickeln durch Gruppendiskussionen eine ausgeprägte Fähigkeit zur Kritik, insbesondere auch Selbstkritik ▪ vertreten eigene Standpunkte begründet und sicher <p>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ erarbeiten, präzisieren und planen eigene Forschungsvorhaben ▪ reflektieren Veranstaltungsinhalte und setzen diese in Beziehung zu eigenen Forschungsinteressen ▪ bewerten Argumente kritisch in Bezug auf ökonomische, soziale und politische Dimensionen 												
6	<p>Prüfungsleistung: <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>10 Min.</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>b)</td> <td>Hausarbeit mit Präsentation</td> <td>10 S. / 45 Min</td> <td>50%</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Präsentation	10 Min.	50%	b)	Hausarbeit mit Präsentation	10 S. / 45 Min	50%
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote										
a)	Präsentation	10 Min.	50%										
b)	Hausarbeit mit Präsentation	10 S. / 45 Min	50%										
7	<p>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein</p>												
8	<p>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine</p>												
9	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.</p>												
10	<p>Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).</p>												
11	<p>Verwendung des Moduls in den Studiengängen: 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</p>												
12	<p>Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Klaus Rosenthal</p>												
12 a	<p>Ansprechpartner/in: Prof. Dr. Prof. E. h. Dr. h. c. mult. Rosenthal</p>												
13	<p>Sonstige Hinweise: Dieses Modul ist begrenzt auf 30-50 Teilnehmer. Die Anmeldung erfolgt über Paul. Bitte beachten Sie die Teilnehmer- und Wartelisten auf der Homepage der Fakultät Wiwi. Unterrichtssprache ist Deutsch.</p>												

Wissensmanagement im Übergang von Analogen zu Digitalen Horizonten							
<i>Knowledge Management in transfer from analog to digital horizons</i>							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.5124	150	5	1-4	WS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Wissensmanagement im Übergang von Analogen zu Digitalen Horizonten		30	120	P		
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.						
4	Inhalte: <p>Unter dem Stichwort der Digitalisierung vollzieht sich kontinuierlich ein Bedeutungswechsel in den Entscheidungsstrukturen von Markt und Unternehmung. Analoge Entscheidungshorizonte werden zunehmend digital unterstützt und sodann durch digitalisierte Automatismen ersetzt. Damit vollzieht sich schrittweise ein bedeutungsvoller Paradigmenwechsel in allen Märkten und allen Gesamtfunktionen der Unternehmung.</p> <p>Das Seminar geht diesem Paradigmenwechsel nach und setzt sich das Ziel, die wesentlichen Strukturelemente und Kategorien zu analysieren und in ihrer Tragweite eines verändernden Horizonts zu evaluieren.</p> <p>Die Veranstaltung findet als Blockseminar am Ende des Wintersemesters (voraussichtlich Februar / März) statt. Die genauen Termine werden noch bekanntgegeben.</p>						
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Die Studierenden... Fachkompetenz Wissen <ul style="list-style-type: none"> ▪ lernen zentrale Theorien des Wissensmanagements kennen und erwerben fundiertes Kategorienwissen ▪ entwickeln ein Verständnis für den Bedeutungswechsel in den Entscheidungsstrukturen in Markt und Gesellschaft ▪ erlangen fundiertes Wissen der unter dem Stichwort der „Digitalisierung“ subsumierten Veränderungsprozesse und deren Auswirkungen auf ökonomische und außerökonomische Gegenstandsbereiche ▪ lernen die Bedeutung der Schlüsselressource Wissen für die zentralen Funktionsbereiche der Unternehmung kennen Fachkompetenz Fertigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ entwickeln eine ausgeprägte Fähigkeit zur detaillierten Analyse und Beurteilung gegenwärtiger ökonomischer Veränderungsprozesse vor dem Hintergrund der Digitalisierung ▪ kunter Rekurs auf die Kenntnis vergangener Entwicklungstendenzen begründet und differenziert Stellung zu aktuellen und zukünftigen Managementproblemen nehmen ▪ erlangen Problemlösekompetenz durch den Erwerb von bloßem Instrumentalwissen zugrundeliegendem Zusammenhangswissen ▪ konzipieren differenzierte wissenschaftliche Argumentationen durch die Einordnung, Abwägung und Kritik relevanter wissenschaftlicher Positionen 						

	Personale Kompetenz/Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> ▪ präsentieren die Ergebnisse eigener Forschung systematisch und argumentativ stringent ▪ entwickeln durch Gruppendiskussionen eine ausgeprägte Fähigkeit zur Kritik, insbesondere auch Selbstkritik ▪ vertreten eigene Standpunkte begründet und sicher Personale Kompetenz/Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ erarbeiten, präzisieren und planen eigene Forschungsvorhaben in Bezug auf die Verschiebung von analogen zu digitalen Horizonten in zentralen Unternehmensbereichen 			
6	Prüfungsleistung:			
	<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)	Hausarbeit mit Präsentation	4 S. / 45 Min	100%
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:			
	Nein			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:			
	Keine			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:			
	Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote:			
	Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen:			
	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			
12	Modulbeauftragte/r:			
	Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Klaus Rosenthal			
12	Ansprechpartner/in:			
a	Sören Middeke (soeren.middeke[at]uni-paderborn.de)			
13	Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache ist Deutsch.			

Service Marketing							
Service Marketing							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.5195	300	10	1-4	WS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Service Marketing Seminar	S	30	270	P		
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.						
4	Inhalte: In this module, students will obtain insights into literature and current research topics on service marketing and management. The course builds on the fundamental characteristics of service provision and expands into specific themes that address current developments and practical challenges in service marketing and management. Each theme will be elaborated in-depth based on academic research, case studies or in-class discussions. Thus, research-oriented and management oriented teaching methods will alternate.						
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Studierende... Fachkompetenz Wissen <ul style="list-style-type: none"> ▪ learn knowledge of the specific nature and characteristics of service offerings and in-depth knowledge of current research topics and practical challenges of service marketing. ▪ learn knowledge of the specific nature and characteristics of service offerings and in-depth knowledge of current research topics and practical challenges of service. Fachkompetenz Fertigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ learn to explain relevant service marketing issues based on theories and concepts discussed. ▪ learn independent selection and evaluation of strategies and recent research in service marketing. ▪ discuss and evaluate related research. Personale Kompetenz/Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> ▪ learn the application of theories and concepts learned for solving managerial problems in the service sector. Personale Kompetenz/Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ strategies of knowledge acquisition: combination of lectures, preparation and follow-up of lecture material, and independent information search ▪ independent literature research in various media ▪ work in groups ▪ cooperation- and team competence ▪ presentation of own results in teams and project groups 						

6	Prüfungsleistung:			
	<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)	Projektbericht	5 pages 15%, 5 pages 15%	30%
a)	Präsentation	10 Min.	10%	
a)	Klausur	180 Min.	60%	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: 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			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Nancy Wunderlich			
12 a	Ansprechpartner/in: Anke Müller (anke.mueller[at]uni-paderborn.de)			
13	Sonstige Hinweise: Wirtz, J., & Lovelock, C. (2015). Services marketing: people, technology, strategy. Teaching language is English.			

Praxisprojekt Advanced Service Brand Management								
Project Advanced Service Brand Management								
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):			
M.184.4197	150	5	1-4	WS,SS	1			
1	Modulstruktur:							
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)		
a)	Praxisprojekt Service Brand Management	S	30	120	P	25		
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.							
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.							
4	Inhalte: Das Praxisprojekt Advanced Service Brand Management findet im WS 2019/20 in Kooperation mit dem Praxispartner SC Paderborn 07 statt. Die Studierenden werden ausgewählte Problemstellungen des Praxispartners im Bereich Markenführung und Digitalisierung bearbeiten. Dazu werden Konzepte der Markenführung genutzt und auf den konkreten Praxisfall angewendet. Die Teilnehmer werden eine empirische Studie durchführen. Die Ergebnisse der Einzelarbeiten werden im Rahmen von Präsentationen vorgestellt.							
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Die Studierenden... Fachkompetenz Wissen <ul style="list-style-type: none"> ▪ erwerben Kenntnisse zu verschiedenen Konzepten der Markenidentität, Markenpositionierung und -führung. ▪ betrachten Markenkonzepte in Kontext professioneller Fussballvereinsmarken. Fachkompetenz Fertigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ wenden quantitative Methoden an. ▪ erstellen und präsentieren wissenschaftliche Präsentationen. ▪ identifizieren praxisrelevante Problemstellungen. ▪ wenden Methodenkompetenz auf eigene empirische Studie an. Personale Kompetenz/Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> ▪ akquirieren Erhebungsteilnehmer. ▪ präsentieren und diskutieren die Ergebnisse im Kurs. Personale Kompetenz/Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ wenden die gelernten Konzepte und Methoden auf konkrete Fragestellungen im Kontext des Praxispartners an. ▪ arbeiten in Gruppen. ▪ verbessern ihre Präsentations- und Kommunikationstechniken. ▪ erarbeiten die Planung und Durchführung der Studie. 							

6	Prüfungsleistung:			
	<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 Min.	25%
a)	Präsentation	15 Min.	50%	
a)	Präsentation	5 Min.	25%	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: 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			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Nancy Wunderlich			
12 a	Ansprechpartner/in: Anke Müller (anke.mueller[at]uni-paderborn.de)			
13	Sonstige Hinweise: Esch, Franz-Rudolf (2011): Strategie und Technik der Markenführung. Vahlen. Kornmeier, Martin (2012): Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht: für Bachelor, Master und Dissertation, 5. Auflage, UTB. Unterrichtssprache: Deutsch. Dieses Modul ist begrenzt auf 15-25 Teilnehmer. Die Anmeldung erfolgt über Paul. Bitte beachten Sie die Teilnehmer- und Wartelisten auf der Homepage der Fakultät Wiwi.			

Projektseminar Kundenmanagement						
Project on Customer Management						
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	
M.184.5197	300	10	1-4	WS,SS	1	
1	Modulstruktur:					
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
	a) Projektseminar Kundenmanagement	S	30	270	P	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.					
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.					
4	<p>Inhalte:</p> <p>In diesem Modul bearbeiten Studierende eine Problemstellung aus dem Bereich Kundenmanagement mit Hilfe von wissenschaftlichen und empirischen Forschungsmethoden innerhalb einer gegebenen Frist. In Anlehnung an den Forschungsschwerpunkt unseres Lehrstuhls „Management von Anbieter-Kundenbeziehungen“ (https://wiwi.unipaderborn.de/dep1/dlm/forschung/kompetenzfelder/management-von-anbieter-kundenbeziehungen/) umfassen die zu untersuchenden Themen in dem Bereich u.a. das Management von Dienstleistungsallianzen und Kundenportfolios oder die Gestaltung und Evaluation von Kundenbindungsinstrumenten. Die Themen finden Sie auf unserer Homepage unter https://wiwi.unipaderborn.de/dep1/dlm/lehre/projektseminare/.</p> <p>Das Modul bietet Vorlesungen und Coachings zu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • konkreten Fragestellungen in der DLM-Forschung mit dem Fokus auf Kundenmanagement • Grundlagen der empirischen Sozialforschung • Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens • Literatur- und Datenbankrecherche • Methoden der qualitativen und quantitativen Datenerhebung • Methoden der qualitativen und quantitativen Datenauswertung • Ergebnisaufbereitung und Präsentationstechniken <p>Die Schwerpunkte der Veranstaltungen zu wissenschaftlichen Methoden variieren je nach zu bearbeitender Problemstellung. Die Lehrveranstaltungen sind als unterstützendes Angebot zur erfolgreichen Bearbeitung der Forschungsfrage anzusehen.</p>					
5	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:</p> <p>Die Studierenden...</p> <p>Fachkompetenz Wissen Fundierte Kenntnisse in Schwerpunktthemen der Forschung zu Kundenmanagement im Dienstleistungssektor</p> <p>Fachkompetenz Fertigkeit Wissenschaftliches Arbeiten, Analyse und Verarbeitung der relevanten Informationen, Übertragung von allgemeinem Wissen und Theorie auf spezifische Fragestellungen zum Kundenmanagement von Dienstleistungsunternehmen</p> <p>Personale Kompetenz/Sozialkompetenz Akquise von Umfrageteilnehmern, Ausbau von Kooperations- und Teamfähigkeit durch Kursdiskussion,</p>					

	Präsentation und Diskussion von Ergebnissen im Kurs Personale Kompetenz/Selbstständigkeit Kritische Beurteilung und Bewertung der herangezogenen Informationen und der eigenen gewonnenen Erkenntnisse; Anwendung konzeptioneller und empirischer (qualitativ/quantitativ) Methoden; Eigenverantwortliche Auswertung von Literaturquellen, Datensätzen oder Transkripten; Schreiben einer wissenschaftlichen Arbeit; Präsentation eigener Ergebnisse (Projektarbeit)												
6	<p>Prüfungsleistung: <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>10 Min.</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Projektarbeit</td> <td>25 Seiten</td> <td>90%</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Präsentation	10 Min.	10%	a)	Projektarbeit	25 Seiten	90%
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote										
a)	Präsentation	10 Min.	10%										
a)	Projektarbeit	25 Seiten	90%										
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein												
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.												
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.												
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).												
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: 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												
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Nancy Wunderlich												
12 a	Ansprechpartner/in: Anke Müller (anke.mueller[at]uni-paderborn.de)												
13	Sonstige Hinweise: 30h Präsenzstunden im Seminar, 270h Projektarbeit (inkl. Literaturstudium, Datenerhebung, -analyse und Verschriftlichung) Unterrichtssprache ist Deutsch. Die Projektarbeit kann sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache verfasst werden. Eine Anmeldung für das Modul über PAUL ist nicht möglich. Bei Interesse wenden Sie sich bitte per E-Mail (dlm@notes.uni-paderborn.de) an das Lehrstuhlsekretariat.												

Projektseminar Dienstleistungsmanagement							
Project on Service Management							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.4199	150	5	1-4	WS,SS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	Projektseminar Dienstleistungsmanagemenet	S	30 .	120	P	10-20	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.						
4	<p>Inhalte:</p> <p>In diesem Modul bearbeiten Studierende eine Problemstellung aus dem Bereich Dienstleistungsmanagement mit Hilfe von wissenschaftlichen und empirischen Forschungsmethoden innerhalb einer gegebenen Frist.</p> <p>Das Modul bietet Vorlesungen und Coachings zu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • konkreten Fragestellungen in der DLM-Forschung mit dem Fokus auf Kulturdienstleistungen und soziale Dienstleistungen • Grundlagen der empirischen Sozialforschung • Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens • Literatur- und Datenbankrecherche • Methoden der qualitativen Datenerhebung • Methoden der qualitativen Datenauswertung • Ergebnisaufbereitung und Präsentationstechniken <p>Die Schwerpunkte der Veranstaltungen zu wissenschaftlichen Methoden variieren je nach zu bearbeitender Problemstellung. Die Lehrveranstaltungen sind als unterstützendes Angebot zur erfolgreichen Bearbeitung der Forschungsfrage anzusehen.</p>						
5	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:</p> <p>Die Studierenden...</p> <p>Fachkompetenz Wissen</p> <p>erhalten fundierte Kenntnisse in Schwerpunktthemen der Forschung zu Kulturdienstleistungen und sozialen Dienstleistungen im Dienstleistungssektor.</p> <p>Fachkompetenz Fertigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ führen qualitative Interviews und Inhaltsanalysen durch. ▪ werden wissenschaftliches Arbeiten erlernen. ▪ analysieren und verarbeiten relevante Informationen und identifizieren praxisrelevante Problemstellungen. ▪ wenden die Methodenkompetenz auf ihre eigene empirische Studie an. 						

	<p>Personale Kompetenz/Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ akquirieren Umfrageteilnehmer. ▪ erlernen Kooperations- und Teamfähigkeit durch Kursdiskussion. ▪ präsentieren und diskutieren die Ergebnisse im Kurs. <p>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ beurteilen und bewerten die herangezogenen Informationen und die eigenen gewonnenen Erkenntnisse kritisch. ▪ wenden konzeptionelle und empirische (qualitativ) Methoden an. ▪ erlernen die eigenverantwortliche Auswertung von Literaturquellen, Datensätzen oder Transkripten. ▪ schreiben eine wissenschaftliche Arbeit. ▪ präsentieren eigene Ergebnisse (Projektarbeit). 												
6	<p>Prüfungsleistung: <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>10 Min.</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Projektarbeit</td> <td>15 Seiten</td> <td>90%</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Präsentation	10 Min.	10%	a)	Projektarbeit	15 Seiten	90%
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote										
a)	Präsentation	10 Min.	10%										
a)	Projektarbeit	15 Seiten	90%										
7	<p>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein</p>												
8	<p>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.</p>												
9	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.</p>												
10	<p>Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).</p>												
11	<p>Verwendung des Moduls in den Studiengängen: 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</p>												
12	<p>Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Nancy Wunderlich</p>												
12 a	<p>Ansprechpartner/in: Anke Markert (anke.markert[at]uni-paderborn.de)</p>												
13	<p>Sonstige Hinweise: Das Seminar wird voraussichtlich ausschließlich digital angeboten. 30h Präsenzstunden im Seminar 120h Projektarbeit (inkl. Literaturstudium, Analyse und Verschriftlichung) Unterrichtssprache ist Deutsch. Die Projektarbeit soll in deutscher Sprache verfasst werden. Dieses Modul ist begrenzt auf 10-20 Teilnehmer. Die Anmeldung erfolgt über Paul. Bitte beachten Sie die Teilnehmer- und Wartelisten auf der Homepage der Fakultät Wiwi. Zugelassene Teilnehmer und Teilnehmerinnen, die in der ersten Veranstaltung unentschuldig fehlen, verlieren ihre Zulassung und werden vom Modul abgemeldet.</p>												

Digitale Geschäftsstrategien						
Digital Business Strategies						
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	
M.184.5090	300	10	1-4	WS	1	
1	Modulstruktur:					
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
	a) Digitale Geschäftsstrategien	S	45	255	P	30
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.					
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Es kann nur das Modul M.184.5090 Digitale Geschäftsstrategien oder das Modul M.184.5091 Digital Business Strategies belegt werden. Das andere Modul ist jeweils ausgeschlossen.					
4	Inhalte: In der Veranstaltung werden grundlegende Kenntnisse zur digitalen Transformation und digitalen Geschäftsstrategien vermittelt. Das Modul ist als „flipped classroom“ Veranstaltung konzipiert. Studierende lernen inhaltliche Grundlagen über speziell für das digitale Format aufbereitete Lehrmaterialien und vertiefen ihre Kenntnisse durch die Analyse von ausgewählten Fallstudien sowie Video- und Audiomaterial. Der Erkenntnisfortschritt wird in regelmäßig stattfindenden Coachings (Zeitslots Montags zwischen 11 und 13 Uhr) diskutiert. In Anlehnung an die vermittelten Inhalte werden Studierende in Gruppenarbeit ihre gewonnenen Erkenntnisse auf ein fiktives Unternehmen übertragen, dieses im Rahmen von Fallstudien Schritt für Schritt digitalisieren und dadurch sich intensiv mit den Herausforderungen der digitalen Transformation befassen. Die Themenfelder des Moduls umfassen Grundlagen zu Geschäftsstrategien und Geschäftsmodellen als auch konkrete aktuelle Digitalisierungsthemen wie der Einsatz von künstlicher Intelligenz und sozialen Robotern, das Angebot von intelligenten Dienstleistungen, die Nutzung digitaler Kanäle und die Gestaltung der Customer Experience sowie der Betrieb von digitalen Plattformen.					
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Die Studierenden... Fachkompetenz Wissen erlangen grundlegende Kenntnisse über digitale Strategien und Geschäftsmodelle sowie vertiefende Kenntnisse über einzelne Digitalisierungsschwerpunkte, z.B. Einsatz von sozialen Robotern bei Dienstleistungsunternehmen Fachkompetenz Fertigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ erlernen die Bewertung von Konzepten des digitalen Wandels, ihrer Anwendbarkeit und Aufbereitung ▪ erlernen wissenschaftliches Arbeiten ▪ analysieren und verarbeiten relevante Informationen und identifizieren praxisrelevante Problemstellungen ▪ wenden die inhaltliche Kompetenz auf ihre Fallstudien an. Personale Kompetenz/Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> ▪ erlernen Kooperations- und Teamfähigkeit durch Kursdiskussion ▪ präsentieren und diskutieren die Ergebnisse im Kurs 					

	Personale Kompetenz/Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ beurteilen und bewerten die herangezogenen Informationen und die eigenen gewonnenen Erkenntnisse kritisch ▪ wenden Konzepte an ▪ erlernen die eigenverantwortliche Auswertung von Literaturquellen und sekundären Quellen ▪ präsentieren eigene Ergebnisse 																
6	Prüfungsleistung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP) <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP) <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)																
	<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>Klausurprüfung</td> <td>10 Minuten</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Portfolio aus 5 Fallstudien</td> <td>Pro Fallstudie jeweils ca. 10 Folien plus Notizen</td> <td>75%</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Präsentation</td> <td>10 Min.</td> <td>20%</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Klausurprüfung	10 Minuten	5%	a)	Portfolio aus 5 Fallstudien	Pro Fallstudie jeweils ca. 10 Folien plus Notizen	75%	a)	Präsentation	10 Min.	20%
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote														
a)	Klausurprüfung	10 Minuten	5%														
a)	Portfolio aus 5 Fallstudien	Pro Fallstudie jeweils ca. 10 Folien plus Notizen	75%														
a)	Präsentation	10 Min.	20%														
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein																
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.																
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.																
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).																
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: 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																
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Nancy Wunderlich																
12 a	Ansprechpartner/in: Anke Markert (anke.mankert[at]uni-paderborn.de)																
13	Sonstige Hinweise: Das Modul ist auf 30 Teilnehmer begrenzt. Das Modul umfasst 4 SWS (2 SWS inhaltliche Grundlagen über speziell für das digitale Format aufbereitete Lehrmaterialien + 2 SWS Coaching). Die Veranstaltungen finden in deutscher Sprache statt, die empfohlene Literatur ist fast ausschließlich englischsprachig. Die Anmeldung erfolgt über Paul. Bitte beachten Sie die Teilnehmer- und Wartelisten auf der Homepage der Fakultät Wiwi. Verbindliche Teilnahme an der ersten digitalen Kurseinheit am 26.10.2020 erforderlich. Zugelassene Teilnehmer und Teilnehmerinnen, die in der ersten Veranstaltung unentschuldig fehlen, verlieren ihre Zulassung und werden vom Modul abgemeldet																

Seminar on Innovations in Healthcare							
Seminar on Innovations in Healthcare							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.4190	300	10	1-4	SoSe	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Seminar on Innovations in Healthcare	S	150	150	P		
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.						
4	<p>Inhalte:</p> <p>This seminar will be carried out together with Ludwig-Maximilians-Universität (LMU), Munich. Students will work in teams and virtually collaborate with students from LMU throughout the semester. Usually attendance hours take place Wednesday, 9am-1pm. All students will personally meet and collaborate at the joint workshop in Munich, June 23-25, 2019. For the final presentations you are invited to a trip to Munich - University Paderborn pays for travel and accommodation.</p> <p>The focus is on consumer- or patient-led innovations in the healthcare sector. Patients, unsatisfied with the standard of care or whose needs are not being met by population-based, generalized treatments and solutions, are seeking to create and develop solutions themselves. The solutions taken to market range from support groups and information/insight sharing platforms/networks to self-experimentation that arrives at customized solutions.</p> <p>The first target of the course is to understand the reasons and processes behind patient innovativeness.</p> <p>Why are patients innovating? What are the needs that are driving this trend?</p> <p>What are emerging patient innovations in selected domains?</p> <p>What are emerging insights regarding patient innovativeness in selected domains?</p> <p>The second aim is to use the insights gained through preliminary research to understand how healthcare providers and patients can work together to innovate:</p> <p>How can healthcare providers and companies improve their innovation processes to accommodate insights from patient innovativeness?</p> <p>What capabilities are needed, from the side of the provider as well as the patient, to harness the power of innovation among patients?</p>						
5	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:</p> <p>Die Studierenden...</p> <p>Fachkompetenz Wissen</p> <p>Students will learn what service and healthcare innovations are as well as the basics of market and innovation research.</p> <p>They will gain an in-depth knowledge of current research topics and practical challenges referring to healthcare innovation.</p>						

	<p>Fachkompetenz Fertigkeit</p> <p>Students will learn how to reflect on existing knowledge about concepts of service innovation management with healthcare practitioners and industry experts. They will apply techniques such as netnography and qualitative research and learn how to integrate theory and practice.</p> <p>Personale Kompetenz/Sozialkompetenz</p> <p>In groups students will have to coordinate their work to create mutual results. They will learn how to combine their perspectives and how to handle personal experience reports of patients, customers or users.</p> <p>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</p> <p>Students will have to apply strategies for research and knowledge gathering. Group work will be conducted autonomously but supported by status updates with coaches.</p>																
6	<p>Prüfungsleistung: <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>Mündliche Prüfung</td> <td>10</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Projektarbeit</td> <td>30 Seiten</td> <td>40%</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Mündliche Prüfung</td> <td>30 Minuten</td> <td>50%</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Mündliche Prüfung	10	10%	a)	Projektarbeit	30 Seiten	40%	a)	Mündliche Prüfung	30 Minuten	50%
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote														
a)	Mündliche Prüfung	10	10%														
a)	Projektarbeit	30 Seiten	40%														
a)	Mündliche Prüfung	30 Minuten	50%														
7	<p>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein</p>																
8	<p>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.</p>																
9	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.</p>																
10	<p>Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).</p>																
11	<p>Verwendung des Moduls in den Studiengängen: 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</p>																
12	<p>Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Nancy Wunderlich</p>																
12 a	<p>Ansprechpartner/in: Anke Müller (anke.mueller[at]uni-paderborn.de)</p>																
13	<p>Sonstige Hinweise: teaching language: English Usually attendance hours take place Wednesday, 9am-1pm. You cannot enroll to this class through PAUL, instead please apply via e-mail (dlm@notes.uni-paderborn.de) and attach a recent transcript of records. Eine Anmeldung für das Modul über PAUL ist nicht möglich. Bei Interesse wenden Sie sich bitte mit aktueller Notenbescheinigung per E-Mail (dlm@notes.uni-paderborn.de) an das Lehrstuhlsekretariat.</p>																

Management von Dienstleistungen und Innovationen in der Healthcarelogistik							
Service offering- and innovation management for healthcare logistics							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.5193	150	5	1-4	WS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Management von Dienstleistungen und Innovationen in der Healthcarelogistik	S	30	120	P	25	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.						
4	Inhalte: Das Modul behandelt die praktische Anwendung des Managements von Dienstleistungen und Innovationen in der Healthcarelogistik und ist angelehnt an ein Unternehmen der Healthcare-Branche. Die Studierenden sollen sich mit den verschiedenen Dienstleistungsansätzen und innovativen Trends auseinandersetzen. Zudem werden ausgewählte innovative und etablierte Problemstellungen aus der Praxis im Rahmen einer Gruppenarbeit betrachtet, bearbeitet und abschließend präsentiert. W5193 Management von Dienstleistungen und Innovationen in der Healthcarelogistik (30h Präsenzstunden, 120 h Selbststudium)Dozent: Dr. Sebastian Verhoeven						
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Die Studierenden... Fachkompetenz Wissen erlangen Kenntnisse der Dienstleistungen und Innovationen der Healthcarelogistik. Fachkompetenz Fertigkeit quantitative Methoden zur Identifikation von Lösungsansätzen in Bezug auf Problemstellungen im Praxisumfeld. Personale Kompetenz/Sozialkompetenz setzen sich mit verschiedenen Innovations- und Dienstleistungskonzepten auseinander und evaluieren diese. Personale Kompetenz/Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ verbessern ihre Präsentations- und Kommunikationstechniken. ▪ wenden die gelernten Konzepte und Methoden auf konkrete Fragestellungen in der Praxis an. 						
6	Prüfungsleistung: <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	20 Min.		25%		
	a)	Präsentation	30 Min.		75%		

7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: 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
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Nancy Wunderlich
12 a	Ansprechpartner/in: Anke Markert (anke.markert[at]uni-paderborn.de)
13	Sonstige Hinweise: Dieses Modul ist begrenzt auf 25-35 Teilnehmer. Unterrichtssprache ist Deutsch. Die Anmeldung erfolgt über Paul. Bitte beachten Sie die Teilnehmer- und Wartelisten auf der Homepage der Fakultät Wiwi. Zugelassene Teilnehmer und Teilnehmerinnen, die in der ersten Veranstaltung unentschuldigt fehlen, verlieren ihre Zulassung und werden vom Modul abgemeldet.

