Friedrich-Alexander-Universität
Fachbereich Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften | WiSo

Masterstudiengang

Sozialökonomik

Modulhandbuch –
Wintersemester 2023/2024

www.wiso.fau.de/sozialoekonomik

Mehr wissen

Friedrich-Alexander-Universität
Fachbereich Wirtschafts- und Sozialwissenschaften | WiSo

Masterstudiengang Sozialökonomik (M.Sc.)

Modulhandbuch

Wintersemester 2023/24

Alle Angaben sind ohne Gewähr.
Im Zweifelsfall gilt die Master-Prüfungsordnung.
Wenden Sie sich bei Fragen bitte direkt an den zuständigen Modulverantwortlichen.

Stand: 29. September 2023

Modulhandbuch gilt für Studierende mit Studienbeginn VOR WS 2022/23

(Prüfungsordnung 2017)

Hinweis

Bei **9: Verwendbarkeit des Moduls** steht „Master of Science Sozialökonomik 20222“

Diese Regelung basiert auf einer Vereinbarung der Q-Koordinator/innen der FAU, die besagt, "wenn ein Modul/Konto in verschiedenen PO-Versionen eines Studiengangs denselben Namen trägt, soll dieses nicht mehrfach in der Verwendbarkeit aufgelistet werden."

Dem entsprechend wurde die Konfiguration so programmiert, dass immer nur die neueste Kohorte (i.d.F. 20222) angegeben wird.

Das jeweilige Modul ist, sofern gelistet, in Ihrer Prüfungsordnung (PO 2017) belegbar.

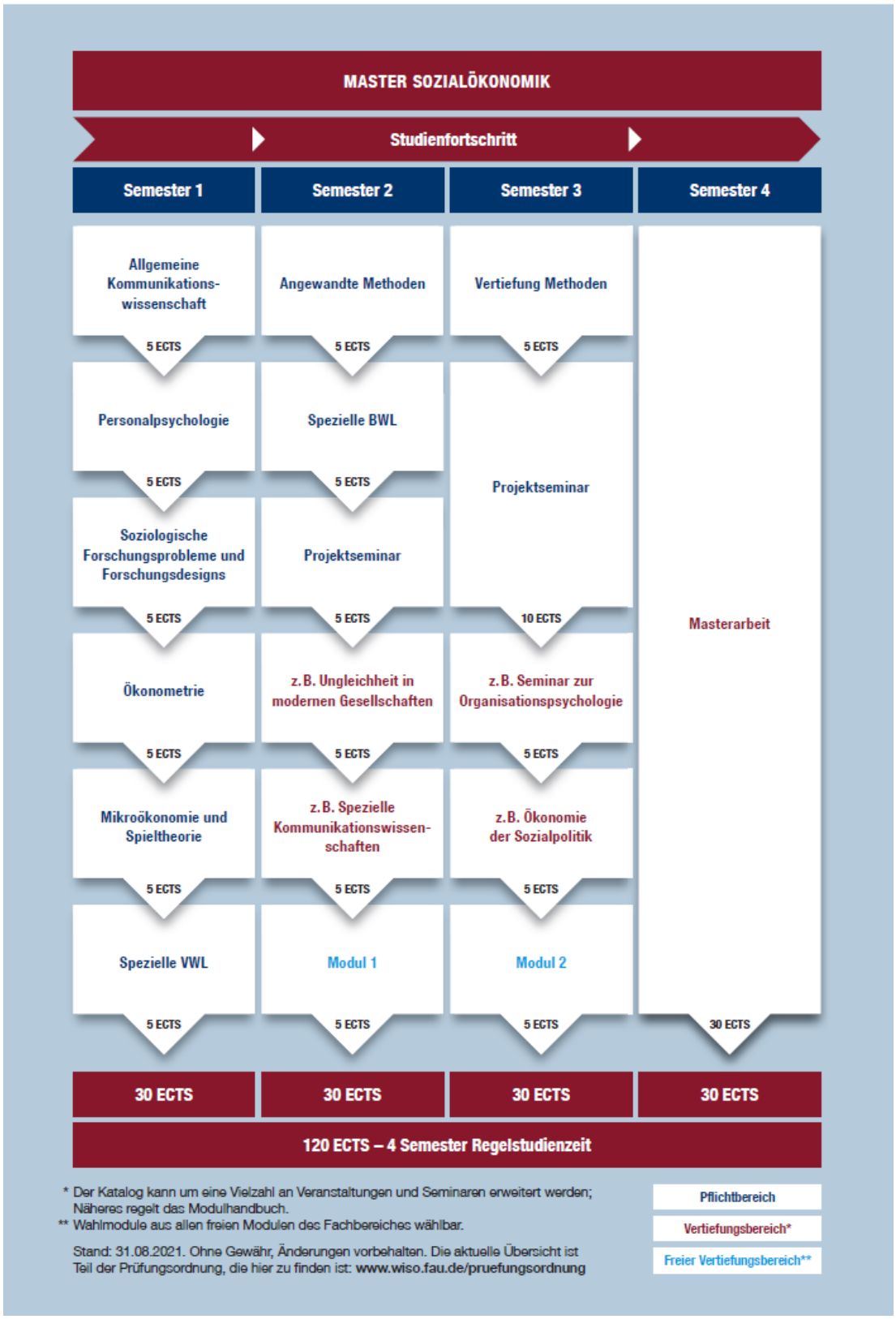
Abkürzungsverzeichnis

ECTS	European Credit Transfer System
h	Stunden
HS	Hauptseminar
S	Seminar
SoSe	Sommersemester
SWS	Semesterwochenstunden
Ü	Übung
V	Vorlesung
WS	Wintersemester