Seminar zur Digitalisierung von Unternehmen							
Digital Transformation in small- and medium sized businesses							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.5192	150	5	1-4	WS/SoSe	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Seminar zur Digitalisierung von Unternehmen	S	30	120	P		
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.						
4	Inhalte: Im WS 2019/20 liegt der Schwerpunkt auf der Digitalisierung von B2B Unternehmen (Vertrieb und Plattform). Voraussichtlich finden die Veranstaltungen mittwochs von 14-16 Uhr statt. In diesem Seminar befassen sich die Studierenden in Kleingruppen mit den Herausforderungen von Unternehmen, die sich aus der stetig wachsenden Digitalisierung der Arbeits- und Unternehmensumwelt ergeben. Eine Literaturrecherche sowie die Durchführung einer empirischen Studie werden Hauptaufgaben der Studierenden in diesem Seminar sein. Die Ergebnisse werden in Form von Präsentationen vorgestellt. Die Veranstaltung findet in deutscher Sprache statt.						
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Studierende... Fachkompetenz Wissen erlangen fundierte Kenntnisse in Schwerpunktthemen des Dienstleistungsmanagements. Fachkompetenz Fertigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ führen qualitative Interviews und Inhaltsanalysen durch. ▪ werden wissenschaftliches Arbeiten erlernen. ▪ analysieren und verarbeiten relevante Informationen und identifizieren praxisrelevante Problemstellungen. ▪ wenden die Methodenkompetenz auf ihre eigene empirische Studie an. Personale Kompetenz/Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> ▪ akquirieren Umfrageteilnehmer. ▪ erlernen Kooperations- und Teamfähigkeit durch Kursdiskussion. ▪ präsentieren und diskutieren die Ergebnisse im Kurs. Personale Kompetenz/Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ beurteilen und bewerten die herangezogenen Informationen und die eigenen gewonnenen Erkenntnisse kritisch. ▪ wenden konzeptionelle und empirische (qualitativ) Methoden an. ▪ erlernen die eigenverantwortliche Auswertung von Literaturquellen, Datensätzen oder Transkripten. ▪ präsentieren eigene Ergebnisse. 						

6	Prüfungsleistung:			
	<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 Min.	30%
a)	Präsentation	15 Min.	70%	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:			
	Nein			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:			
	Keine			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:			
	Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote:			
	Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen:			
	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			
12	Modulbeauftragte/r:			
	Prof. Dr. Nancy Wunderlich			
12	Ansprechpartner/in:			
a	Anke Müller (anke.mueller[at]uni-paderborn.de)			
13	Sonstige Hinweise:			
	30h Präsenzstunden im Seminar, 120h Selbststudium (inkl. Literaturstudium, Datenerhebung, -analyse und Verschriftlichung)			
	Unterrichtssprache ist Deutsch. Voraussichtlich finden die Veranstaltungen Mittwoch von 14-16 Uhr statt.			
	Dieses Modul ist begrenzt auf 40-60 Teilnehmer. Die Anmeldung erfolgt über Paul. Bitte beachten Sie die Teilnehmer- und Wartelisten auf der Homepage der Fakultät Wiwi.			

Service & Technology Management							
<i>Service & Technology Management</i>							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.4192	300	10	1-4	SS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	Topics in Service & Technology Management	S	40	110	P	25	
b)	Projektarbeit zu innovativen Dienstleistungen	P	20	130	P	25	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen: Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.						
4	Inhalte: Das Modul zielt auf die Vermittlung inhaltlicher und methodischer Kenntnisse im Rahmen der Dienstleistungs- und Technologiemanagementforschung ab. Die Lehrveranstaltung "Topics in Service & Technology Management" findet als "Guided Reading" Seminar statt. Die Studierenden erhalten einen Überblick über Schwerpunktforschungsrichtungen sowie eine Einführung in ausgewählte Methoden der empirischen Sozialforschung. Darauf aufbauend werden im Seminar ausgewählte Artikel in Hinblick auf inhaltliche und methodische Aussagerelevanz und Aufbereitung intensiv diskutiert. In der zweiten Lehrveranstaltung "Projektarbeit zu innovativen Dienstleistungen" führen die Teilnehmer in Kleingruppen, aufbauend auf dem im ersten Teilmodul vermittelten methodischen und inhaltlichen Wissen, eine eigene empirische Studie durch. Die eigene Forschungsstudie wird im Rahmen einer Hausarbeit dokumentiert, den übrigen Teilnehmern vorgestellt und mit ihnen diskutiert.						
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Die Studierenden... Fachkompetenz Wissen <ul style="list-style-type: none"> ▪ erlangen fundierte Kenntnisse in Schwerpunktthemen der Dienstleistungs- und Technologiemanagementforschung Fachkompetenz Fertigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ erlernen die Bewertung von Konzepten des Dienstleistungs- und Technologiemanagements, ihrer Anwendbarkeit und Aufbereitung. ▪ werden wissenschaftliches Arbeiten erlernen. ▪ analysieren und verarbeiten relevante Informationen und identifizieren praxisrelevante Problemstellungen. ▪ wenden die Methodenkompetenz auf ihre eigene empirische Studie an. Personale Kompetenz/Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> ▪ akquirieren Umfrageteilnehmer. ▪ erlernen Kooperations- und Teamfähigkeit durch Kursdiskussion. ▪ präsentieren und diskutieren die Ergebnisse im Kurs. 						

	Personale Kompetenz/Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ beurteilen und bewerten die herangezogenen Informationen und die eigenen gewonnenen Erkenntnisse kritisch. ▪ wenden konzeptionelle und empirische (qualitativ) Methoden an. ▪ erlernen die eigenverantwortliche Auswertung von Literaturquellen, Datensätzen oder Transkripten. ▪ präsentieren eigene Ergebnisse. 																
6	Prüfungsleistung: <input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP) <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP) <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)																
	<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 Präsentation</td> <td>10 Min.</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>b)</td> <td>Projektbericht</td> <td>25 S.</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>a) b)</td> <td>Mündliche Prüfung</td> <td>20 Min.</td> <td>30%</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Projektarbeit Präsentation	10 Min.	20%	b)	Projektbericht	25 S.	50%	a) b)	Mündliche Prüfung	20 Min.	30%
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote														
a)	Projektarbeit Präsentation	10 Min.	20%														
b)	Projektbericht	25 S.	50%														
a) b)	Mündliche Prüfung	20 Min.	30%														
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Keine.																
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.																
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.																
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).																
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: 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																
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Nancy Wunderlich																
12 a	Ansprechpartner/in: Prof. Dr. Nancy Wunderlich																
13	Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache: Deutsch, Englisch Die Veranstaltungen finden in deutscher Sprache statt, die empfohlene Literatur ist ausschließlich englischsprachig.																

Markets for Information Goods							
Markets for Information Goods							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.4359	150	5	1-4	SS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Markets for Information Goods	V/Ü	60	90	P	100	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.						
4	<p>Inhalte:</p> <p>Digitale Produkte (wie bspw. Software oder Filme) verfügen über besondere ökonomische Eigenschaften (bspw. hohe Fixkosten und Grenzkosten nahe null), die einen starken Einfluss auf die Produktgestaltung und die Auswahl an möglichen Preissetzungsstrategien haben. Zudem spielen diese Eigenschaften eine wichtige Rolle bei der Entstehung und Entwicklung von Märkten für digitale Produkte. Um in der Realität zu beobachtende Phänomene, wie bspw. die Preissetzungsstrategie „Freemium“ oder die Entwicklung von „Facebook“ erklären zu können, ist ein solides Verständnis der zu Grunde liegenden ökonomischen Gesetzmäßigkeiten notwendig.</p> <p>Im Rahmen der Veranstaltung werden ausgewählte ökonomische Gesetzmäßigkeiten von digitalen Produkten anhand aktueller Beispiele behandelt. Dazu werden aus den nachfolgend aufgeführten Themenbereichen ausgewählte Fragestellungen vertieft diskutiert: „Economics of Information Goods“, „Online Ratings“, „Versioning“, „Network Externalities“ und „Pricing at Zero“. Die Inhalte der Veranstaltung basieren auf aktuellen, hochrangig publizierten Forschungsartikeln. Ziel der Veranstaltung ist, Sie die Studierenden mit ausgewählten (mikro-)ökonomischen/analytischen Modellen aus den genannten Themenbereichen intensiv vertraut zu machen und damit Ihr das Verständnis für in der Realität zu beobachtende Phänomene zu stärken. Die gemeinsam erarbeiteten Modelle sollen zudem dabei helfen, neu auftretende Phänomene auf digitalen Märkten strukturiert analysieren zu können.</p>						
5	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:</p> <p>Studierenden...</p> <p>Fachkompetenz Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ kennen ökonomische Eigenschaften von digitalen Produkten und deren Auswirkungen auf das Produktangebot, die Preissetzung und Marktentwicklung. ▪ erlernen Preis- und Mengenstrategien für digitale Produkte auf digitalen Märkten. ▪ entwickeln Wettbewerbsstrategien für digitale Produkte auf digitalen Märkten. <p>Fachkompetenz Fertigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wenden Kenntnisse aus der angewandten Mikroökonomie, der theoretischen Modellierung und den Grundlagen Statistik an. <p>Personal Kompetenz / Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ arbeiten in Gruppen und tauschen sich aus. <p>Personal Kompetenz / Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ übertragen theoretische Erkenntnisse auf praktische Probleme. 						

	Prüfungsleistung:			
	<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	90 Min.	100%
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik.			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Dennis Kundisch			
12 a	Ansprechpartner/in: Prof. Dr. Dennis Kundisch			
13	Sonstige Hinweise: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Teilnehmerbeschränkt: nein ▪ Anmeldung über PAUL ▪ Unterrichtssprache ist Deutsch. 			

Information Systems for Smart Services							
Information Systems for Smart Services							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.4390	300	10	1-4	SS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Information Systems for Smart Service	S	30	270	P	15	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.						
4	Inhalte: Gegenstand des Seminars ist die Entwicklung von IT-Artefakten und Theorien für die Gestaltung, Vermarktung und Erbringung intelligenter, digitaler Dienstleistungen (Smart Service). Studierende lernen Theorien und Methoden für die Bewertung und Entwicklung von Smart Services kennen. Methoden der Wirtschaftsinformatik (z.B. Informationsmodellierung, Prozessmanagement, Managementinformationssysteme, Systementwurf und -implementierung) werden gezielt zur Problemlösung eingesetzt und methodisch erweitert. Im Rahmen einer Seminar-/Projektarbeit entwickeln die Studierenden eigene theoretische und anwendungsorientierte Lösungsbeiträge. Grundlage hierfür ist ein intensives Coaching, in dem die forschungsmethodische Fundierung, Anfertigung und Präsentation wissenschaftlicher Ausarbeitungen umfassend eingeübt wird.						
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Studierenden...						
	Fachkompetenz Wissen						
	<ul style="list-style-type: none"> erwerben fundierte Kenntnisse von Theorien, IT-Artefakten und Informationssystemen für Smart Services, z.B. Service Engineering, Service Management, Geschäftsprozessmanagement, Informationsmanagement, Mobile Services, Crowdsourcing, Social Media, Customer Experience, Cyber-Physische Systeme/Smart Service. Grundlagen von Forschungsmethoden und wissenschaftlichen Ausarbeitungen. 						
	Fachkompetenz Fertigkeit						
	<ul style="list-style-type: none"> erweitern die Anwendung von Methoden der Daten- und Prozessmodellierung; Methoden für die Entwicklung, Konfiguration und Vermarktung digitaler Dienstleistungen; Gestaltung von IT-Artefakten und Informationssystemen für digitale Dienstleistungen; Forschungsmethoden im Bereich der Wirtschaftsinformatik; Präsentationstechniken. können Methoden der Wirtschaftsinformatik sowie Methoden im Bereich Service Engineering & Service Management selbstständig zur Entwicklung, Vermarktung und Erbringung von Smart Services anwenden. 						
	Personale Kompetenz / Sozialkompetenz						
	<ul style="list-style-type: none"> können Verschiedene Forschungsmethoden und Präsentationstechniken zur Anfertigung eigenständiger wissenschaftlicher Ausarbeitungen einsetzen, insb. auch als Training für die Anfertigung und Präsentation der Masterarbeit. 						
	Personale Kompetenz/Selbstständigkeit						
	<ul style="list-style-type: none"> können Dienstleistungssysteme analysieren und bewerten. schätzen die Weiterentwicklung von Smart Services, Auswahl und Bewertung von Forschungsmethoden ein. reflektieren wissenschaftliche Ausarbeitungen. schätzen wissenschaftliche Präsentationen ein. 						

6	Prüfungsleistung:			
	<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)	Hausarbeit	20-25 S.	75%
a)	Präsentation	25 Min.	25%	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Daniel Beverungen			
12 a	Ansprechpartner/in: Prof. Dr. Daniel Beverungen (daniel.beverungen[at]uni-paderborn.de)			
13	Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache ist Deutsch. Acatech (Deutsche Akademie der Technikwissenschaften): Smart Service Welt: Umsetzungsempfehlungen für das Zukunftsprojekt Internetbasierte Dienste für die Wirtschaft. URL: http://www.acatech.de/fileadmin/user_upload/Baumstruktur_nach_Website/Acatech/root/de/Projekte/Laufende_Projekte/Smart_Service_Welt/BerichtSmartService_mitUmschlag_barrierefrei_HW76_DNK2.pdf Allmendinger, G.; Lombreglia, R. (2005). Four Strategies for the Age of Smart Services. Harvard Business Review, 83, 10, pp. 131–45. Lovelock, C.; Gummesson, E. (2004). Whither Services Marketing?: In Search of a New Paradigm and Fresh Perspectives. Journal of Service Research, 7, 1, pp. 20–41. Maglio, P.P.; Kiesliszewski, C.A.; Spohrer, J. (2010) (Ed.): Handbook of Service Science. Springer, Berlin, Heidelberg, New York. Ostrom, A. L.; Parasuraman, A.; Bowen, D.E.; Patricio, L. and Voss, C.A. (2015). Service Research Priorities in a Rapidly Changing Context. Journal of Service Research, 18, 2, pp. 127–59. Weitere Literaturhinweise werden themenbezogen im Seminar bekanntgegeben.			

Projektseminar Smart Service							
Smart Service Project							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.4391	300	10	1-4	WS	1		
1	Modulstruktur:						
		Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
	a)	Projektseminar Smart Service	S	30	270	P	4-12
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Keine.						
4	Inhalte: Digitale Dienstleistungen (Smart Service) werden auf der Grundlage vernetzter und intelligenter Produkte (Smart Products) sowie durch die Analyse umfassender Datenbestände (Smart Data) entwickelt, vermarktet und realisiert. Gegenstand des Projektseminars ist die Entwicklung digitaler Dienstleistungen und ihre Realisierung durch die Implementierung geeigneter Informationstechnologie. Studierende arbeiten in einer Arbeitsgruppe von 4-12 Personen zusammen, um Anforderungen zu ermitteln sowie Dienstleistungen und Informationstechnologie fachkonzeptionell zu entwickeln, zu implementieren und zu evaluieren. Die Aufgabenstellung variiert bei jeder Ausrichtung des Projektseminars und orientiert sich an einer realen Fragestellung in Unternehmen oder öffentlichen Institutionen. Hierdurch führen die Studierenden das Seminar anwendungsorientiert sowie mit einem hohen wissenschaftlichen Anspruch im Stil des Forschungsparadigmas „Design Science Research“ durch.						
5	Lernergebnisse / Kompetenzen: Die Studierenden... Fachkompetenz Wissen <ul style="list-style-type: none"> erwerben fundierte Kenntnisse der maßgeblichen Theorien, IT-Artefakte und Informationssysteme für Smart Service, z.B. zu Service Engineering, Service Management, Geschäftsprozessmanagement, Informationsmanagement, Mobile Service, Crowdsourcing, Social Media, Customer Experience, Cyber-Physischen Systemen. Fachkompetenz Fertigkeit <ul style="list-style-type: none"> erweitern ihre Fertigkeit der Daten- und Prozessmodellierung; der Entwicklung, Konfiguration und Vermarktung digitaler Dienstleistungen; der Gestaltung von IT-Artefakten und Informationssystemen für digitale Dienstleistungen; der Präsentation ihrer Arbeitsergebnisse. Personale Kompetenz / Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> adaptieren Methoden der Wirtschaftsinformatik sowie Methoden für das Service Engineering & Service Management selbstständig zur Entwicklung, Vermarktung und Erbringung von Smart Service sowie zur Implementierung und Evaluation innovativer Informationssysteme. Personale Kompetenz / Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> analysieren und bewerten Dienstleistungen und Dienstleistungssysteme, ermitteln das Potenzial von Smart Service und bewerten anwendungsnahe Fragestellungen, z.B. zu digitalen Dienstleistungen, Internet of Things, Industrie 4.0 und der Anwendungssystementwicklung. 						

6	Prüfungsleistung:			
	<input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP) <input checked="" type="checkbox"/> Modulprüfung (MP) <input type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)			
	Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
a)	Projektbericht mit Präsentation	20 S. / 15 Min.	100%	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Keine.			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Daniel Beverungen			
12	Ansprechpartner/in:			
a	Prof. Dr. Daniel Beverungen (daniel.beverungen[at]uni-paderborn.de)			
13	Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache ist Deutsch.			

(2) Organizational Development

Corporate Entrepreneurship							
Corporate Entrepreneurship							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.4129	150	5	1-4	WS,SS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Corporate Entrepreneurship	Block	30	120	P	15	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.						
3	Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen): Die vorherige Teilnahme an einer der Bachelorveranstaltungen „Entrepreneurship“/„Ideen der Unternehmensgründung“ oder der Masterveranstaltungen „Entrepreneurial Business Planning“/„Praxis der Unternehmensgründung“/„Social Entrepreneurship“ ist für die Teilnahme empfohlen, aber nicht Voraussetzung.						
4	Inhalte: Wie können bestehende Unternehmen unternehmerisch handeln? Wie kann es ihnen gelingen, neue Wachstumfelder zu besetzen? Wie können Erfolgskonzepte von Start-up-Unternehmen in großen Unternehmen angewendet werden? In dem Projektseminar „Corporate Entrepreneurship“ erfahren die Teilnehmer in Zusammenarbeit mit Mitarbeitern aus bestehenden Unternehmen Antworten auf diese Fragen, in dem sie eine eigene Projektidee im Kontext eines Unternehmens erarbeiten. Das kooperierende Unternehmen wird noch bekannt gegeben. Ziel ist es mit der Lean Startup Methode ein neues Geschäftsfeld im Team eigenständig zu erschließen. Innerhalb von 3 intensiven Workshop Tagen (voraussichtlich Fr, 12-22 Uhr; Sa, 9-22 Uhr; So, 9-20 Uhr) wird zunächst in die Branche des kooperierenden Unternehmens und die Methode des Lean Startups eingeführt. Die Teams organisieren sich selbst und erlernen dabei wichtige Managementtechniken. Im Anschluss erarbeiten die Teams eine Projektidee und die entsprechende Lösung, um diese am Ende der Veranstaltung vor einer Jury zu präsentieren. Mit der Teilnahme an diesem Modul können sehr enge Kontakte zu dem kooperierenden Unternehmen geschlossen werden, sowie Erfahrungen gesammelt werden, was es bedeutet ein Unternehmen zu gründen oder in einem bestehenden Unternehmen eigene Projekt anzustoßen. Es wird ein außerordentliches Engagement für die Teilnahme vorausgesetzt. Dafür erhalten die Teilnehmer Einblicke in reale Unternehmensprozesse und die Möglichkeit in diese ihre eigenen Ideen einzubringen und vor einer Jury zu präsentieren.						
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Die Studierenden... Fachkompetenz Wissen <ul style="list-style-type: none"> ▪ erlernen Funktionsweisen ausgewählter Geschäftsmodelle und –prozesse sowie Managementtechniken ▪ erlangen Verständnis darüber, wie unternehmerische Herangehensweisen in bestehenden Unternehmen aussehen können ▪ erlangen Kenntnisse über agile Arbeitsmethoden ▪ wissen, wie die Methode des Lean Startups in bestehenden Unternehmen angewendet werden kann 						

	<p>Fachkompetenz Fertigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ können Innovationsprojekten in verschiedenen Branchen praktisch umsetzen ▪ können selektive Verarbeitung von Informationen ▪ können Geschäftsmodellen und Kundenbedürfnissen qualitativ analysieren ▪ können empirische geleitete Entscheidung in Innovationsprojekten treffen und eine Marktvalidierung quantitativ durchführen ▪ können innovativen Lösungsalternativen unter quantitativer Berücksichtigung von Chancen und Risiken entwickeln und bewerten ▪ können strategischen Markteintrittskonzepte erarbeiten ▪ können Geschäftsmodell entwickeln ▪ können konkrete Vorhaben für die Praxis entwickeln und umsetzen ▪ können Rapid Prototyping mit analoge und digitalen Entwicklungswerkzeugen <p>Personale Kompetenz/ Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ arbeiten mit Verständnis für unterschiedliche Unternehmensbereiche. ▪ finden Konsens in Teams in widersprüchlichen Situationen. ▪ präsentieren und vertreten ihre Ergebnisse argumentativ und systematisch. <p>Personale Kompetenz/ Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ können akademischen Konzepte und betriebswirtschaftlichen Kenntnisse sowie Analyse- und Lösungsfertigkeiten auf reale unternehmerische Fragestellungen in heterogenen Teams anwenden ▪ können Gründungsideen kritisch und analytisch reflektieren. ▪ zeigen eine unternehmerische proaktive Haltung im Umgang mit Problemen. 											
6	<p>Prüfungsleistung: <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>Hausarbeit mit Präsentation</td> <td>ca. 5 Seiten / ca.10 Min.</td> <td>100%</td> </tr> </tbody> </table>				Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Hausarbeit mit Präsentation	ca. 5 Seiten / ca.10 Min.	100%
Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote									
a)	Hausarbeit mit Präsentation	ca. 5 Seiten / ca.10 Min.	100%									
7	<p>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein</p>											
8	<p>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine</p>											
9	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.</p>											
10	<p>Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).</p>											
11	<p>Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M. Sc. Wirtschaftspädagogik, M. Ed. Wirtschaftspädagogik</p>											
12	<p>Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Kabst</p>											
12 a	<p>Ansprechpartner/in:</p>											

	Marieke Funck (marieke.funck[at]uni-paderborn.de)
13	<p>Sonstige Hinweise:</p> <p>Informationen zum Ablauf:</p> <p>Die Workshops mit den Unternehmen sind über das Semester verteilt. Die genauen Workshoptermine geben wir in der Einführungsvorlesung zu Anfang des Semesters bekannt. Anschließend können Studierende zwei explizite Workshop- Termine auswählen. Durch Ihre individuelle Workshopauswahl besteht hier dann eine gewisse terminliche Flexibilität für Sie. Weitere Informationen finden Sie unter: https://tecup.de/disruptworkshop/</p> <p>Informationen zur Anmeldung:</p> <p>Aufgrund der intensiven Betreuung und dem anwendungsbezogenen Charakter des Moduls ist dieses Seminar begrenzt in der Teilnehmerzahl. Teilnehmer dieses Moduls setzen sich aus interdisziplinären Studierenden mehrerer Fachrichtungen zusammen.</p> <p>Die Anmeldung zu diesem Modul ist ausschließlich über eine Bewerbung an den Lehrstuhl möglich (Studierende müssen sich NICHT über PAUL anmelden). Die Bewerbung sollte einen kurzen Paragraph (3-5 Sätze) zu Ihrer Motivation bezüglich der hier beschriebenen Modulinhalte umfassen sowie Ihr derzeitiges Transcript of Records (für Master-Erstsemester bitte das aktuellste Bachelor Transcript of Records).</p> <p>Senden Sie ihre Bewerbung bitte an Marieke Funck (marieke.funck@upb.de). Deadline zur Bewerbung ist spätestens der 23.08.2019 23:59 Uhr.</p> <p>Die Workshops finden in deutscher Sprache statt.</p>

International Comparative Management							
International Comparative Management							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.IBS.4151	300	10	1-4	SS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	International Comparative Management	VL/UE	60	240	WP		
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.						
3	Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen): Keine.						
4	Inhalte: This course focuses on challenges and issues regarding international comparative management (ICM). The lecture teaches: - Cultural and institutional theories, cultural models and the concept of cultural distance - Relationship between societal aspects (e.g., culture) and economic outcomes - National business systems - The role of institutions at the organizational level - The changing business environment and consequences for corporations - International corporate entrepreneurship - International leadership - International human resource management The practical part consists of self-guided / self-selected case studies in which the content of the lecture shall be illustrated with an exemplary case or a comparison of multiple cases. NOTE: The language of the course is English.						
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Die Studierenden... Fachkompetenz Wissen have knowledge about – <ul style="list-style-type: none"> • cultural and institutional theories, • cross-cultural differences, • complexity and different levels of cultural research, • comparative institutional research, • cross-country differences in the approach towards leadership, • corporate entrepreneurship, • and human resource management. Fachkompetenz Fertigkeit have competencies in: <ul style="list-style-type: none"> • comparing cultural and institutional environments, - • business systems, • and the organizational behavior of multinational enterprises. • will be capable of: basic scientific methods in examining cross-country differences of organizational practices. 						

	Personale Kompetenz/ Selbstständigkeit			
	<ul style="list-style-type: none"> are able to appreciate and reflect the complexity of culture and institutions and their impact on organizational behavior in a globalized arena. 			
6	Prüfungsleistung:			
	<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	15 Seiten	25%
	b)	Präsentation	15 min	25%
	c)	Klausur	90 min	50%
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:			
	Nein			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:			
	Keine			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:			
	Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote:			
	Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen:			
	M.Sc. International Business Studies,			
12	Modulbeauftragte/r:			
	Prof. Dr. Kabst			
12	Ansprechpartner/in:			
a	Colin Wooldridge			
13	Sonstige Hinweise:			
	<p>The project work consists in writing and presenting a case study on one or multiple cases to illustrate selected topics of the lecture. Depending on the topic of the respective lecture, relevant cases for the project work include companies, cultural regions, countries, ethnic or religious groups, and individual leaders. The assessment includes a presentation of preliminary results and a final report. For the project work, students will be assigned to groups (self-assignment is possible). The final written exam examines knowledge of the content of the lecture.</p> <p>NOTE: The language of the course is English.</p>			

Global Strategy							
Global Strategy							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.4126	300	10	1-4	WS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Global Strategy	Block	30	270	P	24	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.						
3	Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen): Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.						
4	<p>Inhalte:</p> <p>The admissions-restricted module "Global Strategy" is offered as a case study seminar in English and will be held by Chengguang Li (chli@ivey.ca). Several cases published by Harvard Business School and Ivey Business School will be discussed and different solutions will be developed. The module will employ the case study method typically used in MBA programs at leading business schools. A short kick-off event is expected to take place on November 06, followed by the seminar on December 04 and 05 (Block seminar!).</p> <p>This module covers six aspects from the field of Global Strategy:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Forms of market entry - Implications of country differences - Global strategy models - Global organizational structures - International restructuring measures - Ethics of multinational companies 						
5	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:</p> <p>Die Studierenden...</p> <p>Fachkompetenz Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> - learn how to apply business and management frameworks to real cases. - understand how to formulate and articulate their ideas. - gain insights into the case study approach. <p>Fachkompetenz Fertigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> - collect, evaluate, and interpret scientific findings. - formulate, defend, and critically evaluate subject-related positions and problem solutions. 						

6	Prüfungsleistung:			
	[x] Modulabschlussprüfung (MAP) <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP) <input type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)			
	Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
a)	Klausur	180 Minuten	100%	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Contributions to the seminar			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: 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. Betriebswirtschaftslehre M.Sc. International Business Studies 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			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Kabst			
12	Ansprechpartner/in: a Patrick Mehnert (patrick.mehnert[at]uni-paderborn.de)			
13	Sonstige Hinweise: Teaching language is English. Due to the intensive supervision of the module, this seminar is limited in the number of participants. To register for this module, registration via PAUL and additionally an application to Chengguang Li (chli@ivey.ca) is mandatory. The application should consist of a curriculum vitae, bachelor's degree certificate and an official grade certificate. Deadline to register on PAUL: only in the first registration phase until 11.09.2020 - 23.59 o'clock. The additional application can be submitted until 02.10.2020 via e-mail to the lecturer Chengguang Li (chli@ivey.ca). Transnational Management (8th ed.), by C. Bartlett and P. Beamish.			

Strategic Management: An Economic Approach							
Strategic Management: An Economic Approach							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.4173	300	10	1-4	SS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Strategic Management	V	60	240	P		
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.						
3	Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen): Knowledge of micro-economics (e.g. W1411 "Grundzüge der Volkswirtschaftslehre") is recommended but not mandatory. Knowledge of Game Theory, Basic Knowledge of Optimization and Econometrics is also recommended but not mandatory. Kenntnisse in Mikroökonomie (z. B. W1411 „Grundzüge der Volkswirtschaftslehre“) werden empfohlen, sind jedoch nicht zwingend erforderlich. Kenntnisse in Spieltheorie, Grundkenntnissen in Optimierung und Ökonometrie werden ebenfalls empfohlen, sind aber nicht zwingend erforderlich.						
4	Inhalte: For the success of companies and organizations, the choice of the right strategy is important. This course introduces you to the formal economic as well as econometric models of strategic management, with the use of statistical and mathematical analysis, in order to help you to select good strategies. The students are asked to bring real life decision problems, which should be described and discussed in relation to the models they learn in the class. Teaching will be research oriented. The lectures will be held twice a week by Dr. Dilan Okcuoglu-Celik and weekly tutorials will help the students to understand the models, develop their own case studies and apply contemporary strategic approaches and management techniques. Für den Erfolg von Unternehmen und Organisationen ist die Wahl der richtigen Strategie wichtig. Dieser Kurs führt Sie in die formalen ökonomischen und ökonometrischen Modelle des strategischen Managements unter Verwendung statistischer und mathematischer Analysen ein, um Sie bei der Auswahl guter Strategien zu unterstützen. Die Studierenden werden gebeten, echte Entscheidungsprobleme mitzubringen, die in Bezug auf die Modelle, die sie in der Klasse lernen, beschrieben und diskutiert werden sollten. Die Lehre ist forschungsorientiert ausgerichtet. Die Vorlesungen werden zweimal pro Woche von Dr. Dilan Okcuoglu-Celik gehalten und wöchentliche Tutorials helfen den Studierenden, die Modelle zu verstehen und ihre eigenen Fallstudien zu entwickeln und so aktuelle Ansätze des Strategischen Management und Managementtechniken anzuwenden.						
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Studierende... Fachkompetenz Wissen <ul style="list-style-type: none"> ▪ After this course you should be able to describe relevant information of a real-life problem in a concise manner ▪ Use research methods to analyse strategic management problems ▪ Apply management techniques ▪ ... sollten in der Lage sein, relevante Informationen zu einem realen Problem auf präzise Weise zu beschreiben... 						

	<p>...sollten durch Anwendung von Forschungsmethoden strategische Fragestellungen beantworten können</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ...sollten Managementtechniken anwenden können. <p>Fachkompetenz Fertigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ... identify how real-life problems map to the theoretical or empirical models used in lecture ▪ ...translate the presented analysis to the specific real-life case ▪ ... identifizieren, wie sich reale Probleme auf die in der Vorlesung verwendeten theoretischen oder empirischen Modelle übertragen lassen ▪ ... übersetzen die vorgestellte Analyse auf einen konkreten realen Fall <p>Personale Kompetenz/ Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ...judge the model in relation with a specific case ▪ ...use the model to deliver recommendations. ▪ ...manage working in groups ▪ ... beurteilen das Modell in Bezug auf einen bestimmten Fall ▪ ... benutzen das Modell, um Empfehlungen abzugeben ▪ ... leiten Arbeit in Gruppen <p>Personale Kompetenz/ Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ... explain and defend the real-life cases they bring to class ▪ ... learn and develop team working skills ▪ ... erklären und verteidigen die realen Fälle, die sie in den Unterricht bringen ▪ ... lernen und entwickeln Teamfähigkeiten 																
6	<p>Prüfungsleistung: <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>Hausarbeit</td> <td>2 pages</td> <td>33.33 %</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Hausarbeit</td> <td>2 pages</td> <td>33.33%</td> </tr> <tr> <td>a)</td> <td>Hausarbeit</td> <td>2 pages</td> <td>33.33%</td> </tr> </tbody> </table>	Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Hausarbeit	2 pages	33.33 %	a)	Hausarbeit	2 pages	33.33%	a)	Hausarbeit	2 pages	33.33%
Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote														
a)	Hausarbeit	2 pages	33.33 %														
a)	Hausarbeit	2 pages	33.33%														
a)	Hausarbeit	2 pages	33.33%														
7	<p>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein</p>																
8	<p>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.</p>																
9	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.</p>																
10	<p>Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).</p>																
11	<p>Verwendung des Moduls in den Studiengängen: 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. Betriebswirtschaftslehre M.Sc. International Business Studies M.Sc. International Economics and Management M.Sc. Wirtschaftsinformatik</p>																

	M.Sc. Wirtschaftspädagogik M.Ed. Wirtschaftspädagogik M.Sc. Management Information Systems
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Wendelin Schnedler
12 a	Ansprechpartner/in: Dilan Okcuoglu (dilano[at]campus.upb.de)
13	Sonstige Hinweise: The language of instruction is English. Please contact to Jaroslaw Kornowicz: jkornowi@mail.uni-paderborn.de for information. Die Sprache des Moduls ist Englisch. Bitte kontaktieren Sie Jaroslaw Kornowicz: jkornowi@mail.uni-paderborn für Informationen.

Entrepreneurial Business Planning							
Entrepreneurial Business Planning							
Modulnummer: M.184.4125	Workload (h): 300	Credits: 10	Studiensemester: 1-4	Turnus: WS	Dauer (in Sem.): 1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Entrepreneurial Business Planning	V	30	120	P	30-50	
	b) Entrepreneurial Business Planning - Übung	Ü	30	120	P	30-50	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.						
3	Teilnahmevoraussetzungen (empfohlen): Knowledge of micro-economics (e.g. W1411 "Grundzüge der Volkswirtschaftslehre") is recommended but not mandatory. Knowledge of Game Theory, Basic Knowledge of Optimization and Econometrics is also recommended but not mandatory.						
4	<p>Inhalte:</p> <p>Übergeordnetes Thema: Entrepreneurship & CO2 Reduction</p> <p>Das Modul vermittelt fortgeschrittene und anwendungsorientierte Aspekte des Gründungsmanagements. Außerdem wird im Team eine eigene Geschäftsidee entwickelt. Im WS 19/20 werden Geschäftsideen entwickelt, die der CO2 Reduktion dienen. Mit Experten zu diesem Thema gibt einen gezielten Einstieg und Austauschmöglichkeiten. Es werden nur Ideen im Kurs bearbeitet, für die CO2 Reduktion Teil des Geschäftsmodells ist.</p> <p>Folgende Aspekte und Themen werden in Input-Blöcken behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Von der Idee zur Chance und Gelegenheit • Kreativität und Unternehmensideen • Testen von Ideen • Marketingplanung • Organisationsplanung • Finanzplanung • Erstellung des Business Plans <p>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.</p> <p>Die Projektarbeiten werden in Kleingruppen erstellt. Die Gruppengröße kann je nach Teilnehmerzahl variieren (max. 4 Personen).</p>						
5	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:</p> <p>Die Studierenden...</p> <p>Fachkompetenz Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ erwerben fortgeschrittene Kenntnisse und ein tiefgreifendes Verständnis theoretischer und anwendungsbezogener Fragestellungen des Gründungsmanagements und Entrepreneurship. 						

	<ul style="list-style-type: none"> durchdringen das Problem der CO2 Emissionen und der wirtschaftlichen Verantwortung für dieses Problem und entwickeln Lösungsvorschläge für Teilprobleme <p>Fachkompetenz Fertigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> können eigenständig wissenschaftlichen Erkenntnissen. Formulierung sammeln, bewerten und interpretieren, argumentativ verteidigen und fachbezogene Positionen und Problemlösungen kritisch würdigen. können Gründungsideen und Geschäftsmöglichkeiten einschätzen <p>Personale Kompetenz/ Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> bilden Lerngruppen und vertiefen das Erlernte. diskutieren Ideen und präsentieren eigene Lösungen organisieren weiterführende Lernprozesse in Bezug auf reale/fiktive Gründungen und praktische Anwendung selbstständig. <p>Personale Kompetenz/ Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> suchen den Austausch mit Fachvertretern und Laien über Informationen, Ideen, Problemfelder und Lösungen des behandelten Fachgebiets. präsentieren ihre eigenen Gründungsideen vor einem Fachpublikum. 								
6	<p>Prüfungsleistung: <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>Hausarbeit mit Präsentation</td> <td>15 Seiten + 20 Min.</td> <td>100%</td> </tr> </tbody> </table>	Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Hausarbeit mit Präsentation	15 Seiten + 20 Min.	100%
Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote						
a)	Hausarbeit mit Präsentation	15 Seiten + 20 Min.	100%						
7	<p>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein</p>								
8	<p>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.</p>								
9	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.</p>								
10	<p>Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).</p>								
11	<p>Verwendung des Moduls in den Studiengängen: 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</p>								
12	<p>Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Rüdiger Kabst</p>								
12 a	<p>Ansprechpartner/in: Miriam Golis</p>								
13	<p>Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache ist Deutsch. Dieses Modul ist begrenzt auf 30-50 Teilnehmer. Die Anmeldung erfolgt über Paul. Bitte beachten Sie die Teilnehmer- und Wartelisten auf der Homepage der Fakultät Wiwi.</p>								

Praxis der Unternehmensgründung							
Practice of Founding an Enterprise							
Modulnummer:	Workload	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.4127	150	5	1-4	WS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	SIGMA	V	30	120	P	150	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Keine.						
4	<p>Inhalte:</p> <p>Das Modul besteht aus der Teilnahme an der Veranstaltungsreihe SIGMA sowie der schriftlichen Anfertigung eines vollständigen Businessplans.</p> <p>Die SIGMA Vorlesungsreihe beinhaltet gründungsthematische Inhalte und vermittelt unternehmerisches Basiswissen. Referenten aus der Praxis präsentieren u.a. folgende Themen: Patent- und Lizenzrecht, Finanzierungsmodelle, Rechtsformwahl, Marketing, Personal, Führung, Rechnungs- und Steuerwesen, sowie Informationen über Fördermaßnahmen. Die Projektarbeit entspricht der Anfertigung eines Businessplans zu einer fiktiven oder realen Gründungsidee. Dieser Businessplan muss in Gänze alle wichtigen Fragestellungen einer Gründung beantworten, z.B. die Finanzplanung und die Analyse der Wettbewerbssituation.</p> <p>Die Projektarbeiten werden in Kleingruppen erstellt. Die Gruppengröße kann je nach Teilnehmerzahl variieren (max. 4 Personen). Die Veranstaltung ist grundsätzlich auch offen für interessierte Gasthörer. Diese können ebenfalls einen Business Plan erarbeiten, der bei Interesse auch an das Technologietransfer- und Existenzgründungs-Center TecUP der Universität Paderborn weitergeleitet werden kann.</p>						
5	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Die Studierenden...</p> <p>Fachkompetenz Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ besitzen aktuelles Wissen über gründungsorientierte Themen wie Patent- und Lizenzrecht, Finanzierungsmodelle, Rechtsformwahl, Marketing, Personal, Führung, Rechnungs- und Steuerwesen, Informationen über Fördermaßnahmen. <p>Fachkompetenz Fertigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ erlernen konkrete Maßnahmen zur Ausarbeitung einer Gründungsidee, die sie direkt anhand eines eigenständig angefertigten Businessplans umsetzen. ▪ können beliebige Entscheidungen unter Unsicherheit formal strukturieren und lösen. ▪ setzen die erlernten Maßnahmen dann kreativ in Form einer Ideenskizze um. <p>Personale Kompetenz/Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ bilden Lerngruppen und vertiefen das Erlernte. ▪ diskutieren Ideen und präsentieren eigene Lösungen <p>Personal Kompetenz/Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 einzuschätzen. 						

6	Prüfungsleistung:			
	<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)	Hausarbeit	15 S.	100%	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein.			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: 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			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Rüdiger Kabst			
12	Ansprechpartner			
a	Kian Malucha (kian.malucha[at]uni-paderborn.de)			
13	Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache ist Deutsch. Die Termine werden frühzeitig in PAUL bekannt gegeben. Zur Vorbereitung der finalen Abgabe wird eine Executive Summary erarbeitet, die in den ersten Wochen des Semesters abzugeben ist. Der Abgabetermin für den Business Plan liegt in etwa zu Beginn der vorlesungsfreien Zeit. Änderungen zu dem im Modulhandbuch beschriebenen Ablauf werden in der ersten Vorlesung bekannt gegeben. Eine Anmeldung ist nur in der ersten Anmeldephase möglich. Bitte kontrollieren Sie in der Revisionsphase die Zulassungs- und Wartelisten auf der Homepage der Fakultät Wiwi.			

Seminar zur Unternehmenspolitik							
Seminar in Company Policy							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.4166	150	5	1-4	SS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Seminar zur Unternehmenspolitik	Block	15	135	P	24	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Keine.						
4	<p>Inhalte:</p> <p>Unternehmenspolitik umfasst Maßnahmen und Entscheidungen des strategischen Managements, die das Verhalten der internen und externen Anspruchsgruppen des Unternehmens (Stakeholder) regeln und ihre Interessen harmonisieren. Entsprechend eng gekoppelt ist Unternehmenspolitik mit der Organisations- und Weisungsstruktur, der Unternehmenskultur sowie der Mission und Vision des Unternehmens. Grundfragen wie der Zweck der Geschäftstätigkeit an sich, die Partizipationsrechte der Mitarbeiter und die Verantwortung des Unternehmens gegenüber seiner ökologischen und sozialen Umwelt stehen im Fokus der Unternehmenspolitik.</p> <p>Das „Seminar zur Unternehmenspolitik“ deckt dieses breite Spektrum ab, indem es zu wechselnden Themen angeboten wird und meist in Kooperation mit namhaften Praxispartnern stattfindet. Beispiele für die inhaltliche Ausrichtung des Moduls aus den vergangenen Semestern sind „Compliance“ (mit PricewaterhouseCoopers) und „Nachhaltigkeitsberichterstattung“ (mit Diebold Nixdorf).</p> <p>Ziel des Moduls ist es, die Studierenden für die Chancen und Herausforderungen einer integrierten Unternehmenspolitik zu sensibilisieren, ihnen ihre Verantwortung als zukünftige Entscheidungsträger in Unternehmen bewusst zu machen und ihnen im Austausch mit Unternehmensvertretern die Möglichkeit zu geben, sich selbst (als zukünftige Führungskräfte) einen fundierten wie differenzierten Standpunkt zu aktuellen Problemstellungen in diesem Kontext zu erarbeiten.</p>						
5	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:</p> <p>Die Studierenden...</p> <p>Fachkompetenz Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ kennen die zentralen Begriffe, Ziele und Aufgaben der Unternehmenspolitik sowie die jeweiligen Gestaltungsoptionen. ▪ erlernen die Bedeutung von wirtschaftlichen Entscheidungsträgern im Geflecht verschiedener und zT konfligierender gesellschaftlicher Interessen. <p>Fachkompetenz Fertigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ kennen spezifische Konzepte und Methoden im Kontext der Unternehmenspolitik und können entsprechende Instrumente anwenden. ▪ wenden Methoden und Instrumenten aus dem Kontext der Unternehmenspolitik für unterschiedliche Aufgabenstellungen der Unternehmensführung an (insbesondere in Bereichen wie nachhaltiges Management, Corporate Social Responsibility und Compliance). 						

	Personale Kompetenz/Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> ▪ koordinieren, konzipieren und führen eine Gruppenarbeit durch. ▪ bereiten die Arbeitsergebnisse auf, präsentieren und diskutieren. Personale Kompetenz/Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ können Handlungsalternativen selbstständig auswählen ▪ wenden Handlungsoptionen an und bewerten diese zur Lösung unternehmenspolitischer Problemstellungen. 			
6	Prüfungsleistung:			
	<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)	Hausarbeit mit Präsentation	15 S./ 15 Min.	100%
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M. Sc. Wirtschaftspädagogik, M. Ed. Wirtschaftspädagogik			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. René Fahr			
12 a	Ansprechpartner/in Sabrina Plaß (splass[at]mail.upb.de)			
13	Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache ist Deutsch. Die Veranstaltung ist auf 24 Teilnehmer/innen begrenzt. Bitte beachten Sie, dass dieses Modul nicht in jedem Semester angeboten wird.			

Topics in Managerial Economics							
Topics in Managerial Economics							
Modulnummer: M.184.4172	Workload (h): 150	Credits: 5	Studiensemester: 1-4	Turnus: SS	Dauer (in Sem.): 1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Topics in Managerial Economics	Block	15	135	P	24	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Keine.						
4	Inhalte: Managers should base decisions on scientific evidence whenever possible. But what makes evidence scientific and when can you actually rely on it? If you want to know the answer, welcome to this course! In this course, we explore with you the world of (micro-)economic research, which is particularly relevant for management decisions but also interesting more generally. In the end, you will have learnt how to understand and interpret a scientific article, critically evaluate its claims, and even suggest improvements and further avenues of research. You are free to choose this article yourself (as long as we feel able to help you with the topic). The course is also ideally suited to prepare you for writing a scientific Master thesis.						
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Die Studierenden... Fachkompetenz Wissen identify and summarize research questions, intuition, and methodological approach of a given research article in economics. Fachkompetenz Fertigkeit present the research article. Personale Kompetenz/Sozialkompetenz suggest improvements for academic articles as well as avenues for further research. Personale Kompetenz/Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none">▪ identify the weaknesses and strong points of academic articles and critically assess the value of an academic article.▪ present und discuss their own results.▪ acquire strategies of gathering knowledge.▪ improve their self-management.						

6	Prüfungsleistung:			
	<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)	Hausarbeit	15 S.	100%	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: <i>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</i>			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Wendelin Schnedler			
12 a	Ansprechpartner/in Dr. Dilan Okcuoglu Celik (dilano(at)campus.uni-paderborn(dot)de)			
13	Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache ist Englisch. Die Veranstaltung ist auf 24 Teilnehmer/innen begrenzt. Bitte beachten Sie, dass dieses Modul nicht in jedem Semester angeboten wird.			

The theory and practice of entrepreneurship							
The theory and practice of entrepreneurship							
Modulnummer: M.184.5170	Workload (h): 150	Credits: 5	Studiensemester: 1-4	Turnus: SS	Dauer (in Sem.): 1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) The theory and practice of entrepreneurship	Block	15	135	P	24	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Keine.						
4	Inhalte: Entrepreneurship is considered one of the main drivers of economic growth and social change, entailing the market introduction of innovative products or services. Today all organizations recognize the challenges a rapidly changing marketplace presents. An entrepreneurial orientation allows firms, large and small, old or new, to react to these challenges in the pursuit of business opportunities. In order to achieve that, firms require individuals capable of identifying or creating business opportunities in their environment, conceiving a business model to capitalize on such opportunities, leveraging the resources necessary to implement the business model, managing across functional boundaries, fostering a culture of innovation, leading entrepreneurial teams, and creatively engaging with a dynamic context.						
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Die Studierenden... Fachkompetenz Wissen identify and summarize research questions, intuition, and methodological approach of a given research article in economics. Fachkompetenz Fertigkeit present the research article. Personale Kompetenz/Sozialkompetenz suggest improvements for academic articles as well as avenues for further research. Personale Kompetenz/Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none">▪ identify the weaknesses and strong points of academic articles and critically assess the value of an academic article.▪ present und discuss their own results.▪ acquire strategies of gathering knowledge.▪ improve their self-management.						

6	Prüfungsleistung:			
	<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)	Presentation	10 min	50%
b)	Presentation	10 min	50%	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: <i>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</i>			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Wendelin Schnedler			
12 a	Ansprechpartner/in Prof. Dr. Wendelin Schnedler			
13	Sonstige Hinweise: Die Unterrichtssprache ist Englisch. Die Veranstaltung ist auf 24 Teilnehmer/innen begrenzt. Bitte beachten Sie, dass dieses Modul nicht in jedem Semester angeboten wird.			

(3) HRM

Human Resource Management							
Human Resource Management							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.4141	300	10	1-4	SS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	Grundlagen	V	30	120	P	130	
b)	Empirische Personalforschung	V/Ü	20	130	P	130	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls						
	Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites):						
	Keine.						
4	<p>Inhalte:</p> <p>Das Modul vermittelt Kompetenzen zur strategischen Gestaltung des Personalmanagements und zur Formulierung und Organisation entsprechender Forschungsprojekte. Dazu werden sowohl ökonomische als auch sozialpsychologische Ansätze angewendet. In Teilmodul „Grundlagen“, dem ausgewählten Kapitel aus Sadowski (2002) zugrunde liegen, werden zentrale Konzepte eingeführt: vollständige und unvollständige Verträge, psychologische Verträge, Fairness, Partizipation, interne Arbeitsmärkte, Commitment und Fragen der Weiterbildung. Der breite Stakeholder-Ansatz, der diesem Modul zu Grunde liegt, sensibilisiert die Studierenden für die gesellschaftliche Verantwortung als zukünftige wirtschaftliche Entscheidungsträger.</p> <p>In Teilmodul „Empirische Personalforschung“ werden Kompetenzen in der empirischen Personalforschung vermittelt und eingeübt. Wesentliche Ansätze der empirischen Personalforschung werden hierzu am Beispiel der Regressionsanalyse nachvollzogen, sodass das Modul auch auf eigene Forschungsarbeiten vorbereitet.</p>						
5	<p>Lernergebnisse /learning outcomes, Kompetenzen:</p> <p>Die Studierenden ...</p> <p>Fachkompetenz Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ benennen, beschreiben und skizzieren einschlägige personalwirtschaftliche Theorien ▪ übertragen die einschlägigen personalwirtschaftlichen Theorien auf strategische Personalmanagementfragen ▪ ordnen verschiedene methodische Instrumente ein ▪ erkennen die wechselseitigen Abhängigkeiten zwischen gesellschaftlichen Entwicklungen und HR-Praxis und sind so in der Lage, Effizienz und soziale Folgen von HR-Praktiken zu bewerten <p>Fachkompetenz Fertigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ erstellen eine Konzeption einer empirischen Untersuchung ▪ wenden die vorgestellten Methoden im Rahmen einer empirischen Untersuchung an ▪ nutzen personalwirtschaftliche Theorien und Instrumente der Personalforschung für personalwirtschaftliche Fragestellungen <p>Personale Kompetenz/Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ stellen Lerngruppen zusammen und vertiefen das in der Vorlesung Erlernete ▪ lösen gemeinsam die Übungszettel ▪ erlernen so verschiedene Managementtechniken durch die Organisation der eigenen Gruppenarbeit 						

	Personale Kompetenz/Selbstständigkeit			
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ wählen selbstständig Forschungsinstrumente der Personalwirtschaft aus und bewerten diese ▪ nehmen Stellung zu Personalmanagementfragen auf Basis einer theoriegestützten Analyse 			
6	Prüfungsleistung:			
	<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 Min.	100.00%
7	Studienleistung/qualifizierte Teilnahme			
	Nein			
8	Voraussetzung für die Teilnahme an Prüfungen			
	Keine.			
9	Voraussetzung für die Vergabe von Credits:			
	Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote			
	Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen:			
	M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik.			
12	Modulbeauftragte/r:			
	Prof. Dr. Martin Schneider			
12	Ansprechpartner/in			
a	Christian Wilke (Christian-Manfred.Wilke[at]uni-paderborn.de)			
13	Sonstige Hinweise:			
	Unterrichtssprache: Deutsch			

Employment Systems							
Employment Systems							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.4140	300	10	1-4	WS	1		
1	Modulstruktur:						
		Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
	a)	Theory	V	30	120	P	120
	b)	Case Study Analyses	V	30	120	P	120
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb eines Moduls Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Keine.						
4	<p>Inhalte:</p> <p>An important aspect of managing employment relations is the systemic or holistic aspect: the fact that certain HR and employment practices are often combined in particular ways. Such combinations are often termed employment systems or HR systems, and a whole range of typologies have been suggested. In this module, these typologies are introduced in order to enhance students' understanding of employment systems, their building blocks, their logics, their efficiency in different situations, and their fairness for particular groups of employees.</p> <p>In the first element of the module, basic building blocks and different typologies are introduced. In the second element of the module, students are asked to apply the concepts to a company case study. The concepts discussed come from economics, sociology and human resource management. The case study as an empirical method is introduced for students to apply the concept to a real-world case they are asked to research in an independent way, based on company documents and published material.</p> <p>While the first part of the module addresses different approaches to HRM in an international comparison, the second part requires reading and reflecting current research in this area.</p>						
5	<p>Lernergebnisse /learning outcomes, Kompetenzen:</p> <p>Students...</p> <p>Fachkompetenz Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ identify typologies of employment systems. ▪ compare the basic theoretical building blocks found in economics, sociology, and HRM. ▪ Understand the interconnections between different institutions, different types of labor markets and HR practises. ▪ outline the case as a smallempirical method. <p>Fachkompetenz Fertigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ apply basic concepts and employment systems typologies to real-world company cases. ▪ evaluate the efficiency and the fairness of employment systems. ▪ design seminar paper (case study). ▪ write down the results of a company case study. <p>Personale Kompetenz/Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ participate in an interactive seminar and debate about central concepts of employment systems. <p>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ develop a research question based on collected data. ▪ search for information and literature. 						