1. Studienplan

1.1 Studienplan gültig für Studierende mit Studienbeginn ab WS17/18

Neue Ansicht:



Alte Ansicht:

Master in Sozialökonomik		Semester			
		1	2	3	4
	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS
Sozialökonomischer Pflichtbereich	**60**				
Sozialwissenschaftliche Grundlagen	**15**				
Allgemeine Kommunikationswissenschaft	5	5			
Personalpsychologie	5	5			
Soziologische Forschungsprobleme und Forschungsdesigns	5	5			
Methodische Grundlagen	**15**				
Ökonometrie	5	5			
Vertiefung Methoden	5			5	
Angewandte Methoden	5		5		
Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen	**15**				
Mikroökonomie und Spieltheorie	5	5			
Spezielle VWL	5	5			
Spezielle BWL	5		5		
Sozialökonomisches Projektseminar	**15**				
Projektseminar	15		5	10	
Sozialökonomischer Vertiefungsbereich (4 Module sind zu wählen)*	**20**				
z.B. Ungleichheit in modernen Gesellschaften	5		5		
z.B. Seminar zur Organisationspsychologie	5			5	
z.B. Spezielle Kommunikationswissenschaft I	5		5		
z.B. Ökonomie der Sozialpolitik	5			5	
Freier Vertiefungsbereich (2 Module sind zu wählen)**	**10**				
Modul 1	5		5		
Modul 2	5			5	
Masterarbeit	**30**				30
ECTS	**120**	**30**	**30**	**30**	**30**

* Der Katalog kann erweitert werden; Näheres regelt das Modulhandbuch.
** Wahlmodule aus allen freien Modulen des Fachbereiches wählbar.
Stand: 31.08.2017. Ohne Gewähr. Änderungen vorbehalten. Die aktuelle Übersicht ist Teil der Prüfungsordnung, die hier zu finden ist:
www.wiso.fau.de/pruefungsordnung

1.2 Hinweis zu Art und Umfang von Prüfungsleistungen

Die Art der am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften gültigen Prüfungsleistungen ist definiert in §16 Prüfungsarten der Master-Rahmenprüfungsordnung (MPO). Darüber hinaus sind Prüfungsumfänge in den §§17, 18 MPO geregelt. Die Prüfungsordnungen sind unter folgendem Link einzusehen:
http://www.zuv.fau.de/universitaet/organisation/recht/studiensatzungen/rw.shtml#Wirtschaft

Soweit die einzelnen Modulbeschreibungen nichts Genaueres definieren, sind für die Masterstudiengänge am Fachbereich folgende Prüfungsformen mit den entsprechenden Prüfungsumfängen gültig:

1.	**schriftliche Prüfung:**	
a.	Klausur	60/90/120 Minuten
b.	Hausarbeit	ca. 15 Seiten
c.	Seminararbeit	ca. 15 Seiten
2.	**mündliche Prüfung**	ca. 20 Minuten
3.	**Sonderformen, insbesondere:**	
a.	Projektarbeit /-bericht	ca. 30 Seiten
b.	Praktikumsbericht	ca. 4 Seiten
c.	Thesenpapier	ca. 2 Seiten
d.	Protokoll	ca. 6 Seiten
e.	Kurztest	ca. 15 Minuten
f.	Referat	ca. 25 Minuten
g.	Präsentation/Präsentationspapier	ca. 20 Minuten/ca. 20 Seiten
h.	Diskussionspapier	ca. 10 Seiten
i.	Moderation	ca. 20 Minuten
j.	Lehrprobe	ca. 45 Minuten
k.	Fallstudie	ca. 25 Minuten und/oder 10 Seiten
l.	Diskussionsbeitrag (ehemals: Diskussionsbeteiligung/Mitarbeit)	ca. 10 Minuten
m.	Portfolioprüfung	k.A.
n.	Elektronische Prüfung	ca. 90 Minuten
o.	Antwort-Wahl-Verfahren	ca. 30 Minuten
p.	Versuchspersonenstunde	ca. 60 Minuten
q.	Reflexion	ca. 10 Minuten oder 10 Seiten
r.	Strategiekonzept	ca. 6 Seiten
s.	Hausaufgabe	ca. 1-3 Seiten

2. Schwerpunktbereiche

Studierenden kann in den Abschlussdokumenten das Studium eines Studienbereichs bescheinigt werden, wenn sie mindestens 25 ECTS-Punkte aus Modulen im sozialökonomischen Vertiefungsbereich sowie im freien Vertiefungsbereich in folgenden Studienbereichen erworben haben[1]:

- Bildung, Beruf und Personal
- Medien-, Markt- und Sozialforschung

Auf den folgenden Seiten ist die Zuordnung der Module aufgelistet.