6	Prüfungsleistung:			
	<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	90 Min.	50%
b)	Klausur	90 Min.	50%	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Keine			
8	Voraussetzung für die Teilnahme an Prüfungen: Keine			
9	Voraussetzung für die Vergabe von Credits: Die Vergabe von Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Martin Schneider			
12 a	Ansprechpartner/in: Prof. Dr. Martin Schneider (martin.schneider@uni-paderborn.de)			
13	Sonstige Hinweise: Unterrichts- und Prüfungssprache: Englisch.			

Verhaltensexperimente							
Behavioral Experiments							
Modulnummer: M.184.5156	Workload (h): 300	Credits: 10	Studiensemester 1-4	Turnus: WS	Dauer (in Sem.): 1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Verhaltensexperimente	V	15	90	P	40	
	b) Verhaltensexperimente in der Anwendung	Ü	15	90	P	40	
	c) Verhaltensexperimente- Tutorium	Ü	15	75	P	40	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb eines Moduls Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.						
4	Inhalte: Im Rahmen von Projekten erarbeiten die Studierenden in Kleingruppen eine Forschungsfrage zum Verhalten von Menschen in Organisationen, die dann im Rahmen eines Feldversuchs untersucht wird. Die Studierenden durchlaufen einen kompletten Forschungszyklus von Fragestellung über Hypothesenentwicklung bis zum empirischen Design und der Datenanalyse. Das Modul ist forschungsorientiert und verlangt von den Studierenden, durch eine theoretisch begründete Manipulation Intervention (Treatment), den Versuch zu unternehmen, ein gesellschaftliches Problem zu verbessern. Aktuelle Beispiele aus den vergangenen Jahren sind Möglichkeiten zur Verringerung von Ressourcenverschwendung, Diskriminierung oder die Erhöhung von Spendenbereitschaft, gesellschaftlicher Verantwortung o.ä.						
5	Lernergebnisse /learning outcomes, Kompetenzen: Studierende... Fachkompetenz Wissen <ul style="list-style-type: none"> ▪ sollen Problemstellungen aus der empirischen Forschung zum Verhalten von Menschen in ökonomisch und gesellschaftlich relevanten Fragestellungen kennenlernen, aktuelle Theorien darauf anwenden und selber weiter erforschen. Fachkompetenz Fertigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ sollen die Durchführung von Experimenten und deren Auswertung erlernen. Personale Kompetenz/Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> ▪ sollen sich in Gruppen ein Konzept für die Durchführung des Experiments überlegen und durchführen, eine gemeinsame Präsentation vorbereiten und diese zur Diskussion stellen. Personale Kompetenz/Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ sollen eine eigene Idee und dazugehörige Hypothesen entwickeln, das Experiment eigenständig durchführen, auswerten und präsentieren. 						

6	Prüfungsleistung:			
	<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	10 Minuten	30%
b)	Mündliche Prüfung auf Grundlage eines Posters	20 Minuten	70%	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein			
8	Voraussetzung für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.			
9	Voraussetzung für die Vergabe von Credits: Die Vergabe von Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor:1)			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Kirsten Thommes			
12 a	Ansprechpartner/in: Prof. Dr. Kirsten Thommes (kirsten.thommes[at]uni-paderborn.de)			
13	Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache ist Deutsch. Dieses Modul ist begrenzt auf 30-50 Teilnehmer. Die Anmeldung erfolgt über Paul. Bitte beachten Sie die Teilnehmer- und Wartelisten auf der Homepage der Fakultät Wiwi.			

Seminar Organisationales Verhalten							
Seminar Organizational Behavior							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.4157	150	5	1-4	WS, SS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	Seminar Organisationales Verhalten	S	30	120	P	15-25	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb eines Moduls Keine						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.						
4	Inhalte: Inhalt des Seminars ist die Diskussion ausgewählter Probleme des Verhaltens von Menschen in Organisationen. Die Studierenden erarbeiten selbstständig und mithilfe wissenschaftlicher Methoden eine Fragestellung. Die konkreten Inhalte des Moduls ändern sich semesterweise. Seit langem wird diskutiert, welches Ausmaß des menschlichen Verhaltens vorbestimmt ist durch die Gene (Nature) oder ob alles durch die soziale Umgebung erlernt wird (Nuture). Anhand ausgewählter Fragestellungen sollen die Studierenden untersuchen, welche Studien für die eine Sicht und welche Studien für die andere Sicht sprechen. Die Studien sollen aufgearbeitet werden und einer eigenen kritischen Analyse unterzogen werden. Abschließend sollen die Studierenden ein eigenständiges Untersuchungsdesign entwickeln, das dazu geeignet wäre, die Fragestellung der Seminararbeit abschließend zu beantworten.						
5	Lernergebnisse /learning outcomes, Kompetenzen: Studierende... Fachkompetenz Wissen <ul style="list-style-type: none"> ▪ sollen aktuelle Probleme und Lösungsmöglichkeiten organisationalen Verhaltens kennenlernen und Kenntnisse zur Anwendung personalwirtschaftlichen und organisationalen Wissens gewinnen. ▪ sollen eigene Forschungsfragen entwickeln und die dazu relevante Literatur einordnen können. ▪ sollen Forschungsarbeiten lesen, verstehen und einordnen können. Fachkompetenz Fertigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ sollen Problematiken in dem Themenkomplex erkennen und diese auf realweltliche Vorgehen in Organisationen anwenden. Personale Kompetenz/Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> ▪ sollen in Gruppen zusammen ein Thema bearbeiten und daraus eine Seminararbeit mit Präsentation in koordinierter Absprache erstellen. Personale Kompetenz/Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ sollen eine selbständige Literaturrecherche durchführen und darauf aufbauend eine eigenständige Seminararbeit planen und unter den Aspekten wissenschaftlichen Schreibens bearbeiten. Die Ergebnisse werden in einer Präsentation aufbereitet. 						

6	Prüfungsleistung:		
	<input type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP) <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP) <input checked="" type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)		
	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang
	a)	Präsentation mit Diskussion in Partnerarbeit	10 Min. pro Person + 10 Min. Diskussion
a)	Seminararbeit in Partnerarbeit	10 S. pro Person	30%
a)			70%
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein		
8	Voraussetzung für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.		
9	Voraussetzung für die Vergabe von Credits: Die Vergabe von Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.		
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1)		
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik		
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Kirsten Thommes		
12 a	Ansprechpartner/in: Prof. Dr. Kirsten Thommes (kirsten.thommes[at]uni-paderborn.de)		
13	Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache ist Deutsch. Dieses Modul ist begrenzt auf 15-25 Teilnehmer. Die Anmeldung erfolgt über Paul. Bitte beachten Sie die Teilnehmer- und Wartelisten auf der Homepage der Fakultät Wiwi. Blockseminar. Das Modul wird voraussichtlich an den folgenden Tagen stattfinden: 16.11.2019 von 11:00-13:00 Uhr und 28.11.2019, 09:00-18:00 Uhr. Bitte beachten Sie die finalen Raum- und Zeitangaben in PAUL.		

Bildungsmanagement							
Educational Management							
Modulnummer: M.184.4562	Workload (h): 150	Credits: 5	Studiensemester 1-4	Turnus: SS	Dauer (in Sem.): 1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	Vorlesung	V	30	75	P		
b)	Übung	Ü	15	30	P		
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb eines Moduls Keine						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.						
4	Inhalte: 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.						
5	Lernergebnisse /learning outcomes, Kompetenzen: Studierende... Fachkompetenz Wissen <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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. ▪ sollen Organisationsformen von Bildungsmaßnahmen für die inner- und außerbetriebliche Weiterbildung kennen. ▪ sollen pädagogische und didaktische Grundkonzepte der betrieblichen Bildung kennen. Fachkompetenz Fertigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ sollen lernen, den Weiterbildungsmarkt systematisch analysieren zu können. ▪ sollen Bildungsmaßnahmen hinsichtlich ihrer Passung zu Bildungszielen beurteilen können. ▪ sollen beispielhaft Bildungsmaßnahmen entwerfen können. Personale Kompetenz/Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> ▪ sollen in Gruppen zu vorgegebenen Fragen eine Lösungsmöglichkeit entwerfen, präsentieren und diskutieren. Personale Kompetenz/Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ sollen die Fragen der Weiterbildung mithilfe von gegebenen Materialien und selbst recherchierten Methoden bearbeiten können. 						

6	Prüfungsleistung:			
	<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 (online-Prüfung, die Studierenden haben in einem 3 Stunden-Fenster Zeit, die Prüfung herunterzuladen, zuhause zu bearbeiten und wieder hochzuladen)	60 Minuten	100%	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein			
8	Voraussetzung für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.			
9	Voraussetzung für die Vergabe von Credits: Die Vergabe von Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1)			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Kirsten Thommes; Prof. Dr. Tobias Jenert			
12 a	Ansprechpartner/in: Prof. Dr. Kirsten Thommes (kirsten.thommes[at]juni-paderborn.de) Prof. Dr. Tobias Jenert (tobias.jenert[at]upb.de)			
13	Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache ist Deutsch. Änderung der Prüfungsform aufgrund des Ausbruchs der Infektionskrankheit COVID-19 in Abstimmung mit dem Prüfungsausschus.			

Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre						
Introduction to the theories of modern business administration						
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester	Turnus:	Dauer (in Sem.):	
M.184.5122	150	5	1-4	WS, SS	1	
1	Modulstruktur:					
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
a)	Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre	V	30	120	P	1
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb eines Moduls Keine					
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.					
4	<p>Inhalte:</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 und Personal.</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"> Definitive Abgrenzungen von Management, Organisation und Personal Managementtechniken und -modelle Managementfunktionen Unternehmenskultur mit interkulturellem Management Führungsstile Strategisches Management (z. B. Wettbewerbsanalyse, Erfahrungskurve, Marktwachstums-/Marktanteils-Portfolio, Benchmarking, Produkt-/Marktstrategien, Wettbewerbsstrategien, Kernkompetenzen, Balanced Scorecard) Aufbau- und Ablauforganisation Organisationstheoretische Ansätze (z. B. Scientific Management, Administrative Ansätze, Human-Relations-Ansatz, Situative Ansätze, Institutionenökonomische Ansätze) Organisationsformen mit ihren jeweiligen Strukturierungsprinzipen Konzepte des geplanten organisatorischen Wandels (z. B. Business Reengineering, Organisationsentwicklung) Personalbedarfsermittlung, Personalbeschaffung, Personaleinsatz, Personalmotivation und -honorierung, Personalentwicklung und Personalfreistellung <p>Diese Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre bietet den Studierenden ein tiefgreifendes Verständnis über relevante Themen der betriebswirtschaftlichen Praxis spezieller Funktionen eines Unternehmens aus aktueller Sicht.</p>					
5	Lernergebnisse /learning outcomes, Kompetenzen: Studierende...					

	<p>Fachkompetenz Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ lernen vordergründig die unternehmerischen Funktionen Management, Organisation und Personal kennen, vertiefen ihre Kenntnisse der Methoden und Instrumente dieser unternehmerischen Funktionen sowie die ihnen zugrundeliegenden Konzepte, Modelle und Theorien. <p>Fachkompetenz Fertigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ lernen die funktionspezifischen Begriffe und Konzepte auf relevante Problemstellungen anzuwenden und unter Einbezug gegenwärtiger wirtschaftlicher Geschehnisse zu analysieren, zu transferieren und kontrovers zu diskutieren. <p>Personale Kompetenz/Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ arbeiten bei der Präsentation von Übungsaufgaben und Diskussionsfragen innerhalb der Vorlesung mit. <p>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ bereiten die Inhalte der Vorlesung selbstständig vor und nach. 								
6	<p>Prüfungsleistung: <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>90 Min.</td> <td>100%</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Klausur	90 Min.	100%
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote						
a)	Klausur	90 Min.	100%						
7	<p>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein</p>								
8	<p>Voraussetzung für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.</p>								
9	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credits: Die Vergabe von Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.</p>								
10	<p>Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1)</p>								
11	<p>Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Wirtschaftspädagogik M.Ed. Wirtschaftspädagogik B.Sc. Sportökonomie B.Ed. Lehramt an Berufskollegs</p>								
12	<p>Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Kirsten Thommes</p>								
12 a	<p>Ansprechpartner/in: Prof. Dr. Kirsten Thommes (kirsten.thommes[at]uni-paderborn.de)</p>								
13	<p>Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache ist Deutsch.</p>								

Arbeits- und Personalpsychologie							
Work and Personnel Psychology							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.4101	150	10	1-4	WS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	Ansätze und Methoden der Personal- und Organisationsentwicklung	S	30	70	P	60	
b)	Gruppen und Teams in Organisationen	S	30	70	P	60	
c)	Personalentwicklung durch eLearning	S	30	70	P	60	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Keine.						
4	Inhalte: 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. In einem weiteren Seminar 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 Seminar „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.						
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Die Studierenden... Fachkompetenz Wissen: <ul style="list-style-type: none"> ▪ kennen die zentralen Theorien, Aufgaben und Anwendungsgebiete der Personal- und Organisationsentwicklung und der jeweiligen Gestaltungsoptionen. Fachkompetenz Fertigkeiten: <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 Personale Kompetenz/Sozialkompetenz: <ul style="list-style-type: none"> ▪ bilden Gruppen ▪ diskutieren Lösungen und präsentieren Ergebnisse 						

	<ul style="list-style-type: none"> erwerben Fähigkeiten zur situationsangemessenen Kommunikation in betrieblichen Anwendungskontexten, zur Lösung von komplexen sozialen Problemen und zum effektiven und selbstorganisierten Arbeiten in Gruppen. <p>Personale Kompetenz/ Selbstständigkeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> können selbständig Handlungsoptionen zur Lösung arbeits- und organisationspsychologischer Problemstellungen im Kontext der Personal- und Organisationsentwicklung auswählen, anwenden und bewerten 																
6	<p>Prüfungsleistung: <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>10 Min.</td> <td>33%</td> </tr> <tr> <td>b)</td> <td>Präsentation</td> <td>10 Min.</td> <td>33%</td> </tr> <tr> <td>c)</td> <td>Präsentation</td> <td>10 Min.</td> <td>33%</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Präsentation	10 Min.	33%	b)	Präsentation	10 Min.	33%	c)	Präsentation	10 Min.	33%
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote														
a)	Präsentation	10 Min.	33%														
b)	Präsentation	10 Min.	33%														
c)	Präsentation	10 Min.	33%														
7	<p>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein</p>																
8	<p>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine</p>																
9	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.</p>																
10	<p>Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).</p>																
11	<p>Verwendung des Moduls in den Studiengängen: 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</p>																
12	<p>Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Niclas Schaper</p>																
12 a	<p>Ansprechpartner: Prof. Dr. Niclas Schaper</p>																
13	<p>Sonstige Hinweise: Die Unterrichtssprache ist Deutsch.</p>																

Applied Organizational Economics: Theory and Empirical Evidence							
Applied Organizational Economics: Theory and Empirical Evidence							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.4137	300	10	1-4	WS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Applied Organizational Economics: Theory and Empirical Evidence	V	60	240	P	30	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Studierende sollten Einführungskurse in Organisationsökonomie und/oder Mikroökonomie und Statistik erfolgreich abgeschlossen haben. Darüber hinaus sollten die Studierenden befähigt sein, Forschungspapiere, die ökonomische Techniken verwenden, zu lesen und zu verstehen. Students should have successfully completed introductory courses in organizational economics and/or microeconomics and statistics. Moreover, students should be able to read and understand papers using econometric techniques.						
4	Inhalte: "Studierende müssen lernen, wie man logisch über Märkte und Organisationen nachdenkt. Die grundlegenden Werkzeuge der Wirtschaftswissenschaften bieten den Studierenden die notwendigen Fähigkeiten für grundlegende Analysen von unternehmerischen Problemstellungen, die während der beruflichen Laufbahn mit hoher Wahrscheinlichkeit auftreten" (Brickley, J.A., C.W. Smith and J.L. Zimmerman 2007: p.IV). A. Kursbeschreibung In diesem Modul geht es um die zentralen Fragen der Organisationsökonomie: Wie interagieren selbstinteressierte Gruppen innerhalb von Organisationen? Wie können die Interessen verschiedener Parteien in Einklang gebracht werden? Wie können Corporate-Governance-Mechanismen diese Interaktionen steuern? Diese Fragen werden anhand einer Vielzahl von Fallstudien aus den unterschiedlichsten Bereichen (Unternehmen und gemeinnützige Organisationen, Gefängnisse, Kriegsgefangenenlager, Schulen und Universitäten usw.) angesprochen. Einige der interessantesten Themen sind die folgenden: Welche Auswirkungen haben Organisationsformen und Eigentümerziele auf die Unternehmensleistung? Wie interagieren Firmen miteinander? Welche Auswirkungen haben Managementqualität und Mitarbeiterförderung auf die Unternehmensleistung? Wie interagieren Einzelpersonen und Teams in Organisationen (sowohl in Standard- als auch in Extremsituationen)? Sind Anreize notwendig oder schädlich für die Motivation von Einzelpersonen und Teams? Diese Fragen werden nicht in einem einzigen Lehrbuch behandelt, sondern anhand einer Reihe detaillierter Fallstudien ("Insider-Ökonometrie-Ansatz"), die kürzlich in führenden Wirtschafts- und Management-Fachzeitschriften veröffentlicht wurden. Darüber hinaus wird ein sehr umfangreicher und innovativer Datensatz von Nicolas Bloom und John van Reenen verwendet, um die Auswirkungen der Managementqualität und der Managementpraktiken auf die Unternehmensleistung empirisch zu analysieren. Da die Forscher Zugang zu ihren Daten gewährt haben (http://worldmanagementsurvey.org), können die Studierende diese Daten (entweder in SPSS oder in STATA) verwenden und lernen, einfache Modelle zu schätzen und ihre Ergebnisse zu interpretieren. Ziel des Seminars ist es daher, die Aufmerksamkeit der Studierenden auf den neuesten Stand der Forschung zu lenken und sie in die Lage zu versetzen, besser zu verstehen, was "hervorragende" von "durchschnittlicher"						

	<p>Forschung unterscheidet.</p> <p>Die Studierenden müssen zunächst ein Forschungspapier pro Woche lesen (Forschungspapiere werden zu Beginn des Kurses zugeteilt). Jedes Papier wird von einem Team von zwei Personen zusammengefasst und präsentiert.</p> <p>Zweitens werden die Studenten gebeten, eine kurze Forschungsarbeit zu verfassen, die auf den Ergebnissen ihrer Schätzungen unter Verwendung der Bloom- und van Reenen-Daten basiert. Dies wird wiederum in Gruppen von zwei Personen durchgeführt.</p> <p>Die Präsentation darf 10 Folien nicht überschreiten und die maximale Seitenzahl des begleitenden Forschungspapier (Erörterung der Ergebnisse der Forschungsarbeit) beträgt 12.</p> <p>Darüber hinaus dürfen maximal 12 Seiten der Arbeit bis zum Ende des Wintersemesters (15. März 2017) eingereicht werden (Titelblatt, Tabellen und Referenzen nicht enthalten).</p> <p>Die Abschlussnote beinhaltet die Note für die Präsentation (50%) und die Forschungsarbeit (50%). Am Ende des Semesters findet keine schriftliche Prüfung statt.</p> <p>Die wöchentlichen Treffen beinhalten eine Vorlesung (zwei Stunden) und eine Präsentation/Diskussion (zwei Stunden).</p> <p>“Students must learn how to think logically about both markets and organizations. The basic tools of economics offer students the skill set necessary for rigorous analysis of business problems they will likely encounter throughout their careers” (Brickley, J.A., C.W. Smith and J.L. Zimmerman 2007: p.IV).</p> <p>A. Course Outline</p> <p>In this seminar, the central questions of organizational economics – How do self-interested parties interact within organizations? How can the interests of different parties be aligned? How can corporate governance mechanisms control these interactions? – will be addressed using a large number of case studies from very different environments (firms and non-profit organizations, prisons, prisoner of war camps, schools and universities, etc.). Some of the most interesting topics are the following:</p> <ul style="list-style-type: none"> - What is the impact of organizational forms and owner objectives on firm performance? - How do firms interact with each other (inter-firm contracts)? - What is the impact of management quality and worker empowerment on organizational performance? - How do individuals and teams interact in organizations (in standard as well as in extreme situations)? - Are incentives necessary or detrimental to the motivation of individuals as well as teams? - These questions will not be addressed by using a single textbook, but by discussing a number of detailed case studies (“insider econometrics approach”) that have been published recently in leading economics and management journals. <p>Moreover, a very large and innovative dataset compiled by Nicolas Bloom and John van Reenen will be used to empirically analyze the impact of management quality and management practices on firm performance. Since the researchers have generously provided access to their data (http://worldmanagementsurvey.org) students can use that data (either in SPSS or in STATA) and learn how to estimate simple models and to interpret their findings.</p> <p>Thus, the seminar seeks to increase students’ attention for state-of-the-art research and to enable them to better understand what distinguishes “excellent” from “average” research.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Students are, first, requested to read one paper per week (papers will be assigned at the beginning of the course). Each paper will be summarized and presented by a team of two people. 2. Second, students are requested to write a short research paper based on the findings of their estimations using the Bloom and van Reenen data. Again, this will be done in groups of two people. 3. The presentation must not exceed 10 slides and the maximum number of pages of the accompanying essay (discussing the results of the research paper) is 12. 4. Moreover, the maximum number of pages of the research paper to be submitted until the end of the winter semester (March 15, 2017) is also 12 (title page, tables and references not included). 5. The final grade includes the grade for the presentation (50%) and the research paper (50%). There will be no written exam at the end of the semester. 6. Weekly class meetings include lecture (two hours) and presentation/discussion (two hours).
5	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Studierende/ Students...</p>

	<p>Fachkompetenz Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ werden mit Entscheidungsfindungs- und Problemlösungstechniken vertraut gemacht. ▪ lernen, empirische Arbeiten zu "grundlegenden" Problemen der Organisationsökonomie zu verstehen und kritisch zu bewerten. ▪ lernen, ökonomische Konzepte anzuwenden und in Top-Fachzeitschriften veröffentlichte Arbeiten kritisch zu bewerten und werden so mit Kriterien vertraut gemacht, die es ihnen ermöglichen, zwischen qualitativ hochwertigen und qualitativ minderwertigen Daten sowie qualitativ hochwertigen und qualitativ minderwertigen Arbeiten zu unterscheiden ▪ are made familiar with decision-making and problem-solving techniques. ▪ learn to understand and critically evaluate empirical papers addressing "fundamental" problems in organizational economics. ▪ learn to apply economic concepts and to critically evaluate papers published in top journals and are, thus, made familiar with criteria enabling them to distinguish between high- and low-quality data as well as high- and low-quality papers. <p>Fachkompetenz Fertigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ erfahren wie Sie ein Forschungsthema adressieren und wie Sie mit der Statistiksoftware Stata Daten sammeln, analysieren und interpretieren. ▪ learn how to address a research topic as well as how to collect, analyze and interpret data by the means of the statistical software Stata. <p>Personale Kompetenz/ Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wenden ihr Wissen an, indem sie eine eigene Forschungsfragen bearbeiten, die sie in Gruppen beantworten ▪ apply their knowledge by focusing on own research questions which they answer in groups. <p>Personale Kompetenz/ Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ erlernen Führungstechniken (Führung eines Teams) sowie Präsentationsfähigkeiten und -techniken. ▪ learn leadership skills (how to manage a team) as well as presentation techniques and skills. 								
6	<p>Prüfungsleistung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP) <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP) <input type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1" data-bbox="220 1227 1437 1384"> <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>Hausarbeit mit Präsentation</td> <td>20 S./30 Min</td> <td>100%</td> </tr> </tbody> </table>	Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Hausarbeit mit Präsentation	20 S./30 Min	100%
Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote						
a)	Hausarbeit mit Präsentation	20 S./30 Min	100%						
7	<p>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein</p>								
8	<p>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.</p>								
9	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.</p>								
10	<p>Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).</p>								
11	<p>Verwendung des Moduls in den Studiengängen: 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. 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</p>								

12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Bernd Frick
12 a	Ansprechpartner/in: Prof. Dr. Bernd Frick (bernd.frick[at]uni-paderborn.de)
13	Sonstige Hinweise: Die Unterrichtssprache ist Englisch und die Anzahl der Teilnehmer ist auf 25-35 Personen begrenzt. Bitte überprüfen Sie die Zulassungslisten der Fakultät. The language of the course is English and the number of participants is restricted to 25-35 students. Please check the lists provided by the faculty online

Happiness Economics & Econometrics							
Happiness Economics							
Modulnummer: M.184.4139	Workload (h): 150	Credits: 5	Studiensemester 1-4	Turnus: WS	Dauer (in Sem.): 1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Happiness Economics	S	30	120	P	30	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb eines Moduls Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.						
4	<p>Inhalte:</p> <p>Dieser Kurs befasst sich mit einem neueren Forschungsschwerpunkt in der Ökonomie, der Glücksforschung. Ausgehend von konzeptionellen Grundlagen zum Glück, subjektivem Wohlbefinden, Lebenszufriedenheit sowie psychischer und physischer Gesundheit werden in diesem Modul die Determinanten des individuellen Glücks untersucht. Insbesondere werden die Auswirkungen von Soziodemografie, Einkommen und Beschäftigung, Sozialkapital, Gesundheit, Lebensereignissen usw. anhand von einschlägig veröffentlichten Zeitschriftenartikeln untersucht. Der Kurs befasst sich weiterhin mit methodischen Aspekten und Methoden der Ökonometrie. Beispielsweise werden in Studien, die die Auswirkung der Sportbeteiligung auf das Glück untersuchen, häufig Endogenitätsprobleme diskutiert. Von methodischer Bedeutung ist auch, wenn in Glücksmodellen immateriellen Werten (z. B. Freunden, Gesundheit) Geldwerte (Schattenpreis) zugewiesen werden. Das Modul richtet sich an Studierende mit starkem Interesse an empirischer Forschung.</p> <p>This course tackles a more recent research stream within economics, i.e., the economics of happiness. Starting with conceptual foundations regarding happiness, subjective well-being, life satisfaction, as well as psychological and physical health, the determinants of individual happiness are examined in this module. Specifically, the effects of socio-demographics, income and employment, social capital, health, life events etc. are examined using journal articles published in this field. The course is also concerned with methodological aspects and econometrics, for example, when endogeneity issues are discussed in studies examining the effect of sport participation on happiness or when intangibles (e.g., friends, health) are assigned a monetary value (shadow price) using a happiness equation. The module is designed for students with a strong interest in empirical research.</p>						
5	<p>Lernergebnisse /learning outcomes, Kompetenzen:</p> <p>Studierende...</p> <p>Fachkompetenz Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ verstehen Einflüsse von verschiedenen Variablen, u.a. sozio-ökonomischen Faktoren, Einkommen, Beschäftigung, Sozialkapital, Gesundheit und Lebensereignisse ▪ understand the effects of socio-demographics, income and employment, social capital, health, life events. <p>Fachkompetenz Fertigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ sind fähig, eigene wissenschaftliche Arbeiten unter Verwendung der wissenschaftlichen Terminologie zu verfassen. ▪ are able to write their papers by the means of scientific terminologies. ▪ 						

	Personale Kompetenz/Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> ▪ lernen, Methoden zur Beantwortung von ökonomischen Forschungsfragen auszuwählen, anzuwenden und zu bewerten. ▪ learn to choose, apply and evaluate methods in order to answer an economic research question. Personale Kompetenz/Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ lernen, Informationen in verschiedenen Quellen (u.a. im Internet) zu recherchieren und ein eigenes (erstes) Forschungspapier zu verfassen. ▪ präsentieren die Ergebnisse des eigenen Projekts. ▪ learn to research information (among other sources) on the internet and write an own (first) scientific paper. ▪ present own results of their project work. 			
6	Prüfungsleistung:			
	<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)	Hausarbeit mit Präsentation	12 S./ 15 Min.	100% (70%/30%)
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein			
8	Voraussetzung für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.			
9	Voraussetzung für die Vergabe von Credits: Die Vergabe von Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor:1)			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Bernd Frick			
12 a	Ansprechpartner/in: Laura Urgelles (laura.kellner [at]uni-paderborn.de)			
13	Sonstige Hinweise: The language of the course is English. The paper can be written either in German or English language. The presentation has to be held in English. It is only allowed to attend the 5 ECTS or the 10 ECTS course. Students from both courses attend the same lecture, the courses only differ in the required number of pages for the assignment. The number of participants is restricted to 10-20 students. A registration via Paul is not possible. Please hand in a 250-words exposé for the application. The exposé should answer the following questions: What is your motivation to participate in the course? What do you expect from the course? What could be a research question in the area of happiness economics and econometrics?			

Happiness Economics							
Happiness Economics							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.5139	300	10	1-4	WS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Happiness Economics	S	60	240	P	10-20	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.						
4	<p>Inhalte:</p> <p>Dieser Kurs befasst sich mit einem neueren Forschungsschwerpunkt in der Ökonomie, der Glücksforschung. Ausgehend von konzeptionellen Grundlagen zum Glück, subjektivem Wohlbefinden, Lebenszufriedenheit sowie psychischer und physischer Gesundheit werden in diesem Modul die Determinanten des individuellen Glücks untersucht. Insbesondere werden die Auswirkungen von Soziodemografie, Einkommen und Beschäftigung, Sozialkapital, Gesundheit, Lebensereignissen usw. anhand von einschlägig veröffentlichten Zeitschriftenartikeln untersucht. Der Kurs befasst sich weiterhin mit methodischen Aspekten und Methoden der Ökonometrie. Beispielsweise werden in Studien, die die Auswirkung der Sportbeteiligung auf das Glück untersuchen, häufig Endogenitätsprobleme diskutiert. Von methodischer Bedeutung ist auch, wenn in Glücksmodellen immateriellen Werten (z. B. Freunden, Gesundheit) Geldwerte (Schattenpreis) zugewiesen werden. Das Modul richtet sich an Studierende mit starkem Interesse an empirischer Forschung.</p> <p>This course tackles a more recent research stream within economics, i.e., the economics of happiness. Starting with conceptual foundations regarding happiness, subjective well-being, life satisfaction, as well as psychological and physical health, the determinants of individual happiness are examined in this module. Specifically, the effects of socio-demographics, income and employment, social capital, health, life events etc. are examined using journal articles published in this field. The course is also concerned with methodological aspects and econometrics, for example, when endogeneity issues are discussed in studies examining the effect of sport participation on happiness or when intangibles (e.g., friends, health) are assigned a monetary value (shadow price) using a happiness equation. The module is designed for students with a strong interest in empirical research.</p>						
5	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:</p> <p>Students...</p> <p>Fachkompetenz Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ verstehen Einflüsse von verschiedenen Variablen, u.a. sozio-ökonomischen Faktoren, Einkommen, Beschäftigung, Sozialkapital, Gesundheit und Lebensereignisse. ▪ understand the effects of socio-demographics, income and employment, social capital, health, life events <p>Fachkompetenz Fertigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ sind fähig, eigene wissenschaftliche Arbeiten unter Verwendung der wissenschaftlichen Terminologie zu verfassen. ▪ are able to write their papers by the means of scientific terminologies. <p>Personale Kompetenzen/ Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ lernen, Methoden zur Beantwortung von ökonomischen Forschungsfragen auszuwählen, anzuwenden und zu bewerten. ▪ learn to choose, apply and evaluate methods in order to answer an economic research question. 						

	Personale Kompetenzen/ Selbstständigkeit			
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ lernen, Informationen in verschiedenen Quellen (u.a. im Internet) zu recherchieren und ein eigenes (erstes) Forschungspapier zu verfassen. ▪ präsentieren die Ergebnisse des eigenen Projekts. ▪ learn to research information (among other sources) on the internet and write an own (first) scientific paper. ▪ present own results of their project work. 			
6	Prüfungsleistung:			
	<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)	Hausarbeit mit Präsentation	20 S./15 Min.	100% (70%/30%)
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:			
	Nein			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:			
	Keine.			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:			
	Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote:			
	Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen:			
	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. 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			
12	Modulbeauftragte/r:			
	Prof. Dr. Bernd Frick			
12	Ansprechpartner/in:			
a	Laura Urgelles (laura.kellner[at]uni-paderborn.de)			
13	Sonstige Hinweise:			
	The language of the course is English. The paper can be written either in German or English language. The presentation has to be held in English. It is only allowed to attend the 5 ECTS or the 10 ECTS course. Students from both courses attend the same lecture, the courses only differ in the required number of pages for the assignment. The number of participants is restricted to 10-20 students. Please hand in a 250-words exposé for the application. The exposé should answer the following questions: What is your motivation to participate in the course? What do you expect from the course? What could be a research question in the area of happiness economics and econometrics?			

Interdisziplinäres Seminar in Personalwirtschaft							
<i>Interdisciplinary Seminar in HRM</i>							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.5140	150	5	1-4	WS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	K.184.51401 / Interdisziplinäres Seminar in Personalwirtschaft	S	30	120	P	20-25	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls Keine						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.						
4	Inhalte: <p>Persönliche Motivlagen wie Geldgier, Eigeninteresse, rationales Gewinnstreben, Konsumsucht und religiös oder auch psychologisch bedingte Sparsamkeit sind zentrale Elemente wirtschaftswissenschaftlicher und -historischer Theoriebildung. Solche ökonomische Motivlagen werden auch in literarischen Texten vor dem Hintergrund historischer Weichenstellungen reflektiert. Im Feld literarischer Fiktion lassen sich modellhafte Lösungsangebote ebenso beobachten wie krisenhafte Zuspitzungen. Das interdisziplinär angelegte Seminar möchte den Spektren ökonomischer Motivlagen, die von Gier, Geld und Markt handeln, nachspüren und das Verhältnis zwischen Immaterialität und Vernunft, Irrationalität und Rationalität, Selbstsucht und Altruismus genauer in den Blick nehmen. Wir werden ausgewählte soziologische, wirtschaftswissenschaftliche, kulturwissenschaftliche und literarische Texte analysieren, die u.a. Einsichten zum Homo oeconomicus, zu den Grundlagen des modernen Kapitalismus und zum individuellen Verhalten in Beruf und Karriere vermitteln.</p>						
5	Lernergebnisse /learning outcomes, Kompetenzen: Studierende... <p>Fachkompetenz Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ stellen die Bezüge zwischen literarischen Texten einerseits und wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Theorien andererseits her. ▪ formulieren wichtige Antworten auf Fragen zu Motivlagen (Rationalität, Emotionalität, Eigennutz und Gier) in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften sowie der Literatur. ▪ identifizieren sich wiederholende Grundfiguren in Diskussion um das Menschenbild. ▪ interpretieren Texte. <p>Fachkompetenz Fertigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ beurteilen die ethische Bewertung egoistischen Handelns. ▪ konzipieren eine wissenschaftliche Hausarbeit. <p>Personale Kompetenz/ Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ partizipieren in einem interaktiven Seminar. ▪ beteiligen sich an Diskussionen über Menschenbilder u.a. <p>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ stellen eigenverantwortlich Informationen zusammen und analysieren diese. 						

6	Prüfungsleistung:			
	<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)	Hausarbeit	15 S.	100%	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein			
8	Voraussetzung für die Teilnahme an Prüfungen: Keine			
9	Voraussetzung für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1)			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik.			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Martin Schneider			
12 a	Ansprechpartner/in: Prof. Dr. Martin Schneider			
13	Sonstige Hinweise: Die Unterrichtssprache ist Deutsch. Dieses Modul ist begrenzt auf 20-25 Teilnehmer. Die Anmeldung erfolgt über Paul. Bitte beachten Sie die Teilnehmer- und Wartelisten auf der Homepage der Fakultät Wiwi.			

(4) Ethics & Sustainability (nur als Minor)

Seminar zur Wirtschafts- und Unternehmensethik							
Seminar Economic and Business Ethics							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.4169	150	5	1-4	SS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Seminar zur Wirtschafts- und Unternehmensethik	S	30	120	P	30	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Keine.						
4	<p>Inhalte:</p> <p>Die Wirtschaft der Gesellschaft. Wie sieht die moderne Gesellschaftstheorie die Wirtschaft? - Sozialethische Perspektiven</p> <p>Trotz aller Eigendynamik und Dominanz der Wirtschaft in unserer Gesellschaft ist die Wirtschaft Teil der Gesellschaft insgesamt. Wie kann man die Wirtschaft verstehen und beurteilen, wenn man sie aus der Perspektive der Gesellschaftstheorie betrachtet? Anhand ausgewählter Theorien moderner Gesellschaft (insbesondere der Diskurstheorie und der Systemtheorie) will das Seminar der Frage nachgehen, wie sich die Wirtschaft als Teil der Gesellschaft begreifen lässt. Ziel ist es, Anknüpfungspunkte für die sozialethische Debatte aufzuzeigen.</p>						
5	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:</p> <p>Die Studierenden...</p> <p>Fachkompetenz Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ kennen die wesentlichen wirtschaftsethisch relevanten Problemstellungen, Begriffe und Begründungswege. ▪ kennen die ideengeschichtlichen und ethisch-systematischen Zugänge zur Thematik. ▪ erlangen vertiefende Kenntnisse in fachspezifischen Wissensgebieten durch Aufarbeitung ausgewählter Vertiefungsthemen. <p>Fachkompetenz Fertigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ erkennen ethische Dilemmata als solche und identifizieren Konfliktsituationen. ▪ verknüpfen (wirtschafts-)ethische Theorien und Konzepte mit Managementansätzen. ▪ wenden wirtschaftsethische Kompetenz zur Beschreibung und Analyse konkreter Problemstellungen an. <p>Personale Kompetenz/Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ stellen ihre Ausarbeitung mit Hilfe geeigneter Präsentationsmedien vor und vertreten diese im Rahmen einer Plenumsdiskussion argumentativ. ▪ arbeiten kommunikativ und selbstständig in Kleingruppen. <p>Personale Kompetenz/Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ reflektieren und bewerten ökonomische Handlungsoptionen und Entscheidungssituationen auf Basis (wirtschafts-)ethischer Ansätze. ▪ treffen begründete, situationsgerechte Entscheidungen und erarbeiten methodisch gewonnenen Problemlösungen. 						

	<ul style="list-style-type: none"> 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. 								
6	<p>Prüfungsleistung: <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>Hausarbeit mit Präsentation</td> <td>20 S./ 20 Min.</td> <td>100%</td> </tr> </tbody> </table>	Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Hausarbeit mit Präsentation	20 S./ 20 Min.	100%
Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote						
a)	Hausarbeit mit Präsentation	20 S./ 20 Min.	100%						
7	<p>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein</p>								
8	<p>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine</p>								
9	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.</p>								
10	<p>Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).</p>								
11	<p>Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik</p>								
12	<p>Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. René Fahr</p>								
12	<p>Ansprechpartner/in a Lisa Miriam Werner (Lisa-Miriam.Werner@wiwi.uni-paderborn.de; lisa.miriam.werner@hni.upb.de)</p>								
13	<p>Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache ist Deutsch.</p>								

Ökonomie, Ethik und Denken							
Economy, Ethics and Thoughts							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.4122	300	10	1-4	SS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	Vorlesung zu Ökonomie, Ethik und Denken	V/Ü	30	120	P	25	
b)	Seminar zu Ökonomie, Ethik und Denken	S	30	120	P	25	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls						
	Nein						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites):						
	Keine.						
4	Inhalte:						
	<p>Die bisherige philosophische, ethische, moralische oder politische Wissenschaft hat ihre zentralen Begriffe und Ziele stets gegen die Ökonomie zu bestimmen versucht und dabei Ökonomiebeherrschung probiert und propagiert. Dieses Unterfangen aber steht den Kategorien des Denkens selbst diametral entgegen und hat die Ökonomie überhaupt erst zur global mächtigsten Ideologie gemacht. Dieses Dilemma ist nach über zweieinhalb Jahrtausenden zur Grund-Einsicht zu bringen, da dieses Paradox geradezu die Realität bewirkt hat, gegen die immer noch idealistisch in „guter Absicht“ moralisiert wird. Das Modul thematisiert diese Problematik und diskutiert die Zusammenhänge der Kategorien des Denkens als Kategorien des Marktes und der Unternehmung. Diese werden gegen die Wunschideologie der „guten Absicht“ der Ökonomiebeherrschung als Konzepte der sogenannten „Bürgerlichen Gesellschaft“ und des Staates („Politik“) gesetzt. Dabei wird auch der Unterschied zwischen Ethik und Moral deutlich.</p>						
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:						
	Die Studierenden...						
	Fachkompetenz Wissen						
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ erlangen durch Definition und Bestimmung grundlegender gemeinsamer Begriffe und Kategorien vertiefende Kenntnisse über strukturelle Zusammenhänge von Philosophie und Ökonomie ▪ können wesentliche Positionen und Argumente der Ideen- und Geistesgeschichte zueinander in Beziehung setzen ▪ erkennen Entwicklungstendenzen vor dem Hintergrund sich verändernder gesellschaftlicher Realitäten und ökonomischer Problemstellungen und gewinnen Perspektiven für zukünftige Entwicklungen 						
	Fachkompetenz Fertigkeit						
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ entwickeln eine ausgeprägte Fähigkeit zur detaillierten Analyse und Beurteilung ökonomisch-philosophischer Sachverhalte ▪ können unter Rekurs auf die Kenntnis vergangener Entwicklungstendenzen begründet und differenziert Stellung zu aktuellen und zukünftigen Problemhorizonten nehmen ▪ konzipieren differenzierte wissenschaftliche Argumentationen durch die Einordnung, Abwägung und Kritik der die Dogmengeschichte prägenden Positionen 						

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ entwickeln erfolgreiche Strategien um Umgang mit abstrakten und komplexen Theorietexten ▪ verbinden philosophische und ökonomische Argumentationsweisen zu interdisziplinären Ansätzen ▪ präsentieren die Ergebnisse eigener Forschung systematisch und argumentativ stringently <p>Personale Kompetenz/Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ entwickeln durch Gruppendiskussionen eine ausgeprägte Fähigkeit zur Kritik, insbesondere auch Selbstkritik ▪ vertreten eigene Standpunkte begründet und sicher ▪ entwickeln interdisziplinäre Diskurse <p>Personale Kompetenz/ Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ erarbeiten, präzisieren und planen eigene Forschungsvorhaben ▪ reflektieren Veranstaltungsinhalte und setzen diese in Beziehung zu eigenen Forschungsinteressen ▪ bewerten Argumente kritisch in Bezug auf ökonomische, soziale und politische Dimensionen 												
6	<p>Prüfungsleistung: <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>Portfolio</td> <td>5 S.</td> <td>50.00%</td> </tr> <tr> <td>b)</td> <td>Hausarbeit mit Präsentation</td> <td>10-12 S. /45 Min</td> <td>50.00%</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Portfolio	5 S.	50.00%	b)	Hausarbeit mit Präsentation	10-12 S. /45 Min	50.00%
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote										
a)	Portfolio	5 S.	50.00%										
b)	Hausarbeit mit Präsentation	10-12 S. /45 Min	50.00%										
7	<p>Studienleistung/qualifizierte Teilnahme Nein</p>												
8	<p>Voraussetzung für die Teilnahme an Prüfungen Keine.</p>												
9	<p>Voraussetzung für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.</p>												
10	<p>Gewichtung für Gesamtnote Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).</p>												
11	<p>Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik.</p>												
12	<p>Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Klaus Rosenthal</p>												
12 a	<p>Ansprechpartner/in Sören Middeke</p>												
13	<p>Sonstige Hinweise: Das Modul wird in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Ruth Hagengruber (Philosophie) angeboten. Unterrichtssprache: Deutsch</p>												

Interreligiöse Perspektiven der Wirtschaftsethik							
Interreligious Perspectives on Business Ethics							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.5162	150	5	1-4	WS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Interreligiöse Perspektiven der Wirtschaftsethik	S	30	120	P	15-25	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Nein						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Keine.						
4	Inhalte: 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.						
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Die Studierenden... Fachkompetenz Wissen <ul style="list-style-type: none"> ▪ kennen die grundlegenden wirtschaftsethisch relevanten Problemstellungen und können diese beschreiben. ▪ kennen die zentralen Grundlagen, Konzepte und Denkfiguren einer interreligiösen Wirtschaftsethik. ▪ erlangen vertiefende Kenntnisse in fachspezifischen Wissensgebieten durch Aufarbeitung ausgewählter Vertiefungsthemen. Fachkompetenz Fertigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ analysieren wirtschaftsethische Texte und können den Argumentationsgang rekonstruieren. ▪ wenden wirtschaftsethische Kompetenz zur Beschreibung und Analyse konkreter Problemstellungen an. Personale Kompetenz/Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> ▪ stellen ihre Ausarbeitung mit Hilfe geeigneter Präsentationsmedien vor und vertreten diese im Rahmen einer Plenumsdiskussion argumentativ. ▪ erarbeiten in Kleingruppen eigenverantwortlich ausgewählte Vertiefungsthemen. ▪ bringen sich in den geführten Leseübungen durch aktive Mitarbeit ein. Personale Kompetenz/Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ reflektieren und bewerten ökonomische Handlungsoptionen und Entscheidungssituationen auf Basis (wirtschafts-)ethischer Ansätze. ▪ 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. 						

6	Prüfungsleistung:			
	<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)	Hausarbeit mit Präsentation	20 S./30 Min.	100%	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: 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			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. René Fahr			
12	Ansprechpartner/in:			
a	Lisa Miriam Werner (Lisa-Miriam.Werner(at)wiwi.uni-paderborn(dot)de ; lisa.miriam.werner@hni.upb.de)			
13	Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache ist Deutsch. Dieses Modul ist begrenzt auf 15-25 Teilnehmer. Die Anmeldung erfolgt über Paul. Bitte beachten Sie die Teilnehmer- und Wartelisten auf der Homepage der Fakultät Wiwi.			

Perspektiven der Wirtschaftsphilosophie							
Perspectives on Economic Philosophy							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.5123	150	5	1-4	WS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Perspektiven der Wirtschaftsphilosophie	S	30	120	P	25	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Nein						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.						
4	<p>Inhalte:</p> <p>Im Seminar „Perspektiven der Wirtschaftsphilosophie“ werden Theorietexte gelesen, um u.a. folgenden Fragen historisch und systematisch nachzugehen: Was leistet die Rekonstruktion der ökonomisch-philosophischen Verflechtung für die Analyse gegenwärtiger Ordnungsstrukturen von Wirtschaft, Staat und Gesellschaft? Welche Themenfelder nimmt die derzeitige Wirtschaftsphilosophie in den Blick und warum? Was kann Philosophie im Hinblick auf ökonomische Theoriebildung heute leisten (vor dem Hintergrund ihres historischen Beitrags)?</p> <p>Das Seminar soll anhand der folgenden Wissensfelder strukturiert werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sozialphilosophische Grundlagen ökonomischen Handelns (z.B. Rationalitätsbegriffe und Wertzuschreibungen) • Kritik ökonomischer Theoriebildung (z.B. Probleme der „Mainstream“-Ökonomie, Gegenstandsbestimmung, Gerechtigkeitsfragen) • Entwicklungstendenzen (alternative Perspektiven ökonomisch-sozialer Strukturen) 						
5	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Die Studierenden...</p> <p>Fachkompetenz Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> • erlangen vertiefende Kenntnisse über Zusammenhänge von Philosophie und Ökonomie vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Ordnungsstrukturen • können wesentliche Positionen und Argumente der Ideen- und Geistesgeschichte zueinander in Beziehung setzen lernen wesentliche sozialphilosophische Grundlagen ökonomischen Handelns kennen • können sich wissenschaftstheoretisch mit Fragen ökonomischer Theoriebildung auseinandersetzen <p>Fachkompetenz Fertigkeit</p> <p>entwickeln eine ausgeprägte Fähigkeit zur detaillierten Analyse und Beurteilung ökonomisch-philosophischer Sachverhalte erweitern ihr analytisches Instrumentarium zur Durchdringung ökonomischer Themenkomplexe um philosophische Methoden</p> <ul style="list-style-type: none"> • entwickeln erfolgreiche Strategien im Umgang mit komplexen Theorietexten ▪ können unter Rekurs auf die Kenntnis vergangener Entwicklungstendenzen begründet und differenziert Stellung zu aktuellen und zukünftigen Problemhorizonten aus integrativen Perspektiven nehmen <p>Personale Kompetenz/Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ präsentieren die Ergebnisse eigener Forschung systematisch und argumentativ stringently ▪ entwickeln durch Gruppendiskussionen eine ausgeprägte Fähigkeit zur Kritik, insbesondere auch Selbstkritik ▪ vertreten eigene Standpunkte begründet und sicher 						

	Personale Kompetenz/Selbstständigkeit		
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ erarbeiten, Präzisieren und planen eigene Forschungsvorhaben reflektieren Veranstaltungsinhalte und setzen diese in Beziehung zu eigenen Forschungsinteressen 		
6	Prüfungsleistung:		
	<input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP) <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP) <input type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)		
	Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang
	a)	Hausarbeit mit Präsentation	4 S./45 Min. 100%
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme:		
	Nein		
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen:		
	Keine.		
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits:		
	Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.		
10	Gewichtung für Gesamtnote:		
	Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).		
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen:		
	M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik		
12	Modulbeauftragte/r:		
	Prof. Dr. Prof. E.h. Dr. h.c. mult. Klaus Rosenthal		
12	Ansprechpartner/in:		
a	Sören Middeke (soeren.middeke[at]uni-paderborn.de)		
13	Sonstige Hinweise:		
	Unterrichtssprache ist Deutsch.		

Social Entrepreneurship - innovative Lösungen für gesellschaftliche, soziale und ökologische Probleme						
Social Entrepreneurship - innovative solutions for social and ecological problems						
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	
M.184.4128	150	5	1-4	SS	1	
1	Modulstruktur:					
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
a)	Intensivworkshop	S	20	10	P	25
b)	Gruppen-Coaching	S	10	110	P	25
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine					
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.					
4	<p>Inhalte:</p> <p>Diese neuartige 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 Gründung. Die Gründungsidee kann sich auf reelle oder fiktive Gründungsabsichten aus den Bereichen Klima & Umwelt, Gesellschaft & Politik, Kultur & Medien, Bildung & Integration und Gesundheit beziehen.</p> <p>Das Modul setzt sich aus zwei Lehrveranstaltungen zusammen (siehe methodische Umsetzung): Die erste Lehrveranstaltung besteht aus einem Intensivworkshop zur Erlangung der theoretischen Kenntnisse & Methoden zur Gründung eines Sozialunternehmens. In einem 2-tägigen Workshop (http://zqi-kompakt.de) der Social Entrepreneurship Akademie, der von der KFW Stiftung unterstützt wird, tauchen die Studierenden in das Thema „Social Entrepreneurship“ (https://www.youtube.com/watch?v=443E1bX7lk0) ein und generieren im Team eine eigene Gründungsidee. Der Workshop ist für die teilnehmenden Studierenden kostenlos. Am Ende des Workshops erfolgt eine Präsentation. Das beste Team hat die Möglichkeit zu einer nationalen Folgeveranstaltung eingeladen zu werden, bei der sich alle Gewinnerteams der deutschlandweiten Workshop-Reihe treffen. In der zweiten Lehrveranstaltung wird 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 der zweiten Lehrveranstaltung wird es regelmäßiges Feedback, persönliche Betreuung und Zwischenpräsentationen zur Weiterentwicklung geben. Zum Abschluss wird das Geschäftsmodell in einem Projektbericht zusammengefasst.</p>					
5	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:</p> <p>Studierende...</p> <p>Fachkompetenz Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ erlangen Verständnis darüber, was Sozialunternehmen sind und wie diese zur Lösung eines gesellschaftlichen Problems beitragen. ▪ kennen den Aufbau, die Strategien und den Erfolg von Sozialunternehmen. ▪ bauen gründungsrelevantes Wissen zur Ideenfindung und Vorbereitungsphase der Gründung auf. <p>Fachkompetenz Fertigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ können Gründungsideen für (Sozial-)Unternehmen identifizieren. ▪ können ein (Sozial-)unternehmen mit geeigneten Methoden systematisch in den Markt einführen (z.B. Design Thinking). 					