[1] D.h. Studierende müssen sich nicht für einen Schwerpunktbereich qualifizieren. Es besteht weiterhin die Möglichkeit Modulkombinationen im Wahlpflichtbereich selbständig zu wählen.

2.1. Schwerpunktbereich Beruf, Bildung und Personal

52271 Seminar zur Organisationspsychologie
52300 Theorieseminar zur Wirtschaftspsychologie
52310 Wirtschaftspsychologie Projektseminar
52390 Literaturseminar zu aktuellen Fragen der Arbeitsmarktökonomie
53000 Arbeitsmarktökonomie
53010 Arbeitsmarktsoziologie
53071 Personnel economics
53111 Datenerhebung und Datenstrukturen in der Arbeitsmarktforschung
53344 Labor markets: A macroeconomic perspective
53370 Empirische Arbeitsmarktforschung
54650 Performance management in teams
54831 International marketing
55701 Grundlagen der Organisationspsychologie
55850 Seminar zur Arbeitsmarktsoziologie
55860 Seminar zur Wirtschaftssoziologie
55890 Einführung in das Arbeitsrecht für Masterstudierende
55922 Arbeitsmarkt und Haushalt
56170 Einführung in die Bildungssoziologie
56180 Seminar zur Bildungssoziologie
56512 Bedürfnisse von Arbeitnehmer*innen - das Beispiel Diversity
56900 Die psychologische Bedeutung von Arbeit
57130 International trade and labor
54327 Seminar on Labour and Education Economics
54328 Urbane Arbeits- und Wohnungsmärkte
53030 Personalmanagement

2.2. Schwerpunktbereich Medien-, Markt- und Sozialforschung

57126 Digital behavioral data
57127 Nachhaltigkeitskommunikation
57128 Kommunikation in der digitalen Arbeitswelt
53083 Ökonomie der Sozialpolitik
52161 Angewandte empirische Gesundheitsökonomie
52350 Datenanalyse
52360 Datenermittlung
52930 Seminar: Behavioral economics 1
53055 Panel and evaluation methods
53107 Microeconometrics and machine learning
53281 Behavioral economics
53313 Multivariate Time Series Analysis
54141 Advanced marketing management II: Advanced topics in marketing
54262 Principles of marketing II
54270 Vertriebs- und Kommunikationsmanagement
55110 Konsumentenverhalten III
55120 Konsumentenverhalten IV
55810 Konsumentenverhalten II
57150 Data science
57340 Bayesian econometrics
57471 Digital Marketing
58020 Spezielle Kommunikationswissenschaft I
58021 Spezielle Kommunikationswissenschaft II
58072 Advanced marketing management I: Service Marketing
54162 Advanced marketing management IV
54171 Advanced marketing management V
58081 Advanced marketing management VII
54011 Principles of marketing I

Inhaltsverzeichnis

Modul Masterarbeit (M.Sc. Sozialökonomik 20172) (1997) 10

Freier Vertiefungsbereich

Abgabenordnung (53881) 13
Advanced Business Analytics Seminar (65985) 14
Advanced marketing management II: Advanced topics in marketing (54141) 16
Advanced marketing management IV (54162) 17
Advanced marketing management V (54171) 19
Advanced marketing management VII (58081) 21
Agile Arbeitsweisen im Kontext Lateinamerikas (57468) 22
AI and Data in Business and Management (57387) 23
Angewandte empirische Gesundheitsökonomie (52161) 24
Angewandte Methoden: Ausgewählte Methoden der Sozialforschung (52320) 26
Angewandte Methoden: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung (52330) 27
Arbeitsmarktökonomie (53000) 29
Arbeitsmarktsoziologie (53010) 31
Arbeitsmarkt und Haushalt (55922) 32
Asset liability management (Versicherungen) (56530) 33
Auslandsmodul (59020) 35
Bayesian econometrics (57340) 36
Bedürfnisse von Arbeitnehmer*innen - das Beispiel Diversity (56512) 37
Behavioral economics (53281) 38
Berufs- und wirtschaftspädagogischer Wahlbereich (54230) 39
Besteuerung von Personengesellschaften (55220) 41
Branchen- und themenspezifisches Nachhaltigkeitsmanagement (52144) 42
Branchen- und themenspezifisches Nachhaltigkeitsmanagement (57453) 43
Business ethics and corporate social responsibility (56780) 45
Business intelligence and digital marketing (54082) 47
Businessplanseminar (53622) 49
Change management (53460) 51
Consumer relationship marketing (53165) 53
Controlling of business systems (53430) 54
Corporate Investment Controlling (53700) 55
Corporate strategy (53730) 56
Current Topics in Tax Technology (57507) 58
Das Industrieseminar (52500) 60
Das Innovationsseminar (57490) 61
Data science (57150) 62
Data Science: Foundations, tools and applications in Socio-economics and Marketing (57125) 64
Datenerhebung und Datenstrukturen in der Arbeitsmarktforschung (53111) 66
Datenermittlung (52360) 68
Design thinking und Produktdesign (55231) 70
Development economics (57330) 72
Die psychologische Bedeutung von Arbeit (56900) 74
Digital behavioral data (57126) 76
Digital Marketing (57471) 78
Economics of climate change (ECC) (53286) 80
Economics of innovation (53296) 82