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ können einen Prototypen für ihr Geschäftsmodell erstellen. ▪ können ein geeignetes Finanzierungsmodell entwickeln. <p>Personale Kompetenz/ Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ arbeiten mit interdisziplinärem Verständnis ▪ finden Konsens in Teams in widersprüchlichen Situationen ▪ präsentieren und vertreten ihre Ergebnisse argumentativ und systematisch <p>Personale Kompetenz/ Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ können selbstständig eine Gründungsidee umsetzen ▪ können Gründungsideen kritisch und analytisch reflektieren ▪ zeigen eine unternehmerische proaktive Haltung im Umgang mit Problemen 								
6	<p>Prüfungsleistung: <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>Projektbericht mit Präsentation</td> <td>15 S./ 20 Min.</td> <td>100%</td> </tr> </tbody> </table>	Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a), b)	Projektbericht mit Präsentation	15 S./ 20 Min.	100%
Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote						
a), b)	Projektbericht mit Präsentation	15 S./ 20 Min.	100%						
7	<p>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein</p>								
8	<p>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.</p>								
9	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.</p>								
10	<p>Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).</p>								
11	<p>Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik</p>								
12	<p>Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Kabst</p>								
12 a	<p>Ansprechpartner/in Eva Alexandra Schmitz (eva.schmitz[at]upb.de)</p>								
13	<p>Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache ist Deutsch. Aufgrund der intensiven Betreuung und dem anwendungsbezogenen Charakter des Moduls ist dieses Seminar auf max. 25 Teilnehmer begrenzt. Die Anmeldung zu diesem Modul ist ausschließlich über eine Bewerbung an den Lehrstuhl möglich (eva.schmitz[at]upb.de). Die Bewerbung sollte 3-7 Sätze über deine Motivation am Modul teilzunehmen beinhalten und was dich auszeichnet. Deadline zur Bewerbung ist spätestens der 18.03.2019 23.59 Uhr.</p>								

Seminar zu nachhaltigen Dienstleistungen						
Seminar on Sustainability in Services						
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	
M.184.5194	150	5	1-4	SS	1	
1	Modulstruktur:					
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
a)	K.184.51941 / Seminar zu nachhaltigen Dienstleistungen	S	30	120	P	35
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine					
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.					
4	Inhalte: In dem Seminar werden inhaltliche Fragestellungen aus dem Themenfeld Nachhaltigkeit von Dienstleistungen diskutiert sowie eine empirische Studie durchgeführt. Die Studierenden erhalten einen Überblick über Forschungsschwerpunkte aus den Bereichen soziale, ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit sowie eine Einführung in ausgewählte qualitative Methoden der empirischen Sozialforschung. Darauf aufbauend werden ausgewählte wissenschaftliche Artikel in Kleingruppen analysiert und diskutiert. Ziel ist es, eine wissenschaftliche Fragestellung abzuleiten und zu präsentieren. Die Beantwortung der Fragestellung anhand einer eigenen empirischen Studie wird anschließend, ebenfalls in Kleingruppen, präsentiert und dokumentiert. Eine ausführliche Literaturrecherche, systematische Analyse des aktuellen Forschungsstandes, das Ableiten von Forschungsfragen sowie die Umsetzung und Beantwortung der Fragestellung in einer empirischen Studie zählen somit zu den Hauptaufgaben in diesem Seminar.					
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Die Studierenden... Fachkompetenz Wissen <ul style="list-style-type: none"> ▪ erlangen fundierte Kenntnisse in Schwerpunktthemen der Dienstleistungsforschung. Fachkompetenz Fertigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ führen qualitative Interviews und Inhaltsanalysen durch. ▪ werden wissenschaftliches Arbeiten erlernen. ▪ analysieren und verarbeiten relevante Informationen und identifizieren praxisrelevante Problemstellungen. ▪ wenden die Methodenkompetenz auf ihre eigene empirische Studie an. Personale Kompetenz/ Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> ▪ identifizieren wissenschaftliche Fragestellungen. ▪ erlernen Kooperations- und Teamfähigkeit durch Kursdiskussion. ▪ präsentieren und diskutieren die gewonnenen Ergebnisse im Kurs. Personale Kompetenz/ Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ beurteilen und bewerten die herangezogenen Informationen und die eigenen gewonnenen Erkenntnisse kritisch. ▪ wenden konzeptionelle und empirische (qualitativ) Methoden an. ▪ erlernen die eigenverantwortliche Auswertung von Literaturquellen, Datensätzen oder Transkripten. ▪ präsentieren eigene Ergebnisse. 					

6	Prüfungsleistung:			
	<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	10 Minuten	30%
a)	Präsentation	15 Minuten	40%	
a)	Hausarbeit	10-15 Seiten	30%	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Nancy Wunderlich			
12	Ansprechpartner/in			
a	Dr. Julia Rötzmeier-Keuper (julia.roetzmeier.keuper@upb.de)			
13	Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache ist Deutsch.			

Spirituality & Management							
Spirituality & Management							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.4149	150	5	1-4	SS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Spirituality & Management	Block	30	120	P	20-30	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): It is recommended that students have studied some basic course in HRM before attending the module.						
4	Inhalte: There is in the Western management literature growing evidence which suggests the need for promoting spirituality among individuals, business organizations, and corporate leaders at large. The spiritual engagement is sought to improve the quality of life as also the performance of organizations in a world ridden with problems. The course reviews the critical 'wisdom literature' of ancient Indian traditions and examines how these precepts and practices can complement and enrich contemporary businesses and global managerial frame. In addition, the course seeks to emphasize that if organizations follow these precepts and practices, a higher level of sustainable growth is possible to achieve. India has had a long unbroken tradition of spirituality as a life process. Its ancient metaphysical literature is concerned as much with deeper philosophical and spiritual issues of human values as it is with the question of individual behavior, models of social functioning, leadership and organizational governance. The course consists of the following components: (i) Understanding "spirituality" and gaining insights into its new found appeal in academia and management discourse (ii) Understanding and analyzing the cardinal tenets of Indian thoughts (Vedanta, Buddhism, Jainism) and the ancient treatise on economy and state (iii) Harnessing the spirit and influence of Vedanta in modern management and exploring alternative models of management for a more sustainable and globalized economy (iv) Internalizing /imbibing tenets of ancient learning, to actualize individual potential for taking up effective managerial roles.						
5	Lernergebnisse /learning outcomes, Kompetenzen: Students... Fachkompetenz Wissen <ul style="list-style-type: none"> ▪ understand the nature and meaning of spirituality. ▪ gain adequate understanding of and insight into the key tenets of ancient Indian wisdom in literature used in the course. ▪ underline the links between ancient thoughts with modern management theories. Fachkompetenz Fertigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ develop a framework in the context of one's own individual, social and organizational settings. ▪ practice ancient techniques of yoga and meditation for self-actualization and promoting a positive personality. ▪ develop sensitivity and perception in both ones' personal and professional lives. ▪ identify the meaning and influence of spirituality to organizational members and performance. ▪ acquire techniques for reflection and self-management. ▪ acquire strategies of gathering knowledge. ▪ design a seminar paper. 						

	Personale Kompetenz/Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> ▪ form groups ▪ participate in an interactive seminar and debate about central concepts of spirituality and management practices Personale Kompetenz/Selbstständigkeit: <ul style="list-style-type: none"> ▪ search for information and literature ▪ prepare a presentation and present own results 			
6	Prüfungsleistung:			
	<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)	Hausarbeit	12 S.	100%
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein			
8	Voraussetzung für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Martin Schneider			
12 a	Ansprechpartner/in: Prof. Dr. Martin Schneider			
13	Sonstige Hinweise: Unterrichts- und Prüfungssprache: English.			

(5) Digital Innovation & Analytics (nur als Minor)

Social Business Analytics & Management							
Social Business Analytics & Management							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.4324	300	10	1-4	WS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Master Seminar Social Business Analytics & Management	S	40	260	P	70-90	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Zurzeit sind keine Voraussetzungen bekannt.						
4	<p>Inhalte:</p> <p>Die verbreitete Nutzung digitaler sozialer Medien durch vernetzte Akteure oder Organisationen hinterlässt eine nie zuvor gekannte Menge digitaler Daten. Diese werden zunehmend durch Unternehmen oder Wissenschaftler genutzt, um die komplexen Abläufe im Web2.0 besser zu verstehen und gegebenenfalls besser auf Kunden einwirken zu können. Die Forschung und auch zahlreiche Unternehmen entwickelten diverse analytische Ansätze, um aus den Massenrohdaten sinnvolle und wirtschaftlich relevante Einsichten zu erzeugen. Social Media Manager beispielsweise verwenden aggregierte Darstellungen der Daten in Dashboards, um den Erfolg ihrer Arbeit (z.B. verbessernde Kundenwahrnehmung, Vertrieb) zu messen. Forscher identifizieren generelle Muster und entwickeln Metriken und Theorien.</p> <p>Um sich diesem datenzentrierten Arbeits- und Forschungskontext zu nähern und die Metriken und Einsichten zu erweitern, wird in diesem Modul zunächst das Konzept des Social Business als ein relevanter organisatorischer Kontext vorgestellt. Eine wichtige Rolle hierbei spielen die Managementwerkzeuge von Social Media Managern, welche die firmenrelevanten digitalen Aktivitätsdaten der Onlinenutzer in den sozialen Medien aufbereiten, verdichten und visualisieren. Parallel verwenden die Manager direkte Antworten und Reaktionen ihrer Kundengruppe als qualitative Daten für ihre Analysen. Auf Basis dieser Managementperspektive werden im Modul dann verschiedene Ansätze von Social Media Analytics besprochen und angewendet. Beispiele sind die Erstellung von Personas, Genreanalysen, Community Health Analysen, Time-Series Analysen, Event-Impact Analysen oder Netzwerkanalysen. Parallel zur Untersuchung einiger praktischer Fallbeispiele entwickeln die Teilnehmer ein eigenes Analyseprojekt auf Basis der besprochenen Methoden. Ziele sind hierbei, die komplexen digitalen Phänomene besser zu verstehen, unternehmensrelevante Einsichten für Social Media Manager zu generieren sowie eventuell darüberhinausgehend einen Forschungsbeitrag zu entwickeln (z.B. neue Metriken, Visualisierung oder Aufdeckung genereller Phänomene, Designs). Der zu erstellende Projektbericht basiert auf der Struktur und den Methoden wissenschaftlicher Artikel und ermöglicht dadurch den Teilnehmern, anschließende akademische Arbeiten (z.B. Masterarbeit, eigene Publikationen) auf den Ergebnissen des Moduls aufzubauen.</p>						
5	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:</p> <p>Die Studierenden...</p> <p>Fachkompetenz Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ... lernen neue wissenschaftliche Erkenntnisse und Artikel im Themenkomplex Social Media / Kooperative Technologien kennen ▪ ... lernen Ansätze der Datensammlung im Vorfeld der Social Media Forschung 						

- ... kennen Verfahren zur wissenschaftlichen Datenanalyse und Interpretation
Students learn about
- ... current scientific insights and articles in the social media and collaborative technologies field,
- ...approaches of social media data collection and transformation as a base for social media research,
- ...approaches of scientific data analysis and interpretation.

Kompetenz Fertigkeit

- ... analysieren aktuelle Forschungsbeiträge im Kontext von Social Media und kooperativen Technologien,
- ... konzipieren einen eigenen Forschungszugang zum Thema,
- ... erfassen und generieren ein Datenset als Ausgangspunkt wissenschaftlicher Analysen,
- ... wenden Werkzeuge zur Datenanalyse und Interpretation an,
- ... entwickeln einen systematischen Ansatz zum Aufbau und zur Strukturierung eines eigenen akademischen Forschungsprojekts (z.B. als Vorstufe zur Masterarbeit).
Students...
- ... analyse current research in the field of social media and collaborative technologies,
- ... generate their own transformed social media dataset to fit for research inquiries,
- ... develop a systematic analytical approach to address a research or management problem (e.g., as a precursor for a master thesis).

Personale Kompetenz / Selbstständigkeit

- ... entwickeln eine kritische Perspektive auf neueste technische Entwicklungen,
- ... wählen die passenden Methoden zur Analyse gegebener Fragestellungen aus,
- ... bewerten die Qualität und Generalisierbarkeit der Ergebnisse und ihrer Implikationen für die Forschung und Praxis.
Students...
- ... develop a critical and informed perspective on the benefits of different software-based analytical methods and tools,
- ... can choose in an informed manner appropriate tools and methods to best address a given business problem,
- ... can evaluate the quality and the implications of the research results for practitioners and academics.

Personale Kompetenz / Sozialkompetenz

- ... können ungeklärte Fragestellungen aus Forscherperspektive zielorientiert und abstrakt formulieren und mit systematischen Standardmethoden der Daten bzw. Inhaltsanalyse kritisch untersuchen, sowie praktische Implikationen ableiten.
Students...
- ...are enabled to formulate management-oriented problems in a social business context and address them in a systematic approach based on standard methods of scientific data and content analysis to derive practical implications.

6	Prüfungsleistung:			
	<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)	Hausarbeit mit Präsentation (80 %/ 20 %)	20 S./ 15 Min.	100 %

7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein
----------	---

8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik.
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Matthias Trier
12 a	Ansprechpartner/in: Prof. Dr. Matthias Trier (matthias.trier[at]uni-paderborn.de)
13	Sonstige Hinweise: Auswahl an verwendeten Artikeln: Selection of relevant articles: S. Aral, C. Dellarocas, D. Godes, Introduction to the special issue— social media and business transformation: a framework for research, Inform. Syst. Res. 24 (2013) 3–13. M. Trier, Towards dynamic visualization for understanding evolution of digital communication networks, Inform. Syst. Res. 19 (2008), 335–350. J. Howison, A. Wiggins, K. Crowston, Validity issues in the use of social network analysis with digital trace data, J. Assoc. Inform. Syst. 12 (2011) 767–797. H. Chen, Chiang, H.L. Roger, V.C. Storey, Business intelligence and analytics: from big data to big impact, MIS Quart. 36 (2012) 1165–1188. Deutsch, im Bedarfsfall Englisch, Lehrmaterialien auf Englisch Dieses Modul ist begrenzt auf 70-90 Teilnehmer. Die Anmeldung erfolgt über Paul. Bitte beachten Sie die Teilnehmer- und Wartelisten auf der Homepage der Fakultät Wiwi. Seminar: insg. 300 Stunden anrechenbarer Studienaufwand, bestehend aus mind. 40 Präsenzstunden (5 Wochen mit 4 SWS, 10 Wochen mit 2 SWS verteilt, ggf. weitere flexibel nach konkretem Projektaufwand), 40 Std. vorbereitendes Studium der Kursliteratur, 20h Bearbeitung von Übungsbeispielen, eigenständige Gruppenarbeitsphase in der Semestermitte plus selbstständiges und durch Medien unterstütztes Bearbeiten eines Projekts 200 Std.) Seminar: in total 300 work hours, consisting of min. 40 contact hours with researchers (5 weeks with 4h sessions, 10 weeks with 2 hour sessions, optionally further contact hours, depending on project topics), 40h of preparing reading material, 20h of preparing exercise tasks, 200h of own extended group work phase in the middle of the semester plus own project work).

Experiments on Digital Markets							
Experiments on Digital Markets							
Modulnummer: M.184.5355	Workload (h): 150	Credits: 5	Studiensemester: 1-4	Turnus: SS	Dauer (in Sem.): 1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Experiments on Digital Markets	S	30	120	P	20	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Grundlegende Programmier- und Statistikkenntnisse						
4	<p>Inhalte:</p> <p>Sollten Unternehmen Werbeanzeigen bei Google oder Facebook schalten, um den Absatz zu steigern? Sollten Einzelhändler ihren Kunden kleine Geschenke überreichen, um das Bewertungsverhalten von Kunden zu ihren Gunsten zu beeinflussen? Solche Fragen lassen sich nur schwer „aus dem Bauch heraus“ beurteilen, können jedoch mit Hilfe von geeigneten Verfahren, wie z.B. Online-Experimenten, beantwortet werden. Insbesondere die vielfältigen Datenerhebungs- und Verarbeitungsmöglichkeiten erlauben es Unternehmen heute, unterschiedlichste Fragestellungen im Rahmen der unternehmerischen Tätigkeiten mit Hilfe der Durchführung von Experimenten zu beantworten. So führt das Unternehmen Amazon schätzungsweise jährlich bis zu 7.000 Online-Experimente durch, um so kontinuierlich die Wettbewerbsfähigkeit zu stärken und die eigenen Angebote zu optimieren.</p> <p>Ziel dieses Seminars ist es, den Teilnehmern die Potentiale von datengetriebenen Entscheidungsprozessen näherzubringen und die Teilnehmer in die Lage zu versetzen, eigenständig Online-Experimente zu programmieren, durchzuführen und auszuwerten. Im Rahmen des Seminars werden interaktive Coaching-Veranstaltungen angeboten, um den Teilnehmern die zur Durchführung von Online-Experimenten notwendigen Methodenkompetenzen zu vermitteln. Darauf aufbauend werden die Teilnehmer in Teams von in der Regel drei bis vier Personen eigene Online-Experimente konzeptionieren und durchführen. Konkret gilt es, Fragestellungen mit hoher Praxis- und Forschungsrelevanz unter Verwendung von Online-Experimenten zu beantworten. Jedes Team erhält hierzu ein fixes Budget zur Durchführung von Experimenten, welches möglichst effizient genutzt werden soll, um die gestellte Fragestellung zu beantworten.</p> <p>Einen Überblick über themenverwandte Lehrveranstaltungen unseres Lehrstuhls erhalten Sie auf unserer Lehrprofil- Übersicht.</p>						
5	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Studierende...</p> <p>Fachkompetenz Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ können beurteilen, inwiefern Online-Experimente geeignet sind, um unterschiedliche Fragestellungen zu beantworten. ▪ können eigenständig Experimentdesigns beschreiben und unterschiedliche Experimenttypen identifizieren. ▪ sind in der Lage, Online-Experimente zu erläutern und Experimentdesigns kritisch zu reflektieren. ▪ können beurteilen, welche Datenerhebungsmethode/welches Experimentdesign in einem gegebenen Kontext und ▪ einem gegebenen Erkenntnisziel (mehr/weniger) geeignet ist. <p>Kompetenz Fertigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ können Online-Experimente entwerfen. 						

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ sind in der Lage Online-Experimente eigenständig zu programmieren (beispielsweise mittels HTML & JavaScript) und durchzuführen. ▪ können Online-Experimente auf Grundlage von statistischen Methoden analysieren und die Ergebnisse beurteilen. ▪ können erlernte Techniken zur Durchführung von Experimenten auf andere Kontexte und Problemstellungen übertragen. <p>Personale Kompetenz / Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ können selbständig Experimentdesigns erarbeiten, über Online-Plattformen durchführen und eigenständig Fragestellungen auf Grundlage von statistischen Verfahren und geeigneten Experimentdesigns beantworten. <p>Personale Kompetenz / Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ können Experimentdesigns im Plenum vorstellen und das gewählte Design kritisch reflektieren. ▪ beantworten im Rahmen des Seminars eine praxis- und forschungsrelevante Fragestellung unter Verwendung von Online-Experimente, welche eigenständig im Team programmiert und durchgeführt werden. 								
6	<p>Prüfungsleistung: <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>Hausarbeit mit Präsentation</td> <td>ca. 20 - 30 Seiten, ca. 25 min. Präsentation</td> <td>100%</td> </tr> </tbody> </table>	Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Hausarbeit mit Präsentation	ca. 20 - 30 Seiten, ca. 25 min. Präsentation	100%
Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote						
a)	Hausarbeit mit Präsentation	ca. 20 - 30 Seiten, ca. 25 min. Präsentation	100%						
7	<p>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein</p>								
8	<p>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.</p>								
9	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.</p>								
10	<p>Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).</p>								
11	<p>Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Wirtschaftsinformatik M.Sc. Management Information Systems M.Sc. Betriebswirtschaftslehre M.Sc. International Business Studies M.Sc. International Economics and Management</p>								
12	<p>Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Dennis Kundisch</p>								
12 a	<p>Ansprechpartner/in: Jürgen Neumann (juergen.neumann[at]uni-paderborn.de)</p>								
13	<p>Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache: Deutsch Teilnehmerbeschränkt: ja Dies kann dazu führen, dass eine direkte Anmeldung in der 2. Anmeldephase nicht mehr möglich ist.</p>								

Innovative Ideas Seminar (Graduate)							
Innovative Ideas Seminar (Graduate)							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.5350	300	10	1-4	WS, SS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Innovative Ideas Seminar (Graduate)	S	30	270	P	15	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Keine.						
4	<p>Inhalte:</p> <p>Das Seminar richtet sich an Masterstudierende, die – alleine oder in einer Kleingruppe – eine IT- oder Internetbasierte Geschäfts- oder Projektidee umsetzen bzw. entwickeln möchten. Beispiele vergangener, erfolgreich umgesetzter Geschäfts- oder Projektidee Innovative Ideas Seminare sind: Anwendungssysteme/Apps wie bspw.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Stundenplan-Planungsunterstützung PAULa (https://paula-upb.de/), ▪ das Mittagessenroulette Lunchmates (https://www.lunchmates.org/) ▪ die mobile Zeiterfassung für die Gerüstbaubranche (http://www.baubuddy.de/) ▪ ein Bluetooth-Sender für Fahrzeuge zur Vereinfachung der Unfallrettung ▪ eine Plattform zur Suche und Erstellung von Fußballfreundschaftsspielen. <p>Eine Implementierung ist jedoch nicht zwingend Bestandteil des Seminars, sondern das Ergebnis kann auch ein Konzept bspw. in Form einer Ausarbeitung eines konkreten Geschäftsmodells oder die Erstellung von Mockups und eines Click-Dummy sein.</p> <p>Das Seminar soll Studierenden Raum für die Umsetzung eigener innovativer Ideen geben. An mehreren Terminen (die genaue Anzahl der Termine hängt von der Anzahl der Kursteilnehmer ab) zu Semesterbeginn werden die Projekt- oder Gründungsideen präsentiert und ausführlich im Plenum diskutiert. Anschließend beginnt die Umsetzungsphase. In dieser Phase werden die Studierenden intensiv und individuell betreut und bei der Realisierung der Vorhaben unterstützt. Die Studierenden profitieren hierbei zudem von Netzwerkeffekten durch den regen Austausch mit motivierten Kommilitonen und von der Erfahrung der Betreuer. Zum Abschluss des Seminars werden die Umsetzungsergebnisse in einem Workshop präsentiert.</p> <p>Aufgrund der hohen Individualität und der intensiven Betreuung ist dieses Seminar Teilnehmer-begrenzt.</p>						
5	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Die Studierenden...</p> <p>Fachkompetenz Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ kennen den "Value Proposition Design" Ansatz (Ansatz zur kundenzentrierten, hypothesenbasierten Entwicklung von Produkten/Dienstleistungen/Geschäftsmodellen) erlernen Hypothesen basierend auf dem "Value Proposition Design" Ansatz zu formulieren, zu gewichten, zu evaluieren und bei Bedarf anzupassen <p>Kompetenz Fertigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ erlernen die Vorgehensweise einer hypothesenbasierten Entwicklung von Entwicklung von ▪ Produkten/Dienstleistungen/Geschäftsmodellen („Value Proposition Design“) und wenden diese für ihr jeweiliges Projekt an ▪ gestalten Präsentationen in denen der Status Quo ihres Projektfortschritts sowie die endgültigen Ergebnisse ihres Projekts adressatengerecht präsentiert werden. 						

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ formulieren, gewichten und überprüfen zentrale Hypothesen für ihre jeweilige Projektidee und passen diese Hypothesen bei Bedarf an ▪ Dokumentieren im Rahmen einer schriftlichen Hausarbeit die Anwendung des "Value Proposition Design" Ansatzes, insbes. die Formulierung, Gewichtung, Evaluation der formulierten Hypothesen <p>Personale Kompetenz / Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ entwickeln eigenständig in Einzel- oder Teamarbeit innovative IT-basierte Projektideen ▪ setzen die entwickelten Ideen in Einzel-oder Teamarbeit selbständig um ▪ erarbeiten selbständig einen Plan zur Umsetzung eines innovativen Projekts ▪ definieren eigenständig einzelne Meilensteine bei der Umsetzung der Projektidee <p>Personale Kompetenz / Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ setzen die Projektideen in Einzel- oder Teamarbeit um und entwickeln Methoden zur Lösung der entstehenden Herausforderungen im Verlauf der Projektumsetzung ▪ nehmen in Rahmen der Diskussion im Plenum Stellung zur ihrem eigenen Projekt und diskutieren darüber hinaus die Projektfortschritte anderer Veranstaltungsteilnehmer 								
6	<p>Prüfungsleistung: <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>Präsentation mit Hausarbeit (75 %/25 %)</td> <td>45 Min./ 5 S.</td> <td>100.00 %</td> </tr> </tbody> </table>	Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Präsentation mit Hausarbeit (75 %/25 %)	45 Min./ 5 S.	100.00 %
Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote						
a)	Präsentation mit Hausarbeit (75 %/25 %)	45 Min./ 5 S.	100.00 %						
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein								
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.								
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.								
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).								
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: 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. Betriebswirtschaftslehre M.Sc. International Business Studies M.Sc. International Economics and Management M.Sc. Management Information Systems M.Sc. Wirtschaftsinformatik M.Sc. Wirtschaftspädagogik								
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Dennis Kundisch								
12 a	Ansprechpartner/in: Thomas Görzen (thomas.goerzen[at]uni-paderborn.de)								
13	Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache: Deutsch Das Modul kann nicht über PAUL gewählt werden. Für die Bewerbung muss zwingend ein Exposé über die Geschäfts- oder Projektidee angefertigt werden. Dieses Exposé sollte bis eine Woche vor Ende der ersten Anmeldephase am Lehrstuhl abgegeben werden. Anhand dieses Exposés wird über die Zulassung zum Modul entschieden. Sollten Sie planen das Modul zu wählen, bietet es sich an im Vorhinein einen Termin mit dem zuständigen Lehrstuhlmitarbeiter zu vereinbaren.								

Project Seminar Digital Service Innovations							
Project Seminar Digital Service Innovations							
Modulnummer: M.184.5351	Workload (h): 150	Credits: 5	Studiensemester: 1-4	Turnus: SS	Dauer (in Sem.): 1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Project Seminar Digital Service Innovations	S	30	120	P	20	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Keine.						
4	<p>Inhalte:</p> <p>Digitale Produkt- und Serviceangebote nehmen einen immer stärkeren Stellenwert im Alltag ein. Die „digitalen Platzhirsche“ wie Amazon haben es geschafft, ganz alltäglich zu werden und versuchen nun, in für sie neue Bereiche (wie zum Beispiel die Pharma-Industrie) vorzustoßen. Sie verfolgen das Ziel, existierende Geschäfte zu disruptieren und ganze Marktsegmente einzunehmen. Dies erreichen sie durch das optimale Ansprechen von Kundenbedürfnissen. Digitale Services wie die Sprachsteuerung Alexa, die sich in verschiedenen physischen Produkten wiederfindet (z.B. Amazon Echo und dem Fire TV Stick), bringen sich wie selbstverständlich in den Alltag ein und erzeugen einen wahrnehmbaren Mehrwert für den Anwender.</p> <p>Diese „Treffericherheit“ in der Ideengenerierung und -verprobung ist somit auch ein Schlüsselfaktor für die erfolgreiche Gestaltung der Digitalisierung. Wie aber ist es möglich, mit den „Großen“ gleich zu ziehen oder gar bessere Ideen zu entwickeln? Eine Antwort wird in diesem Modul entwickelt. Das Seminar wird von erfahrenen Management-Beratern in Kooperation mit einem weiteren Praxispartner durchgeführt, wodurch die Teilnehmer die Chance haben, vielfältige Einblicke in die reale Beratungspraxis zu bekommen.</p> <p>Das Projektseminar richtet sich an Studierende, die in einer Kleingruppe anhand der Methode „Design Thinking“ innovative Ideen entwickeln und in einen digitalen Prototyp umsetzen möchten. Zu Beginn wird dafür ein Innovationsproblem aus der Praxis vorgestellt. Die Teilnehmer entwickeln innovative Ideen zur Lösung des Problems und werden dabei kontinuierlich durch die beteiligten Berater gecoacht. So durchlaufen die Teilnehmer einen vollständigen Innovationsprozess von der Idee bis zur Umsetzung. Die erarbeitete prototypische Lösung (z.B. Klick- Dummy, Mockup oder App) wird abschließend vor einer Jury aus Lehrkräften, Beratern und Vertretern des Kooperationspartners vorgestellt und bewertet.</p> <p>Die für die Durchführung benötigten methodischen Grundlagen werden in einer Kick-Off-Veranstaltung vermittelt. Für die Vorstellung von Zwischenergebnissen, zum methodischen Coaching sowie für die Abschlusspräsentation wird es weitere Workshop-Termine geben. Alle weiteren Aufgaben werden in Gruppenarbeit bearbeitet. Die Arbeitsergebnisse und Präsentationsleistungen bilden die Bewertungsgrundlage. Ein schriftlicher Abschlussbericht ist nicht Teil der Aufgabenstellung.</p>						
5	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Studierende...</p> <p>Fachkompetenz Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ lernen die gesellschaftlichen, ökonomischen und technischen Eigenschaften der fokussierten Branche kennen ▪ ▪ lernen die Innovationen und Trends im Bereich Digitalisierung kennen 						

	<p>Kompetenz Fertigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ analysieren und prognostizieren Marktentwicklungen ▪ analysieren und prognostizieren gesellschaftliche Entwicklungen ▪ entwickeln Geschäftsmodell- / Service-Ideen ▪ üben Technologie-Scouting aus ▪ wenden Design Thinking an ▪ realisieren einen Minimal Viable Service Prototypen <p>Personale Kompetenz / Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ organisieren sich selbst. <p>Personale Kompetenz / Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ steuern eigenverantwortlich in der Gruppe die Erstellung von Ergebnissen ▪ verbessern die Teamfähigkeit sowie Präsentationsfähigkeit. 												
6	<p>Prüfungsleistung: <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>20 Min.</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>b)</td> <td>Hausarbeit</td> <td>10 S.</td> <td>50%</td> </tr> </tbody> </table>	Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Präsentation	20 Min.	50%	b)	Hausarbeit	10 S.	50%
Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote										
a)	Präsentation	20 Min.	50%										
b)	Hausarbeit	10 S.	50%										
7	<p>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Keine.</p>												
8	<p>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.</p>												
9	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.</p>												
10	<p>Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).</p>												
11	<p>Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Wirtschaftsinformatik M.Sc. Management Information Systems M.Sc. Betriebswirtschaftslehre M.Sc. International Business Studies M.Sc. International Economics and Management M.Sc. Wirtschaftspädagogik</p>												
12	<p>Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Dennis Kundisch</p>												
12 a	<p>Ansprechpartner/in: Sebastian Lübbers (sebastian.luebbers[at]uni-paderborn.de)</p>												
13	<p>Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache ist Deutsch. Aufgrund der hohen Individualität der Zwischenergebnisse ist dieses Seminar teilnehmerbegrenzt. Einen Überblick über Themen-verwandte Lehrveranstaltungen unseres Lehrstuhls erhalten Sie auf unserer Lehrprofil- Übersicht. Teilnehmerbeschränkt: ja Dies kann dazu führen, dass eine direkte Anmeldung in der 2. Anmeldephase nicht mehr möglich ist.</p>												

Applied Machine Learning for Text Analysis						
Applied Machine Learning for Text Analysis						
Modulnummer: M.184.5331	Workload (h): 300	Credits: 10	Studiensemester: 1-4	Turnus: WS	Dauer (in Sem.): 1	
1	Modulstruktur:					
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
	a) Applied Machine Learning for Text Analysis	S	60	240	P	30
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine					
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Zur Zeit sind keine Voraussetzungen bekannt.					
4	<p>Inhalte:</p> <p>Schätzungen zufolge sind heutzutage etwa 80% aller Daten unstrukturiert. Im Gegensatz zu strukturierten Daten, die wohlstrukturiert und inhaltlich meist numerisch sind, sind unstrukturierte Daten oft textuell und daher schwieriger zu interpretieren. Die Aufgabe, Wissen aus Textdokumenten zu extrahieren, bekannt als Textanalyse oder natürliches Sprachverständnis, ist äußerst komplex und immer noch begrenzt durch die Möglichkeiten von Computern, die Feinheiten menschlicher Sprachen zu verstehen.</p> <p>In diesem Hands-on-Seminar werden die Studierenden in den aktuellen Stand des maschinellen Lernens und die Techniken der Verarbeitung natürlicher Sprache eingeführt (z.B. Textklassifikation, Themenmodellierung, künstliche neuronale Netze, Wortembeddings). Durch Programmierübungen (Python) können die Studierenden nicht nur ihr theoretisches Wissen über verschiedene Algorithmen vertiefen, sondern haben auch die Möglichkeit, diese Methoden auf reale Probleme anzuwenden.</p>					
5	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:</p> <p>Studierende...</p> <p>Fachkompetenz Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> ... kennen die Herausforderungen bei der automatischen Analyse natürlich-sprachiger Textdaten ... kennen verschiedene Textanalyse-Techniken und können die zugrundeliegende Logik beschreiben. ... kennen die Stärken und Schwächen spezifischer Textanalyse-Techniken <p>Kompetenz Fertigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ... sammeln Textdaten aus dem Web oder unternehmensinternen Datenquellen ... bereinigen und transformieren Textdaten, um sie für statistische Analysen nutzbar zu machen ... wenden Textanalyse-Techniken auf einen vorgegebenen Datensatz an <p>Personale Kompetenz / Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ... lösen Geschäftsprobleme (z.B. im Marketing oder Servicemanagement) durch die Erfassung und Analyse von Textdaten (z.B. Online-Rezensionen, Social Media Beiträge, E-Mails) <p>Personale Kompetenz / Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> ... wählen die richtige Text-Mining-Technik für ein vorgegebenes (bestimmtes) Problem aus ... bewerten die Qualität der Text-Mining-Ergebnisse ... sind sich der Grenzen der automatisierten natürlichen Sprachverarbeitung bewusst 					

6	Prüfungsleistung:			
	<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)	Hausarbeit mit Präsentation (60 %/40 %)	20-30 S./ 30 Min.	100.00 %	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Wirtschaftsinformatik			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Oliver Müller			
12 a	Ansprechpartner/in: Prof. Dr. Oliver Müller (oliver.mueller[at]uni-paderborn.de)			
13	Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache: Deutsch/Englisch Studierende müssen sich für dieses Modul bei Herrn Prof. Müller per E-mail (DataAnalytics@wiwi.upb.de) mit einem kurzen Motivationsschreiben und Angaben zu Semester und Notenubersicht bewerben. Die Anmeldung in PAUL erfolgt über den Lehrstuhl.			

Data Science for Business							
Data Science for Business							
Modulnummer: M.184.5333	Workload (h): 150	Credits: 5	Studiensemester: 1-4	Turnus: WS	Dauer (in Sem.): 1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Data Science for Business	S	50	100	P		
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Grundzüge der Statistik, Grundzüge der angewandten Statistik für Wirtschaftsinformatiker, Methoden der Data Science						
4	Inhalte: Unter dem Begriff Data Science wird im Allgemeinen die Extraktion von Wissen aus großen Datenmengen verstanden. Typischerweise ist das Ziel von Data Science, durch das gewonnene Wissen die Effektivität und Effizienz von Entscheidungsprozessen zu verbessern. In diesem Modul werden grundlegende und fortgeschrittene Konzepte und Methoden der Data Science und Ihre Anwendung in den Wirtschaftswissenschaften behandelt. Der Fokus liegt dabei auf Verfahren des überwachten und unüberwachten maschinellen Lernens (z. B. lineare und logistische Regression, Random Forest, Boosted Decision Trees, Neuronale Netze, Clustering, Dimensionality Reduction). Es handelt sich bei diesem Modul um ein Flipped Classroom Modul (https://de.wikipedia.org/wiki/Umgedrehter_Unterricht), d. h. Studierende erarbeiten die theoretischen Inhalte durch Videos und Lehrbücher unterstützt im Selbststudium. Die Anwendung der erlernten Inhalte geschieht in Präsenzveranstaltungen anhand von praxisnahen Fragestellungen und Fallstudien. Zielgruppe des Moduls sind Studierende der Wirtschaftswissenschaften, die erste praktische Erfahrungen mit dem Thema Data Science machen wollen. Es wird die Bereitschaft zur Einarbeitung in die Programmiersprache R erwartet.						
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Studierende... Fachkompetenz Wissen Students ... kennen die Gemeinsamkeiten und Unterschiede von überwachten und unüberwachten Methoden des maschinellen Lernens ... kennen grundlegende lineare (insb. lineare und logistische Regression und deren Erweiterungen) und nicht-lineare Modelle (z.B. baumbasierte Verfahren, neuronale Netze) des maschinellen Lernens und können deren Funktionsweise erläutern ... kennen Methoden und Metriken zur Beurteilung der Qualität von Modellen des maschinellen Lernens Kompetenz Fertigkeit Students ... wenden verschiedene Verfahren des maschinellen Lernens zur Erklärung und Vorhersage von wirtschaftlichen Phänomenen an ... evaluieren die Qualität von überwachten und unüberwachten Modellen des maschinellen Lernens Personale Kompetenz / Selbstständigkeit Students						

	<p>... lösen Übungen und Fallstudien gemeinsam in Präsenzveranstaltungen</p> <p>Personale Kompetenz / Sozial Students</p> <p>... erarbeiten Lerninhalte selbstständig zu Hause mit Hilfe eines Lehrbuchs und begleitenden Videos und Präsentationsfolien</p>								
6	<p>Prüfungsleistung: <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>90 Min.</td> <td>100.00%</td> </tr> </tbody> </table>	Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Klausur	90 Min.	100.00%
Zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote						
a)	Klausur	90 Min.	100.00%						
7	<p>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein</p>								
8	<p>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.</p>								
9	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.</p>								
10	<p>Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).</p>								
11	<p>Verwendung des Moduls in den Studiengängen: 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</p>								
12	<p>Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Oliver Müller</p>								
12 a	<p>Ansprechpartner/in: Prof. Dr. Oliver Müller (oliver.mueller[at]uni-paderborn.de)</p>								
13	<p>Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache: Deutsch/Englisch Der Kurs orientiert sich strukturell und inhaltlich an dem Lehrbuch "Introduction to Statistical Learning" von James et al. sowie dem zugehörigen Massive Open Online Course (http://www-bcf.usc.edu/~gareth/ISL/).</p>								

Übersicht Methodenmodule

Empirische Managementforschung							
Empirische Managementforschung							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.4164	300	10	1-4	WS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	K.184.41641 / Grundlagen der experimentellen Wirtschaftsforschung und Managementforschung	V	30	60	P		
b)	K.184.41642 / Grundlagen der experimentellen Wirtschaftsforschung und Managementforschung (inkl. Datenanalyse)	Ü	30	90	P	3	
c)	K.184.41643 / Angewandte Projektarbeit zur experimentellen Wirtschaftsforschung und Managementforschung	P	30	60			
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Keine						
4	Inhalte:						
<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</p>							

wirtschaftswissenschaftlichen bzw. managementspezifischen Fragestellung zu einem experimentellen Design kommt, und andererseits das Gelernte im Rahmen eines eigenen experimentellen Gruppenprojekts anwendet.

Im ersten Teilmodul werden die Grundlagen der experimentellen Wirtschafts- und Managementforschung gelehrt.

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 könnten, die die Ergebnisse verzerren.
- behandeln konkrete experimentelle Studien, die zu verschiedenen Themengebieten zeigen warum und inwieweit das beobachtbare Verhalten von der Theorie abweicht.

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.

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.

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.

5 **Lernergebnisse /learning outcomes, Kompetenzen:**

Studierende...

Fachkompetenz Wissen

- 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

Fachkompetenz Fertigkeit

- 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

	Personale Kompetenz / Sozialkompetenz koordinieren, konzipieren und führen eine Gruppenarbeit durch Aufbereitung, Vorbereitung, Durchführung des Experiments und Analyse und Diskussion der Arbeitsergebnisse. Personale Kompetenz/ Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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. 			
6	Prüfungsleistung: <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 min	60%
	b)	Hausarbeit	16 S.	40%
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Keine.			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.en.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: 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			
12	Modulbeauftragter: Prof. Dr, René Fahr			
12	Ansprechpartner: a Dr. Behnud Djawadi (behnud.mir.djawadi@uni-paderborn.de)			
13	Sonstige Hinweise: Die Unterrichtssprache ist Deutsch.			

Mathematik für Wirtschaftswissenschaften IV							
Mathematik für Wirtschaftswissenschaften IV							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.9150	300	10	1-4	SS	1		
1	Modulstruktur:						
		Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
	a)	Mathematik für Wirtschaftswissenschaften IV	V/Ü	60	120	P	30
b)	Mathematik IV für Wirtschaftswissenschaftler: Übung	Ü	30	90	P	30	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): M.105.9110 Mathematik I für Wirtschaftswissenschaftler M.105.9120 Mathematik II für Wirtschaftswissenschaftler						
4	Inhalte: Das Modul vermittelt weiterführende mathematische Kenntnisse und Fähigkeiten aus einem Bereich der höheren Mathematik mit Anwendung in den Wirtschaftswissenschaften (z.B. Stochastik, Finanzmathematik,...).						
5	Lernergebnisse /learning outcomes, Kompetenzen: Studierende... Fachkompetenz Wissen <ul style="list-style-type: none"> erwerben Wissen aus dem behandelten mathematischen Gebiet. Fachkompetenz Fertigkeit <ul style="list-style-type: none"> können ökonomische Sachverhalte mit Konzepten aus dem behandelten mathematischen Gebiet modellieren; mathematische Aussagen ökonomisch interpretieren; Methoden zur Ermittlung ökonomisch interessierender Größen und Methoden zur rechnerischen Lösung ökonomischer Probleme sicher anwenden. Personale Kompetenz / Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> bilden selbstständig Lerngruppen, stellen selbst entwickelte Lösungen im Rahmen der Übung vor und diskutieren über unterschiedliche Lösungswege Personale Kompetenz/ Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> Bewertung des Leistungsvermögens einzelner Lösungsmethoden, kritische Bewertung unterschiedlicher Modellansätze; selbstständige Erarbeitung „mathemathikhaltiger“ Studientexte; Anwendung der erarbeiteten Methoden und Technologien in Folgemodulen sowie in der späteren Berufspraxis 						

6	Prüfungsleistung:			
	<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 oder Mündliche Prüfung	120 Min. oder 30 Min.	100%	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Keine.			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.en.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik			
12	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Thomas Richthammer			
12	Ansprechpartner:			
a	Prof. Dr. Thomas Richthammer (thomas.richthammer(at)upb(dot)de)			
13	Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache ist Deutsch.			

Applied Financial Economics							
Applied Financial Economics							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.4425	150	5	1-4	SS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	Applied Financial Economics	V	15	60	P	30	
b)	K.184.44252 / Applied Financial Economics - Übung	Ü	15	60	P	30	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): E1711 Mathematik I für Wirtschaftswissenschaftler E1712 Mathematik II für Wirtschaftswissenschaftler W1471 Grundzüge der Statistik I W1472 Grundzüge der Statistik II						
4	Inhalte: Das Modul "Applied Financial Economics" stellt grundlegende finanzwirtschaftliche Konzepte wie Portfoliotheorie und Capital Asset Pricing Model, Optionsbewertung (inklusive Realoptionen), Zinsstrukturmodelle und Zinskurvenanpassung vor. Neben dem theoretischen Hintergrund der verschiedenen Modelle liegt der Fokus auf (wie der Titel schon sagt) der Anwendung und der Implementierung der Modelle anhand von Software.						
5	Lernergebnisse /learning outcomes, Kompetenzen: Studierende... Fachkompetenz Wissen <ul style="list-style-type: none"> erhalten Einblicke in die Preisbildung riskanter Vermögenswerte mit Hilfe des Capital Asset Pricing Model (CAPM) und untersuchen das Investitionsverhalten an Kapitalmärkten anhand der Portfolio Theorie. Ein weiterer Bestandteil des Moduls ist die Untersuchung der Thematik der Leistungsmessung (performance measurement). Des Weiteren wird die Funktionsweise von Optionen und Realoptionen, sowie die Laufzeitstruktur von Zinssätzen behandelt. Fachkompetenz Fertigkeit <ul style="list-style-type: none"> erwerben Kenntnisse in der Portfolio-Optimierung, den Methoden zur Performancemessung, der Optionsbewertung (Black/Scholes versus Cox/Ross/Rubinstein binominal tree model) und der Bewertung von Realoptionen. Sie eignen sich Fachwissen in der Funktionsweise von Begriffsstrukturmodellen an und erhalten Gelegenheit Microsoft Excel und R (!!) zu nutzen, um die theoretischen Modelle zu implementieren. Personale Kompetenz / Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> erlernen verschiedene Modelle und Methoden zur Performancemessung wie den Umgang mit dem Black/Scholes vs. Binominal tree option pricing model; verschiedene Zinsmodelle (interest rate models) hinsichtlich ihrer Vor- und Nachteile. Personale Kompetenz/ Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> werden in der eigenständigen Lösung von Problemen mit Hilfe von Microsoft Excel und R geschult und erlernen den Transfer des theoretischen Modells in die praktische Anwendung. 						

6	Prüfungsleistung:			
	<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 Min.	30.00%
b)	Klausur	60 Min.	70.00%	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Keine.			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: 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. Betriebswirtschaftslehre M.Sc. International Business Studies M.Sc. International Economics and Management M.Sc. Management Information Systems M.Sc. Wirtschaftsinformatik M.Sc. Wirtschaftspädagogik M.Ed. Wirtschaftspädagogik			
12	Modulbeauftragte/r: Christian Peitz			
12 a	Ansprechpartner/in: Christian Peitz (christian.peitz[at]uni-paderborn.de)			
13	Lernmaterialien/ Literaturangaben: Unterrichtssprache ist Deutsch. Black, F./Derman, E./Toy, W. (1990): A One-Factor Model of Interest Rates and Its Application to Treasury Bond Options, in: Financial Analysts Journal, Vol. 46 (1), pp. 33-39. Black, F./Scholes, M. (1973): The Pricing of Options and Corporate Liabilities, in: Journal of Political Economy, Vol. 81 (3), pp. 637-654. Cox, J.C./Ingersoll, J.E. Jr./Ross, S.A. (1985): A Theory of the Term Structure of Interest Rates, in: Econometrica, Vol. 53 (2), pp. 385-407. Cox, J.C./Ross, S.A./Rubinstein, M. (1979): Option Pricing: A Simplified Approach, in: Journal of Financial Economics, Vol. 7 (3), pp. 229-263. Grover, J./Lavin, A.M. (2007): Modern Portfolio Optimization: A Practical Approach Using an Excel Solver Single-Index Model, in: Journal of Wealth Management, Vol. 10 (1), pp. 60-72 Heath, D./Jarrow, R./Morton, A. (1992): Bond Pricing and the Term Structure of Interest Rates: A New Methodology for Contingent Claim Valuation, in: Econometrica, Vol. 60 (1), pp. 77-105. Ho, T.S.Y./Lee, S.-B. (1986): Term Structure Movements and Pricing Interest Rate Contingent Claims, in: Journal of Finance, Vol. 61 (5), pp. 1011-1029.			

- Jensen, M.C. (1968): The Performance of Mutual Funds in the Period 1945-1964, in: *Journal of Finance*, Vol. 23 (2), pp. 389-416.
- Lintner, J. (1965): The Valuation of Risk Assets and the Selection of Risky Investments in Stock Portfolios and Capital Budgets, in: *Review of Economics and Statistics*, Vol. 47 (1), pp. 13-37.
- Markowitz, H. (1952): Portfolio Selection, in: *Journal of Finance*, Vol. 7 (1), pp. 77-91.
- Merton, R.C. (1973): Theory of Rational Option Pricing, in: *Bell Journal of Economics and Management Science*, Vol. 4 (1), pp. 141-183.
- Mossin, J. (1966): Equilibrium in a Capital Asset Market, in: *Econometrica*, Vol. 34 (4), pp. 768-783. Roy, A.D. (1952): Safety First and the Holding of Assets, in: *Econometrica*, Vol. 20 (3), pp. 431-449.
- Sharpe, W.F. (1964): Capital Asset Prices: A Theory of Market Equilibrium Under Conditions of Risk, in: *Journal of Finance*, Vol. 19 (3), pp. 425-442.
- Sharpe, W.F. (1966): Mutual Fund Performance, in: *Journal of Business*, Vol. 39 (1), pp. 119-138.
- Tobin, J. (1958): Liquidity Preference as Behavior Towards Risk, in: *Review of Economic Studies*, Vol. 25 (2), pp. 65-86.
- Treynor, J.L. (1965): How to Rate Management of Investment Funds, in: *Harvard Business Review*, Vol. 43 (1), pp. 63- 75.
- Vasicek, O. (1977): An Equilibrium Characterization of the Term Structure, in: *Journal of Financial Economics*, Vol. 5 (2), pp. 177-188.
- Basic literature
- Benninga, S., *Principles of Finance with Excel*, Oxford University Press, 2006.
- Bodie, Z./Kane, A./Marcus, A.J., *Investments*, 8th ed., McGraw-Hill, 2009.
- Brealey, R.A./Myers, S.C./Allen, F., *Principles of Corporate Finance*, 10th ed., McGraw-Hill, 2011.
- Grover, J./Lavin, A.M. (2007): Modern Portfolio Optimization: A Practical Approach Using an Excel Solver Single-Index Model, in: *Journal of Wealth Management*, pp. 60-72.
- Hull, J.C., *Options, Futures, and Other Derivatives*, 6th ed., Pearson/Prentice Hall, 2006.
- Jackson, M./Staunton, M., *Advanced Modelling in Finance using Excel and VBA*, John Wiley & Sons, 2001.
- Reilly, F.K./Brown, K.C., *Investment Analysis & Portfolio Management*, 7th ed., Thomson, 2003.
- Wilmott, P., *Paul Wilmott Introduces Quantitative Finance*, 2nd ed., John Wiley & Sons, 2007.
- Further material will be provided in the internet, the reserve shelf or in form of lecture notes.

Financial and Time Series Econometrics							
Financial and Time Series Econometrics							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.4451	150	5	1-4	SS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	Financial Econometrics and Quantitative Risk Management (Vorlesung)	V	30	75	P	300	
b)	Financial Econometrics and Quantitative Risk Management (Übung)	Ü	15	30	P	300	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine.						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): W1471 Basic Principles of Statistics I W1472 Basic Principles of Statistics II W2474 Einführung in die Ökonometrie or W4479 Econometrics						
4	Inhalte: This module will introduce the students to time series analysis, financial econometrics and their applications. The course consists of three parts: Part I – Introduction to time series analysis; Part II: Introduction to financial econometrics; Part III: Introduction to multivariate time series. Main topics of Part I are: basic concepts of time series, weak and strong stationarity, well known operators, AR (autoregressive), MA (moving average), ARMA, ARIMA (autoregressive integrated moving average) and RW (random walk) processes, properties of those processes, estimation, model selection and forecasting using the selected model, additive model for time series with trend and seasonality, smoothing of such time series. Part II deals with the following topics: properties of financial time series, ARCH (autoregressive conditional heteroskedasticity), GARCH (generalized ARCH), estimation and application of GARCH, VaR (value at risk) and CVaR (conditional VaR), different extensions of GARCH, ACD (autoregressive conditional duration) for modeling high-frequency data, semiparametric GARCH models with trend in volatility. In Part III VAR (vector AR) processes and MGARCH (multivariate GARCH) models will be introduced briefly.						
5	Lernergebnisse /learning outcomes, Kompetenzen: Students... Fachkompetenz Wissen <ul style="list-style-type: none"> ▪ know the most important elements of time series analysis. ▪ know economic time series and data resources. ▪ know financial econometrics and its related related applications. ▪ know the effect of dependent observations, asymptotic analysis, approximate least squares, unconditional and conditional maximum-likelihood, quasi maximum likelihood. Fachkompetenz Fertigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ can use time series models, models for financial data, model estimation and model selection, forecasting, smoothing techniques, analysis and forecasting of business cycles. ▪ test theory empirically and through simulation. 						

	Personale Kompetenz / Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> ▪ work in groups. ▪ present and discuss solutions to exercises. Personale Kompetenz/ Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ receive training for further learning in Econometrics and Statistics. ▪ learn skills to deal with large and complex data sets. 			
6	Prüfungsleistung:			
	<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)	Projektbericht	10 S.	30%
a), b)	Klausur	120 Min.	70%	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.en.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Feng			
12 a	Ansprechpartner/in: Prof. Dr. Feng			
13	Sonstige Hinweise: Unterrichtssprachen: Englisch			

Advanced Methods of Empirical Economic Research							
Advanced Methods of Empirical Economic Research							
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):		
M.184.4452	150	5	1-4	SS	1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
a)	Advanced Econometrics Using R (Vorlesung)	V	30	75	P	300	
b)	Advanced Econometrics Using R (Übung)	Ü	15	30	P	300	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): W1471 Basic Principles of Statistics I W1472 Basic Principles of Statistics II W4479 Econometrics (or W2451 Einführung in die Ökonometrie)						
4	Inhalte: The students will be introduced to different advanced topics of modern econometrics and their applications in empirical economic research, including nonlinear regression, nonparametric regression, robust regression, analysis of panel data as well as simultaneous equation models. Particularly, nonparametric regression and analysis of panel data will be introduced in some detail. Topics in nonparametric regression are e.g. basic concepts of nonparametric regression, the reason why this (relatively complex) technique should be used, kernel regression, local polynomial regression, asymptotic results of nonparametric regression estimators, relationship between the above two approaches, data-driven bandwidth selection as well as practical implementation of these approaches. Nonparametric density estimation may also be discussed briefly. For panel data analysis, the history, properties and importance and well known resources of panel data will be described first. One-way error component regression and two-way error regression models will then be introduced. In both cases fixed effect and random effect models will be discussed and compared. Further topics are the maximum likelihood estimation of panel data models, test of the estimated models, prediction based on the models and test of hypotheses with panel data.						
5	Lernergebnisse /learning outcomes, Kompetenzen: Students... Fachkompetenz Wissen <ul style="list-style-type: none"> ▪ know different advanced methods in econometrics and their applications, such as nonparametric regression, robust regression and panel data analysis. Fachkompetenz Fertigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ can use smoothing techniques, asymptotics, data-driven data analysis, maximum likelihood, hypotheses testing, prediction, robust estimation, simultaneous equation models. ▪ know fixed and random effect regression, one-way and two-way models, the phenomenon of misspecification and optimal data analysis. 						

	Personale Kompetenz / Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> ▪ work in groups. ▪ present and discuss solutions to exercises. Personale Kompetenz/Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ receive training for further learning in Econometrics and Statistics. ▪ learn skills to deal with large and complex data sets. 			
6	Prüfungsleistung: <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	90 Min.	70.00%
	b)	Projektbericht	10 S.	30.00%
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine.			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.en.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik			
12	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Yuanhua Feng			
12 a	Ansprechpartner: Prof. Dr. Yuanhua Feng			
13	Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache: Englisch			

Applied Microeconometrics using Stata						
Applied Microeconometrics using Stata						
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	
M.184.4475	150	5	1-4	SS	1	
1	Modulstruktur:					
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
a)	Applied Microeconometrics using STATA	V/Ü	60	90	P	35
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine					
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): W1471 Grundzüge der Statistik I W1472 Grundzüge der Statistik II W2474 Introduction to Econometrics					
4	Inhalte: Die folgenden Themen werden behandelt: - Einführung in Stata - Grundlagen der Datenaufbereitung - Grafiken - Multiple lineare Regression - IV-Regression - Difference in differences estimator - Regression Discontinuity Design - Quantilsregression					
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Die Studierenden ... Fachkompetenz Wissen <ul style="list-style-type: none"> ▪ kennen die grundlegenden Programmierungen in Stata. Fachkompetenz Fertigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ lernen, wie man einen Datensatz in Stata adäquat für weitere statistische Verfahren aufbereitet. ▪ lernen verschiedene statistische Verfahren (Regressionanalyse, IV-Regression, Paneldatenanalyse, Logistische Regression und Quantilsregression) in Stata durchzuführen. Personale Kompetenz/ Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> ▪ bilden selbstständig Lerngruppen und vertiefen gemeinsam das in Vorlesung Erlernete. ▪ beteiligen sich durch aktive Mitarbeit. Personale Kompetenz/ Selbständigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ können selbstständig empirische Analysen in Stata durchführen. 					