Einführung in das Arbeitsrecht für Masterstudierende (55890)....84
Einführung in das Genossenschaftswesen (52170)....85
Einführung in die Bildungssoziologie (56170)....86
Einkommenssteuerrecht (55210)....87
Electronic human resources management (57086)....88
Empirical environmental economics (53285)....90
Empirische Arbeitsmarktforschung (53370)....91
Fachsprachliche Ausbildung Englisch I (54390)....92
Fachsprachliche Ausbildung Englisch II (54400)....94
Fachsprachliche Ausbildung Englisch III (54411)....96
Fachsprachliche Ausbildung Englisch IV (54421)....98
Fachsprachliche Ausbildung Englisch V (54990)....100
Fachsprachliche Ausbildung Französisch IV (54570)....102
Fallstudien Auditing (53921)....103
Fallstudien und Projekte im Management I (53492)....105
Fallstudien und Projekte im Management IX (55403)....107
Financial engineering and structured finance (56270)....109
Finanzierungsmanagement von Start-up Unternehmen (53610)....111
Finanz- und Bankmanagement (53770)....113
Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung VII (55490)....115
Foundations of international management I (53710)....117
Foundations of international management II (53720)....119
Game theory (53201)....120
Gesundheitsökonomie I (56790)....122
Gesundheitsökonomische Evaluationen I (54821)....123
Global operations strategy (53651)....125
Grundlagen der Organisationspsychologie (55701)....127
Hauptseminar Betriebswirtschaftliche Steuerlehre (55605)....129
Hauptseminar Controlling (55550)....131
Hauptseminar Finance (55530)....132
Hauptseminar spezielle Sozialökonomik 1 (58000)....134
Hauptseminar spezielle Sozialökonomik 2 (58001)....135
Hauptseminar Tax law (55571)....136
Industrielles Management (53640)....138
Interdisziplinäres Seminar (54120)....139
International and European trade law (55270)....140
International marketing (54831)....142
International trade and labor (57130)....143
Issues in international political economy (54440)....145
Kapitalmarktorientierte Unternehmenssteuerung (54290)....147
Kommunikation in der digitalen Arbeitswelt (57128)....149
Konsumentenverhalten II (55810)....151
Konsumentenverhalten III (55110)....152
Konsumentenverhalten IV (55120)....153
Konzernrechnungslegung (54251)....155
Labor markets: A macroeconomic perspective (53344)....157
Labor markets in the knowledge economy (57131)....158
Latin America in the era of Globalisation (52461)....159
Lebensversicherung (56540)....160
Logistik-Consulting (55310)....162
Macroeconomics: Business cycles (53212)....163
Macroeconomics: Economic growth (53221)....165
Management von Industrie 4.0 (54751)....167

Managing enterprise-wide IT architectures (57030)....169
Managing global projects and information technology (57060)....171
Managing intercultural relations (53471)....174
Mathematics for economists (53231)....176
Methoden II: Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie (55060)....177
Microeconometrics and machine learning (53107)....178
Microeconomics (53191)....180
Multivariate Time Series Analysis (53313)....181
Nachhaltigkeitskommunikation (57127)....183
Ökonomie der Sozialpolitik (53083)....185
Organizational creativity (52553)....186
Panel and evaluation methods (53055)....188
People Analytics – Data Science für Human Resources Management (57134)....190
Performance management in teams (54650)....193
Personalmanagement (53030)....195
Personal selling (53162)....197
Personnel economics (53071)....199
Praxisseminar (56080)....201
Praxisseminar mit Prof. Dr. Heinrich v. Pierer (55521)....202
Principles of marketing I (54011)....203
Principles of marketing II (54262)....204
Principles of marketing IV (54052)....206
Principles of marketing V (54062)....208
Principles of marketing VI (54072)....210
Prüfungstechnik (53930)....212
Regeneration and sustainable development (57455)....213
Seminar: Behavioral economics 1 (52930)....215
Seminar energy markets (52990)....217
Seminar: Public economics 1 (52950)....219
Seminar: Public economics 2 (52960)....220
Seminar zum Genossenschaftswesen (55511)....222
Seminar zur Arbeitsmarktsoziologie (55850)....224
Seminar zur Bildungssoziologie (56180)....225
Seminar zur Organisationspsychologie (52270)....227
Seminar zur Wirtschaftssoziologie (55860)....229
Semiparametric methods in econometrics and applications (57176)....231
Service innovation (57241)....233
Sonderbilanzen und Sonderprüfungen (53800)....235
Spatial economics (55960)....237
Spezialfragen der Rechnungslegung (53500)....238
Spezielle Kommunikationswissenschaft II (58021)....240
Steuerbilanzen (53965)....242
Steuerliche Gewinnermittlung (54300)....243
Strategic communication (54101)....245
Strategic supply management (56220)....246
Strategisches Innovationsmanagement (52610)....247
Strategische Vorausschau in Theorie und Praxis (52761)....248
Supply chain management research seminar (53763)....250
Sustainability management and corporate functions (52130)....251
Technology and innovation management (53450)....253
Technology-based service innovation (57174)....255
The Economics of Health Insurance (56792)....257
Theorieseminar zur Wirtschaftspsychologie (52300)....258

The supply of medical services (52153) ... 260
Umsatzsteuerrecht (53882) ... 261
Ungleichheit in modernen Gesellschaften (54630) ... 263
Unternehmenssteuerrecht (56460) ... 265
Urbane Arbeits- und Wohnungsmärkte (54328) ... 266
Versicherungs- und Risikotheorie (56470) ... 268
Versorgungsmanagement I (56231) ... 270
Vertriebs- und Kommunikationsmanagement (54270) ... 272
Wirtschaftspsychologie Projektseminar (52310) ... 274
Workshop capital markets research (53330) ... 276
Workshop: Finance (53910) ... 278
Sozialökonomischer Vertiefungsbereich
Advanced marketing management V (54171) ... 281
Advanced marketing management V: Business-to-business marketing (54170) ... 283
Angewandte empirische Gesundheitsökonomie (52161) ... 284
Arbeitsmarktsoziologie (53010) ... 286
Arbeitsmarkt und Haushalt (55922) ... 287
Bedürfnisse von Arbeitnehmer*innen - das Beispiel Diversity (56512) ... 288
Behavioral economics (53281) ... 289
Change management (53460) ... 290
Data science (57150) ... 292
Data Science: Foundations, tools and applications in Socio-economics and Marketing (57125) ... 294
Datenerhebung und Datenstrukturen in der Arbeitsmarktforschung (53111) ... 296
Datenermittlung (52360) ... 298
Development economics (57330) ... 300
Die psychologische Bedeutung von Arbeit (56900) ... 302
Digital behavioral data (57126) ... 304
Digital change management (56210) ... 306
Einführung in die Bildungssoziologie (56170) ... 307
Electronic human resources management (57086) ... 308
Empirische Arbeitsmarktforschung (53370) ... 310
Grundlagen der Organisationspsychologie (55701) ... 311
Kommunikation in der digitalen Arbeitswelt (57128) ... 313
Konsumentenverhalten II (55810) ... 315
Konsumentenverhalten III (55110) ... 316
Konsumentenverhalten IV (55120) ... 317
Nachhaltigkeitskommunikation (57127) ... 319
Ökonomie der Sozialpolitik (53083) ... 321
Performance management in teams (54650) ... 322
Principles of marketing I (54011) ... 324
Principles of marketing II (54262) ... 325
Seminar on Labour and Education Economics (54327) ... 327
Seminar: Public economics 1 (52950) ... 329
Seminar: Public economics 2 (52960) ... 330
Seminar zur Arbeitsmarktsoziologie (55850) ... 332
Seminar zur Bildungssoziologie (56180) ... 333
Seminar zur Organisationspsychologie (52270) ... 335
Seminar zur Wirtschaftssoziologie (55860) ... 337
Spatial economics (55960) ... 339
Spezielle Kommunikationswissenschaft II (58021) ... 340
Strategic communication (54101) ... 342
Theorieseminar zur Wirtschaftspsychologie (52300) ... 343

The supply of medical services (52153) ... 345
Ungleichheit in modernen Gesellschaften (54630) ... 346
Urbane Arbeits- und Wohnungsmärkte (54328) ... 348
Vertriebs- und Kommunikationsmanagement (54270) ... 350
Wirtschaftspsychologie Projektseminar (52310) ... 352
Sozialökonomischer Pflichtbereich
Medien- & Kommunikationsforschung (55041) ... 355
Mikroökonomie und Spieltheorie (55911) ... 356
Ökonometrie (53043) ... 358
Personalpsychologie (53021) ... 360
Sozialökonomisches Projektseminar (55082) ... 362
Soziologische Forschungsprobleme und Forschungsdesigns (55031) ... 364
Wahlmodul: Vertiefung Methoden
Data science (57150) ... 367
Datenerhebung und Datenstrukturen in der Arbeitsmarktforschung (53111) ... 369
Datenermittlung (52360) ... 371
Microeconometrics and machine learning (53107) ... 373
Panel and evaluation methods (53055) ... 375
Wahlmodul: Angewandte Methoden
Angewandte Methoden: Ausgewählte Methoden der Sozialforschung (52320) ... 378
Angewandte Methoden: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung (52330) ... 379
Angewandte Methoden: Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie (52340) ... 381
Wahlmodul: Spezielle VWL
Arbeitsmarktökonomie (53000) ... 383
Gesundheitsökonomie I (56790) ... 385
Personnel economics (53071) ... 386
Wahlmodul: Spezielle BWL
Business ethics and corporate social responsibility (56780) ... 389
Einführung in das Genossenschaftswesen (52170) ... 391
Foundations of international management I (53710) ... 392
Foundations of international management II (53720) ... 394
Managing intercultural relations (53471) ... 395
Regeneration and sustainable development (57455) ... 397
Seminar zum Genossenschaftswesen (55511) ... 399
Technology and innovation management (53450) ... 401