6	Prüfungsleistung:			
	<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	90 Min.	100%	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik			
12	Modulbeauftragte/r: Dr. Sonja Lück			
12 a	Ansprechpartner:/in Dr. Sonja Lück			
13	Sonstige Hinweise: Cameron / Trivedi (2010): Microeconometrics Using Stata, Revised Edition, Stata Press Kohler / Kreuter (2009): Data Analysis Using Stata, Second Edition, Stata Press Unterrichtssprache: Deutsch Folien und Literatur in Englisch			

Finding and Developing your Research Project						
Finding and Developing your Research Project						
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	
M.184.4176	150	5	1-4	SS/WS	1	
1	Modulstruktur:					
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
a)	K.184.41761 / Finding and Developing your Research project (M.A.)	SE	62	88	WP	10
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine					
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): This course is taught in German in summer term and in English in winter term. When selecting participants, preference is given to people who are writing their final thesis with us in the same semester. Remaining places are allocated equally to Master and Bachelor students according to the average of their grades					
4	Inhalte: Often students do a literature survey in their final thesis. These students miss the unique opportunity to conduct their own research. On the other hand, finding and developing one's own research project is difficult. 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. The course involves a week of teaching just before the term starts (see below).					
5	Lernergebnisse /learning outcomes, Kompetenzen: Studierende... <ul style="list-style-type: none"> • distinguish three different quantitative research methods. • Studierende... • 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. • Studierende... • match your research topic with the suitable quantitative research method. • 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. 					

6	Prüfungsleistung:			
	<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)	Hausarbeit	10 S	100%	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik.			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Wendelin Schnedler			
12	Ansprechpartner/in:			
a	Prof. Dr. Wendelin Schnedler			
13	Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache: Deutsch/Englisch			

Microeconometrics						
Microeconometrics						
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):	
M.184.5489	300	10	1-4	SS	1	
1	Modulstruktur:					
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
	a) Microeconometrics	V/Ü	60	240	P	30
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine					
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): W1472 Grundzüge der Statistik II W2474 Introduction to Econometrics Grundlegende Kenntnisse der Ökonometrie (das lineare Regressionsmodell, wie es z.B. in "Introduction to Econometrics" (Bachelor) oder "Econometrics" (Master) behandelt wird) werden vorausgesetzt. Wir beginnen zwar mit einer kurzen Wiederholung des linearen Regressionsmodells, diese wird aber eher unvollständig sein. A basic knowledge of econometrics (the linear regression model as e.g. covered in "Introduction to Econometrics" (Bachelor) or "Econometrics" (Master) is assumed. We will start with a repetition of the linear regression model, but this will be rather quick and incomplete.					
4	Inhalte: Dieser Kurs vermittelt den Studierenden grundlegende Methoden zur empirischen Analyse von Fragen wie z.B. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erhöht Bildung die Löhne? ▪ Reduzieren Mindestlöhne die Beschäftigung? ▪ Macht Arbeitslosigkeit krank? und viele mehr unter Verwendung von Mikrodaten (z.B. Einzelpersonen, Haushalte), empirischen Methoden und statistischer Software. Dies wird als "Mikroökonomie" bezeichnet, in Abgrenzung zur "Makroökonomie" oder "Zeitreihenanalyse", die typischerweise aggregierte Daten anstelle von Daten auf individueller Ebene verwenden. Die obigen Fragen sind "kausale" Fragen und ein Schwerpunkt des Kurses liegt auf Methoden zur Identifizierung dieser kausalen Effekte. Die Studierenden lernen, diese Methoden auf Mikrodaten und mit dem Softwarepaket Stata anzuwenden. The course teaches students basic methods to empirically analyze questions like <ul style="list-style-type: none"> ▪ Does education increase wages? ▪ Do minimum wages reduce employment? ▪ Does unemployment make sick? ... and many more by using micro data (e.g., individuals, households), empirical methods and statistical software. This is called "Microeconometrics" as opposed to "Macroeconometrics" or "Time series analysis" which typically uses aggregated data instead of individual level data. The questions above are "causal" questions and a major focus of the course is on methods to identify these causal effects. Students learn how to apply these methods using microdata and the software package Stata.					

5	<p>Lernergebnisse /learning outcomes, Kompetenzen: Studierende ...</p> <p>Fachkompetenz Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ kennen ökonomische Modelle für Mikrodaten und die Statistik-Software Stata. ▪ kennen mögliche Schwierigkeiten bei der Arbeit mit Mikrodaten und aktuelle Methoden, um damit umzugehen. ▪ kennen ökonomische Schätzverfahren und können diese direkt auf eigene empirische Projekte (Seminararbeiten oder Masterarbeit) anwenden. ▪ know issues in dealing with micro data as well as state-of-the-art methods to handle them. ▪ know econometric models for micro data and panel data as well as the statistical program Stata. ▪ know econometric estimation and can directly apply this knowledge to own empirical projects (term papers or master thesis). <p>Fachkompetenz Fertigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ können empirische Artikel sowie wissenschaftliche Ergebnisse, über die in der Tagespresse berichtet wird, verstehen und kritisch bewerten. ▪ erwerben neue Strategien des Wissenserwerbs durch eine Kombination aus Videovorträgen, dem gemeinsamen Lösen von Aufgaben zusammen mit dem Dozenten, und der Vor- und Nachbereitung der Vorlesungsunterlagen. ▪ can understand and critically evaluate empirical articles as well as scientific results reported on in the daily press. ▪ acquire new strategies of knowledge acquisition through a combination of video lectures, solving exercises together with the lecturer, preparation and follow-on lecture material. <p>Personale Kompetenz/ Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ präsentieren ihre Lösungen im Team während der gemeinsamen Arbeit im Hörsaal. ▪ present their solutions in the team during the joint work in the lecture hall. <p>Personale Kompetenz/ Selbständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ verbessern ihre Problemlösungskompetenz und ihr Zeitmanagement durch die Gestaltung des Lernprozesses (Videovorlesung, Inverted Classroom). ▪ improve their competency in solving problems and their time management by means of the design of the learning process (video lecture, inverted classroom). 								
6	<p>Prüfungsleistung: <input checked="" type="checkbox"/> Modulabschlussprüfung (MAP) <input type="checkbox"/> Modulprüfung (MP) <input type="checkbox"/> Modulteilprüfungen (MTP)</p> <table border="1" data-bbox="220 1301 1441 1451"> <thead> <tr> <th data-bbox="220 1301 336 1397">zu</th> <th data-bbox="336 1301 1002 1397">Prüfungsform</th> <th data-bbox="1002 1301 1193 1397">Dauer bzw. Umfang</th> <th data-bbox="1193 1301 1441 1397">Gewichtung für die Modulnote</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="220 1397 336 1451">a)</td> <td data-bbox="336 1397 1002 1451">Klausur</td> <td data-bbox="1002 1397 1193 1451">120 Min.</td> <td data-bbox="1193 1397 1441 1451">100%</td> </tr> </tbody> </table>	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Klausur	120 Min.	100%
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote						
a)	Klausur	120 Min.	100%						
7	<p>Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein</p>								
8	<p>Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine</p>								
9	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.</p>								
10	<p>Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).</p>								
11	<p>Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik.</p>								
12	<p>Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Hendrik Schmitz</p>								

12 a	Ansprechpartner/in: Prof. Dr. Hendrik Schmitz (hendrik.schmitz[at]uni-paderborn.de)
13	Sonstige Hinweise: Links zu der Videovorlesung, Vorlesungsfolien, Übungen und Datensätze werden vorab auf PANDA hochgeladen. Lehrbücher: Cameron/Trivedi: Microeconometrics: Methods and Applications, 2005. Angrist/Pischke: Mastering Metrics: The Path from Cause to Effect, 2014. Links to the video lecture, lecture slides, assignments, and data sets will be uploaded in advance on PANDA. Main textbooks: Cameron/Trivedi: Microeconometrics: Methods and Applications, 2005. Angrist/Pischke: Mastering Metrics: The Path from Cause to Effect, 2014. Das Modul kann nicht mit M.184.4489 Microeconometrics kombiniert werden. Dieser Kurs wird nach dem "Inverted Classroom"-Ansatz durchgeführt. Das bedeutet, dass es keine traditionelle Vorlesung im Hörsaal gibt. Die Studierenden werden gebeten, sich vor Beginn der Veranstaltung entweder die Videovorlesung anzusehen oder das Material im Lehrbuch zu lesen. In der Veranstaltung werden vier Stunden pro Woche Fragen diskutiert, die im Videovortrag oder Lehrbuch auftauchen, Übungen gelöst, empirische Anwendungen diskutiert und - wenn es die Gruppengröße erlaubt - mit der Software und Daten gearbeitet. Einige Veranstaltungen finden im Poolraum statt. Unterrichtssprache: Englisch Module cannot be combined with M.184.4489 Microeconometrics This course is taught by the "inverted classroom" approach. This means that there will be no traditional lecture in the class room. Students are asked to either watch a video-lecture or read up the material in the textbook before the class starts. In class, four hours per week are devoted to discuss questions that arise in the video lecture or textbook, solve exercises, discuss empirical applications, and – if group size allows - work with the computer program and real data. Class work (4 hours per week). Some classes are in the computer pool. teaching language: English

Unleash the behavioral researcher in you !														
Unleash the behavioral researcher in you !														
Modulnummer:	Workload (h):	Credits:	Studiensemester:	Turnus:	Dauer (in Sem.):									
M.184.4170	150	5	1-4	WS	1									
1	Modulstruktur:													
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)								
a)	Unleash the behavioral researcher in you !	S	75	75	P	20								
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine													
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Keine													
4	<p>Inhalt:</p> <p>Often students do a literature survey in their final thesis. These students miss the unique opportunity to conduct their own research. On the other hand, finding and developing one's own research project is difficult. 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> <p>We are going to develop experiments as quantitative research method only.</p>													
5	<p>Lernergebnisse /learning outcomes, Kompetenzen: Studierende ...</p> <p>Fachkompetenz Wissen find your own research topics.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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>Fachkompetenz Fertigkeit help each other and interact with each other in order to improve their research projects.</p> <p>Personale Kompetenz/ Sozial</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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. 													
6	<p>Prüfungsleistung: <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>Hausarbeit</td> <td>20 S.</td> <td>100%</td> </tr> </tbody> </table>						zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote	a)	Hausarbeit	20 S.	100%
zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote											
a)	Hausarbeit	20 S.	100%											

7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik.
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Wendelin Schnedler
12 a	Ansprechpartner/in: Prof. Dr. Wendelin Schnedler)
13	Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache: Englisch

Applied Research Management							
Applied Research Management							
Modulnummer: M.184.4136	Workload (h): 150	Credits: 5	Studiensemester: 1-4	Turnus: WS	Dauer (in Sem.): 1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Applied Research Management	B	30	120	P	30	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Keine.						
4	<p>Inhalte:</p> <p>Das Ziel des Kurses ist es, Studenten bei der Planung ihrer empirischen Analysen für ihre Abschlussarbeit zu unterstützen. Damit sie Erfahrungen in diesem Prozess haben - von der Erstellung von Hypothesen und der Sammlung von Daten bis zur Auswahl einer empirischen Methodik und der Interpretation der Ergebnisse.</p> <p>Dafür werden die Studierenden mit der Analyse verschiedener Datensätze vertraut gemacht, bevor sie eine eigen empirische Analyse durchführen.</p> <p>The goal of this course is to help students planning an empirical analysis for their thesis to have had experience in that process, from forming hypotheses and collecting data to selecting an empirical methodology and interpreting the results.</p> <p>Therefore, students will become acquainted with the analysis of different datasets before having to conduct an own empirical analysis.</p>						
5	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Students...</p> <p>Fachkompetenz Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ werden mit Entscheidungsfindungs- und Problemlösungstechniken sowie Kriterien vertraut gemacht, die benötigt werden, um geeignete Daten und Literatur für ihr Forschungsprojekt zu wählen. ▪ are made familiar with decision-making and problem-solving techniques as well as criteria required to choose data and literature most adequate for their research projects. <p>Fachkompetenz Fertigkeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ lernen wie sich mit einem Forschungsthema befassen und wie sie mit dem Statistikprogramm Stata Daten sammeln, analysieren und interpretieren. ▪ learn how to address a research topic as well as how to collect, analyze and interpret data by the means of the statistical software Stata. <p>Personale Kompetenz/ Sozialkompetenz:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wenden das erlernte Wissen durch die Beantwortung einer eigenen Forschungsfrage und der Nutzung geeigneter Daten in Gruppen an. ▪ apply their knowledge by focusing on own research questions which they answer in groups by the use of suitable empirical data. <p>Personale Kompetenz/ Selbstständigkeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ erlernen Strategien zum Sammeln von Daten, Modellierung und Bildung von Hypothese und der Durchführung von empirischen Analysen. ▪ learn strategies of gathering data, modeling and forming hypotheses, and conducting empirical analyses. 						

6	Prüfungsleistung:			
	<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)	Hausarbeit mit Präsentation	10 S. /15 Min.	70.00%
a)	Hausarbeit	2 S.	30.00%	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: 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. 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			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Bernd Frick			
12 a	Ansprechpartner/in: Ilka Tanneberg (ilka.tanneberg[at]uni-paderborn.de)			
13	Sonstige Hinweise: Die Unterrichtssprache ist Englisch und der Kurs ist auf 25-35 Teilnehmer begrenzt. Bitte überprüfen Sie die Zulassungslisten der Fakultät. Das Blockseminar wird voraussichtlich im Januar stattfinden. The language of the course is English and the number of participants is restricted to 25-35 students. Please check the lists provided by the faculty online. The block seminar will probably take place in January.			

Methods of Economic Analyses						
Methods of Economic Analyses						
Modulnummer: M.184.4441	Workload: 300	Credits: 10	Studiensemester: 1-4	Turnus: WS	Dauer (in Sem.): 1	
1	Modulstruktur:					
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)
	a) Lecture and exercise courses	V/Ü	75	225	P	200
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine					
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): Keine.					
4	Inhalte: In the course „Methods of Economic Analyses“, analytical techniques for the investigation of economic problems are discussed. This includes: Non-linear optimization with or without constraints (Lagrange and Kuhn Tucker), dynamic optimization, dynamic games, duality in consumer's demand (Hicks vs. Marshall, integrability) and price formation in (general) equilibrium.					
5	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Students... Fachkompetenz Wissen <ul style="list-style-type: none"> ▪ should know about price formation mechanisms in an edgeworth box. ▪ should understand the importance of optimization (and equilibrium) problems in neoclassical economies. ▪ shall gain knowledge on modelling and solving static and dynamic optimization problems as well as non-cooperative game situations. ▪ shall describe Marshallian and Hicksian demand, the duality concepts and the integrability theorem Fachkompetenz Fertigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ use analytical techniques for the investigation of economic problems like the non-linear optimization with or without constraints etc. ▪ shall be able to use the Lagrange and Kuhn-Tucker methods, the backwards induction, the subgame perfectness integrability and the Walrasian mechanism. ▪ shall be able to use the studied techniques in various economic problems. Personale Kompetenz/ Sozial <ul style="list-style-type: none"> ▪ form learning groups on their own and work together on the content of the lecture and the exercise course. ▪ take actively part in the exercise course. Personale Kompetenz/ Selbständigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ analyze economic problems with the help of the learned techniques. ▪ evaluate real world situations economically and compare real outcomes to the theoretical ones. 					

6	Prüfungsleistung:			
	<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	90 Min.	50%
a)	Klausur	90 Min.	50%	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik.			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Haake			
12 a	Ansprechpartner/in: Simon Hoof			
13	Sonstige Hinweise: Teaching- and testing language: English			

Econometrics							
Econometrics							
Modulnummer: M.184.4479	Workload (h): 300	Credits: 10	Studiensemester: 1-4	Turnus: WS	Dauer (in Sem.): 1		
1	Modulstruktur:						
	Lehrveranstaltung	Lehrform	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)	Status (P/WP)	Gruppengröße (TN)	
	a) Simple and multiple linear regression models	V	45	90	P	350	
	b) Selected special topics in econometrics	V	15	45	P	350	
	c) Econometrics using R	Ü	30	75	P	350	
2	Wahlmöglichkeiten innerhalb des Moduls: Keine						
3	Empfohlene Voraussetzungen (prerequisites): W1471 Grundzüge der Statistik I (Statistics 1) W1472 Grundzüge der Statistik II (Statistics 2)						
4	Inhalte: This module provides the students fundamental knowledge of quantitative methods in empirical economic research at introductory and advanced level. The focus is on the theory, estimation and application of simple and multiple linear regression models. After a systematic introduction to econometrics, selected special topics, such as multicollinearity, heteroskedasticity, model selection and models with time series errors, will be dealt with in details. A brief introduction to the analysis of panel data will be provided as far as possible. The course is computer supported and will be provided with a lot of real data examples. Numerical examples in the lectures and tutorials will be dealt with the public powerful programming language R. During the visit of this modul you will also be introduced to the use of R in statistics and econometrics.						
5	Lernergebnisse /learning outcomes, Kompetenzen: Students... Fachkompetenz Wissen <ul style="list-style-type: none"> ▪ acquire systematic knowledge of the theory and application of linear regression; fundamental knowledge of special problems and methods to solve them. ▪ advanced knowledge of statistical estimation and test theory; knowledge of mathematical modelling; programming skills; teamwork ability. Kompetenz Fertigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ well known econometric models; model selection; simulation technique in econometrics; knowledge of statistical programming. Personale Kompetenz/ Selbständigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▪ Training in modeling, presentation of own results, internet search, training of selflearning, cooperation and team working skills, improved computing skills, basic research training 						

6	Prüfungsleistung:			
	[] Modulabschlussprüfung (MAP) [] Modulprüfung (MP) [x] Modulteilprüfungen (MTP)			
	zu	Prüfungsform	Dauer bzw. Umfang	Gewichtung für die Modulnote
	a)	Klausur	60 Min.	25%
b)	Klausur	60 Min.	75%	
7	Studienleistung / qualifizierte Teilnahme: Nein			
8	Voraussetzungen für die Teilnahme an Prüfungen: Keine			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: Die Vergabe der Credits erfolgt, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ ist.			
10	Gewichtung für Gesamtnote: Das Modul wird mit der Anzahl seiner Credits gewichtet (Faktor: 1).			
11	Verwendung des Moduls in den Studiengängen: M.Sc. Betriebswirtschaftslehre, M.Sc. International Business Studies, M.Sc. International Economics and Management, M.Sc. Management Information Systems, M.Sc. Wirtschaftsinformatik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik			
12	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Yuanhua Feng			
12 a	Ansprechpartner/in: Prof. Dr. Yuanhua Feng			
13	Sonstige Hinweise: Unterrichtssprache: English Tutorials will also be provided in German			

Übersicht der Module im Bereich Major und Minor

Majors (20 ECTS+Masterarbeit) oder Minor (15 ECTS)

(1) Marketing

M.184.5111	Marktforschung	10,0 ECTS	Prof. Dr. Eggert
M.184.5112	Managing Customers in the Digital Age	5,0 ECTS	Prof. Dr. Eggert
M.184.4114	Relationship Driven Selling: Theory & Practice	5,0 ECTS	Prof. Dr. Eggert
M.184.4111	Kundenmanagement und -forschung	5,0 ECTS	Prof. Dr. Eggert
M.184.5113	Price Management	5,0 ECTS	Prof. Dr. Eggert
M.184.4121	Management- und Marketingphilosophie und -theorie	10,0 ECTS	Prof. Dr. Prof. E.h. Dr. h.c. mult. Rosenthal
M.184.5124	Wissensmanagement im Übergang von Analogen zu Digitalen Horizonten	5,0 ECTS	Prof. Dr. Prof. E.h. Dr. h.c. mult. Rosenthal
M.184.5195	Service Marketing	10,0 ECTS	Prof. Dr. Wunderlich
M.184.4197	Praxisprojekt Advanced Service Brand Management	5,0 ECTS	Prof. Dr. Wunderlich
M.184.4192	Service & Technology Management	10,0 ECTS	Prof. Dr. Wunderlich
M.184.4190	Seminar on Innovations in Healthcare	10,0 ECTS	Prof. Dr. Wunderlich
M.184.5193	Management von Dienstleistungen und Innovationen in der Healthcarelogistik	5,0 ECTS	Prof. Dr. Wunderlich
M.184.5192	Seminar zur Digitalisierung von Unternehmen	5,0 ECTS	Prof. Dr. Wunderlich
M.184.4199	Projektseminar Dienstleistungsmanagement	5,0 ECTS	Prof. Dr. Wunderlich
M.184.5197	Projektseminar Kundenmanagement	10,0 ECTS	Prof. Dr. Wunderlich
M.184.5090	Digitale Geschäftsstrategien	10,0 ECTS	Prof. Dr. Wunderlich
M.184.4359	Markets for Information Goods	5,0 ECTS	Prof. Dr. Kundisch
t.b.a.	Information Systems for Smart Service	5,0 ECTS	Prof. Dr. Beverungen
M.184.4391	Projektseminar Smart Services	10,0 ECTS	Prof. Dr. Beverungen

(2) Organizational Development

M.184.4129	Corporate Entrepreneurship	5,0 ECTS	Prof. Dr. Kabst
M.184.4173	Strategic Management: An Economic Approach	10,0 ECTS	Prof. Dr. Schnedler
M.184.4172	Topics in Managerial Economics	5,0 ECTS	Prof. Dr. Schnedler
M.IBS.4151	International Comparative Management	10,0 ECTS	Prof. Dr. Kabst
M.184.4126	Global Strategy	10,0 ECTS	Prof. Dr. Kabst
M.184.5170	The theory and practice of entrepreneurship	5,0 ECTS	Prof. Dr. Schnedler
M.184.4125	Entrepreneurial Business Planning	10,0 ECTS	Prof. Dr. Kabst
M.184.4127	Praxis der Unternehmensgründung	5,0 ECTS	Prof. Dr. Kabst
M.184.4166	Seminar zur Unternehmenspolitik	5,0 ECTS	Prof. Dr. Fahr

(3) HRM

M.184.4141	Human Resource Management	10,0 ECTS	Prof. Dr. Schneider
M.184.4140	Employment Systems	10,0 ECTS	Prof. Dr. Schneider, Prof. Dr. Thommes
M.184.5156	Verhaltensexperimente	10,0 ECTS	Prof. Dr. Thommes
M.184.4157	Seminar Organisationales Verhalten	5,0 ECTS	Prof. Dr. Thommes
M.184.5121	Einführung in die Theorie der Unternehmung	5,0 ECTS	Prof. Dr. Thommes
M.184.5122	Einführung in die Theorien der modernen Betriebswirtschaftslehre	5,0 ECTS	Prof. Dr. Thommes
M.184.4562	Bildungsmanagement	5,0 ECTS	Prof. Dr. Thommes; Prof. Dr. Jenert
M.184.4101	Arbeits- und Personalpsychologie	10,0 ECTS	Prof. Dr. Schaper
M.184.4137	Applied Organizational Economics: Theory and Empirical Evidence	10,0 ECTS	Prof. Dr. Frick
M.184.4139	Happiness Economics & Econometrics	5,0 ECTS	Prof. Dr. Frick
M.184.5139	Happiness Economics	10,0 ECTS	Prof. Dr. Frick
M.184.5140	Interdisziplinäres Seminar in Personalwirtschaft	5,0 ECTS	Prof. Dr. Schneider

(4) Ethics & Sustainability (nur als Minor)

M.184.4169	Seminar zur Wirtschafts- und Unternehmensethik	5,0 ECTS	Prof. Dr. Fahr
M.184.4122	Ökonomie, Ethik und Denken	10,0 ECTS	Prof. Dr. Prof. E.h. Dr. h.c. mult. Rosenthal
M.184.5162	Interreligiöse Perspektiven der Wirtschaftsethik	5,0 ECTS	Prof. Dr. Fahr
M.184.5123	Perspektiven der Wirtschaftsphilosophie	5,0 ECTS	Prof. Dr. Prof. E.h. Dr. h.c. mult. Rosenthal
M.184.4128	Social Entrepreneurship – innovative Lösungen für gesellschaftliche, soziale und ökologische Probleme	5,0 ECTS	Prof. Dr. Kabst
M.184.5194	Seminar zu nachhaltigen Dienstleistungen	5,0 ECTS	Prof. Dr. Wunderlich
M.184.4149	Spirituality & Management	5,0 ECTS	Prof. Dr. Schneider

(5) Digital Innovation & Analytics (nur als Minor)

(Module aus Dep Winfo, genaue Zusammensetzung sowie auch Titel des Minors fehlen noch)

M.184.4324	Masterseminar Social Business Analytics & Management	10,0 ECTS	Prof. Dr. Trier
M.184.5355	Experiments on Digital Markets	5,0 ECTS	Prof. Dr. Kundisch
M.184.5350	Innovative Ideas Seminar (Graduate)	10,0 ECTS	Prof. Dr. Kundisch
M.184.5351	Projektseminar Digital Service Innovation	5,0 ECTS	Prof. Dr. Kundisch
M.184.5331	Applied Machine Learning für Text Analysis	10,0 ECTS	Prof. Dr. Müller
M.184.5333	Data Science for Business	5,0 ECTS	Prof. Dr. Müller

Übersicht der Methodenmodule

Modulnummer	Modulbezeichnung	ECTS	Modulverantwortliche/r
M.184.4164	Empirische Managementforschung	10 ECTS	Prof. Dr. René Fahr
M.105.9150	Mathematik für Wirtschaftswissenschaften IV	10 ECTS	Prof. Dr. Thomas Richthammer
M.184.4425	Applied Financial Economics	5 ECTS	Dr. Christian Peitz
M.184.4451	Financial and Time Series Econometrics	5 ECTS	Prof. Dr. Yuanhua Feng
M.184.4176	Finding and Developing your Research Project	5 ECTS	Prof. Dr. Wendelin Schnedler
M.184.4452	Advanced Methods of Empirical Economic Research R	5 ECTS	Prof. Dr. Yuanhua Feng
M.184.4475	Applied Microeconometrics using STATA	5 ECTS	Dr. Sonja Lück
M.184.5489	Microeconometrics	10 ECTS	Prof. Dr. Hendrik Schmitz
M.184.4136	Applied Research Management	5 ECTS	Prof. Dr. Bernd Frick
M.184.4441	Methods of Economic Analyses	10 ECTS	Prof. Dr. Claus-Jochen Haake
M.184.4479	Econometrics	10 ECTS	Prof. Dr. Yuanhua Feng
M.184.4170	Unleash the Behavioral Researcher in you	5 ECTS	Prof. Dr. Wendelin Schnedler

Ergänzungsbereich

Im Ergänzungsbereich des Studiengangs können Module aus dem gesamten Modulangebot der Masterstudienänge der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften belegt werden. Es darf kein Modul gewählt werden, das bereits im Major oder Minor, Ergänzungsbereich oder im Bereich der Methodenmodule belegt wurde. Eine Übersicht des Modulangebots je Semester kann hier abgerufen werden: <https://wiwi.uni-paderborn.de/studium/orga/module/modulkatalog/>

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

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

ISSN 2199-2819