1	**Modulbezeichnung** 1997	**Modul Masterarbeit (M.Sc. Sozialökonomik 20172)** Master's thesis module	**30 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: MA: Seminar zur Masterarbeit (2 SWS)	30 ECTS
3	Lehrende	Alle Professor(innen) im Studiengang	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Wolbring stellvertretend für alle Dozierenden im Studiengang
5	**Inhalt**	Erstellung einer Masterarbeit: Erforschung und Diskussion aktueller Themen aus dem Bereich Sozialökonomik. Das parallel laufende Seminar zur Masterarbeit soll die Studierenden bei der Anfertigung der Arbeit unterstützen, ihnen Diskussionsmöglichkeiten eröffnen und Hilfen zur Darstellung und Lösung von Problemen geben. Es gibt darüber hinaus Gelegenheit, den Bearbeitungsstand der Arbeit vor anderen Studierenden und Betreuenden zu präsentieren, die gewählte Vorgehensweise zu reflektieren und sich der Diskussion zu stellen.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	In der Masterarbeit zeigen die Studierenden, dass sie in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Thema bzw. eine Fragestellung aus dem Bereich Sozialökonomik selbständig mit wissenschaftlichen Methoden auf dem aktuellen Wissensstand des Faches zu bearbeiten. Sie entwickeln eigenständig eine Forschungsfrage, indem sie erworbenes Wissen auf die gewählte Fragestellung übertragen und neu strukturieren sowie vorliegende Forschung systematisch anhand begründeter Kriterien bewerten. Sie sind in der Lage, die erzielten Forschungsergebnisse prägnant und nach den Regeln wissenschaftlichen Arbeitens aufzubereiten, zu interpretieren und zu bewerten, indem sie gesellschaftliche, wirtschaftliche oder kulturelle Auswirkungen reflektieren. Darüber hinaus sollen die Studierenden komplexe fachbezogene Probleme und Lösungen gegenüber einem akademischen Publikum oder Fachleuten argumentativ vertreten.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Voriger Besuch der Veranstaltungen des 1.-3. Semesters
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Pflichtmodul Master of Science Sozialökonomik 20172
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Masterarbeit und Präsentation (6 Monate)
11	**Berechnung der Modulnote**	Masterarbeit (100%) und Präsentation (bestanden)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester

13	**Wiederholung der Prüfungen**	Die Prüfungen dieses Moduls können nur einmal wiederholt werden.
14	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 15 h Eigenstudium: 885 h
15	**Dauer des Moduls**	1 Semester
16	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch oder Englisch
17	**Literaturhinweise**	Aktuelle Forschungsliteratur

Freier Vertiefungsbereich

1	**Modulbezeichnung** 53881	**Abgabenordnung** Tax Procedure	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Roland Ismer
5	**Inhalt**	• Ermittlung der Sachverhalte, die zu einer Besteuerung nach den Einzelsteuergesetzen wie EStG, KStG oder UStG führen • Festsetzung & Erhebung der Steuer • Rechte des Bürgers im Verfahren (v.a. Einspruchsverfahren) und sein Rechtsschutz (außergerichtlich und gerichtlich)
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden kennen zum einen das Besteuerungsverfahren und können zum anderen die Möglichkeiten des Rechtsschutzes der Steuerpflichtigen gegen rechtswidrige Maßnahmen der Steuerbehörden anwenden. Weiterhin können die Studierenden unter Berücksichtigung der Systematik der Gesetze steuerliche Fallgestaltungen erfassen, beurteilen und systematisch lösen. Unter Anwendung juristischer Methoden auf fortgeschrittenem Niveau sowie Übertragung steuerrechtlicher Rechtsprechung und aktueller wissenschaftlicher Literatur können die Studierenden steuerliche Fallgestaltungen gutachterlich prüfen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse Steuerrecht
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Birk, Steuerrecht; Jakob, Abgabenordnung; Tipke/Lang, Steuerrecht: jeweils aktuelle Auflage; weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 65985	**Advanced Business Analytics Seminar**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Advanced Business Analytics Seminar (0 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Annika Lurz Dr. Pavlina Kröckel	

4	**Modulverantwortliche/r**	Dr. Pavlina Kröckel
5	**Inhalt**	The problems faced by decision makers in today's competitive business environment are complex and multi-faceted, and often require skills that go beyond theoretical data science knowledge. Solving such problems effectively requires the employment of a structured approach to business problem-solving. **Advanced Analytics** is defined by Gartner as *"the autonomous or semi-autonomous examination of data or content using sophisticated techniques and tools, typically beyond those of traditional business intelligence (BI), to discover deeper insights, make predictions, or generate recommendations*." Advanced Analytics refers to the fields of Machine Learning, Predictive Analytics, Process Mining, Text Mining, and Social Network Analysis, to name a few. It is presumed that participants are familiar with the theoretical concepts from one or more of the mentioned data science areas. The focus of the seminar is on the application of those concepts on given use cases from industry. This course is mostly organized as a self-study. Work will be done in groups of three to five students. All topics are presented and explained in the kick-off session, as well as organizational issues and other relevant information. Teams will have to present their progress on the chosen topic.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students gain practical skills in extracting and manipulating structured and unstructured data, executing methods for descriptive, predictive, or prescriptive analysis, and effectively interpreting and presenting analytic results. Thus, students do not only get hands-on technical experience but also gain domain knowledge and learn soft-skills relevant for data scientist (e.g., teamwork, critical thinking, storytelling). For **students without technical knowledge**, we will also offer topics requiring literature review, case study analysis or conceptual design. Whenever possible, we assign topics that are currently important for our cooperation partners.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	For the technical topics: • Students should have at least introductory level data mining and machine learning knowledge. • Preference is given to students who have taken the Business Intelligence lecture offered in the summer semester. For non-technical topics: no pre-requisits. **Registration** via StudOn is **required**. The registration period is announced for each seemster and all students who register in this

		timeframe have **equal chances** to be admitted. Thus, an early registration does not guarantee a place in the seminar.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminarleistung • The seminar is mostly organized online. Presence (online) is expected during the kick-off lecture in the beginning of the semester, the mid-term presentations and other appointments individually arranged with the topic supervisor. • Participation in the mid-term presentation is mandatory. If this condition is not fullfilled, further participation in the seminar will not be allowed.
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminarleistung (100%) The grade is based on the final presentation and participation and engagement during the semester.
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Relevant literature will be given during the seminar.

1	**Modulbezeichnung** 54141	**Advanced marketing management II: Advanced topics in marketing**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	**Inhalt**	The module discusses recent insights from research on consumer behavior. Building upon theoretical and conceptual fundamentals, students acquire an advanced understanding of how marketing measures impact consumer experience and behavior. Implications for the industry are illustrated by various practical examples.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students can explain and apply fundamental as well as more advanced scientific evidence on the impact of marketing measures on consumer experience and behavior. They can interpret scientific studies, put them in context, and discuss them critically. Based on the acquired knowledge, students can independently derive practical implications and recommendations.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	none; Please note that only a limited number of students can take the course. For further information on course registration, please see our homepage.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten) Please note that the exam can only be taken during the summer term.
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., Pieters, R. (2023), Consumer Behavior, 8. Auflage, Cengage Learning.

1	**Modulbezeichnung** 54162	**Advanced marketing management IV**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer
5	**Inhalt**	Das strategische Marketing beinhaltet die langfristige Planung der Marketingmaßnahmen. In dieser Veranstaltung werden die Grundlagen des strategischen Marketings vorgestellt. Im Mittelpunkt stehen dabei die Instrumente des strategischen Marketings, wie z.B. Marktanalysen und Wettbewerbsstrategien. Praktische Erfahrungen im Bereich des strategischen Marketings werden den Studierenden durch die Teilnahme an einem Marketingplanspiel im Rahmen dieser Veranstaltung vermittelt.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können wissenschaftliche Grundlagen sowie spezialisiertes und vertieftes Fachwissen des strategischen Marketings erläutern und anwenden. Im Besonderen können sie in vertiefter und kritischer Weise Theorien, Terminologien, Besonderheiten, Grenzen und Lehrmeinungen des Faches erläutern, anwenden und reflektieren. Studierende können eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher und praktischer Probleme im strategischen Marketing entwickeln und anhand eines Marketingplanspiels anwenden. Sie können komplexe fachbezogene Inhalte klar und zielgruppengerecht präsentieren, in Diskussionen argumentativ vertreten, sowie das eigene Argumentationsverhalten in kritischreflexiver Weise erweitern.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Kernbereich gehört, vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminararbeit+Vortrag schriftlich/mündlich Seminararbeit und Präsentation im Rahmen der Fallstudienbearbeitung (als Gruppenleistung); Strategiekonzept und Reflexion im Rahmen des Planspiels (als Gruppenleistung)
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminararbeit+Vortrag (50%) schriftlich/mündlich (50%) 50%: Seminararbeit (30%) + Präsentation (20%)

		50%: Strategiekonzept (30%) + Reflexion (20%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Backhaus, K., Schneider, H. (2020): Strategisches Marketing, 3., überarb. Aufl., Stuttgart. Benkenstein, M., Uhlrich, S. (2021): Strategisches Marketing: Ein wettbewerbsorientierter Ansatz, 4., erw. und aktual. Aufl., Stuttgart.

1	**Modulbezeichnung** 54171	**Advanced marketing management V**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Andreas Fürst
5	**Inhalt**	In vielen Branchen (z.B. Konsumgüterbranche, Handel, verarbeitendes Gewerbe) findet ein wesentlicher Teil der Transaktionen zwischen Unternehmen und organisationalen Kunden (wiederum Unternehmen bzw. öffentliche Institutionen) statt. Die Veranstaltung verdeutlicht die Besonderheiten des Business-to-Business Marketing auf Nachfrager- und Anbieterseite. Die Studierenden lernen im Rahmen der Vorlesung zunächst Strukturen, Prozesse und Akteure auf B2B-Märkten kennen. Vor diesem Hintergrund entwickeln sie im zweiten Teil der Veranstaltung Lösungsansätze zu ausgewählten Fallstudien aus der Praxis.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden verfügen über vertiefendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen im Fach Business-to-Business Marketing. Sie können die Besonderheiten des Business-to-Business Marketings auf Nachfrager- und Anbieterseite erläutern und kritisch hinterfragen. Darüber hinaus können sie im Rahmen der Be- bzw. Erarbeitung von Fallstudien das in der Vorlesung vermittelte Wissen vertiefen und praktisch anwenden. Sie können neue Lösungskonzepte entwickeln und auf einem wissenschaftlichen Niveau verteidigen. Durch die Be- bzw. Erarbeitung der Fallstudien in Kleingruppen können die Studierenden kooperativ und verantwortlich arbeiten sowie das eigene Kooperationsverhalten in Gruppen kritisch reflektieren und erweitern.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine; Die Teilnehmendenzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Pflichtbereich gehört, vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur Fallstudie(n)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (50%) Fallstudie(n) (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Backhaus, K., Voeth, M. (2014), Industriegütermarketing, 10. Aufl., München. Homburg, Ch. (2020), Marketingmanagement: Strategie Instrumente Umsetzung Unternehmensführung, 7. Aufl., Wiesbaden.

1	**Modulbezeichnung** 58081	**Advanced marketing management VII**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Kundenmanagement (Master) (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Jochen Kossmann Christian Oswald	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer
5	**Inhalt**	• Theoretische Grundmodelle des Kundenmanagements • Operative und strategische Prozesse der Kundenannäherung • Operative und strategische Prozesse der Kundengewinnung • Operative und strategische Prozesse der Kundenpflege • Management der Prozesse des Kundenmanagements
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können wissenschaftliche Grundlagen sowie spezialisiertes und vertieftes Fachwissen anhand der Prozesse, Instrumente und Prinzipien des Kundenmanagements erläutern und anwenden. Im Besonderen können sie in vertiefter und kritischer Weise Theorien, Terminologien, Besonderheiten, Grenzen und Lehrmeinungen des Faches erläutern, anwenden und reflektieren. Studierende können eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher und praktischer Probleme im Bereich des Kundenmanagements anhand von Fallstudien entwickeln und anwenden.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Diller, H., Haas, A., Ivens, B. (2005), Verkauf und Kundenmanagement, Stuttgart.

1	**Modulbezeichnung** 57468	**Agile Arbeitsweisen im Kontext Lateinamerikas** Agile Project Management in the context of Latin America	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Im aktuellen Semester werden keine Lehrveranstaltungen zu dem Modul angeboten. Für weitere Auskünfte zum Lehrveranstaltungsangebot kontaktieren Sie bitte die Modul-Verantwortlichen.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Gian Luca Gardini
5	**Inhalt**	The seminar is offered every semester by the Chair of Prof. Gardini, Ph.D. It deals with agile forms of work organisation and the basics of cultural theory. The seminar discusses approaches on how agile management methods can be successfully applied in the intercultural context between Europe and Latin America. The methods Scrum and Kanban will be taught in detail. Furthermore we will discuss processes of change taking place within enterprises and companies and dicuss elements fostering agile forms of working and managing. The seminar is very practice-oriented.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The students • acquire advanced methods of project management • learn methods of agile project management and its application in an intercultural context with a focus on Latin America • gain profound knowledge of and will be able to apply cultural theory as part of intercultural learning • will be able to recognize potentials and obstacles of agile management methods within companies
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;3;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	

1	**Modulbezeichnung** 57387	**AI and Data in Business and Management**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: AI & Data in Business and Management (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Lauren Mackintosh Dr. Lydia Mammen Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	

4	**Modulverantwortliche/r**	Dr. Lydia Mammen Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	**Inhalt**	In the seminar, which is supervised by Dr. Lydia Mammen (Vice President Data Analytics at adidas), the students work in groups on seminar papers on changing questions in the context of artificial intelligence, digital technologies, and data in business and management. The results are then presented, defended, and discussed at a final event.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The students work in groups largely self-directed and autonomous. They analyze complex business issues in the context of the management of artificial intelligence, digital technologies and data in organizations. For this purpose, the students collect empirical data and review existing (scientific) literature, if necessary, and decide largely independently on the methods of analysis to be used. The goal is the development, structuring and presentation of detailed and specialized knowledge based on the current state of knowledge on the respective topic. The developed results are then jointly presented by the group in the seminar and defended in front of Dr. Mammen and Prof. Dr. Voigt.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Projekt-/Praktikumsbericht Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Projekt-/Praktikumsbericht (50%) Präsentation (50%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	None

1	**Modulbezeichnung** 52161	**Angewandte empirische Gesundheitsökonomie** Applied empirical health economics	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Blockseminar Angewandte Empirische Gesundheitsökonomie (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Harald Tauchmann	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Harald Tauchmann
5	**Inhalt**	Das Projektseminar soll an die angewandte empirische Forschung im Bereich Gesundheitsökonomik heranführen. Hierfür stehen zwei Optionen zur Wahl. Zum einen die Replikation und ggf. Erweiterung einer empirischen gesundheitsökonomischen Forschungsarbeit, die von der BetreuerIn zugewiesen wird. Zum anderen kann eigenständig eine empirische Arbeit durchgeführt werden, die sich an jeweils einem Kapitel des Lehrbuchs Jones, A. et al. (2013): Applied Health Economics orientiert. Die einzelnen Kapitel des Buches behandeln jeweils eine Fragestellung der empirischen Gesundheitsökonomik, wie z.B. Inequality in health wobei im Vordergrund steht, wie Methoden der empirischen Wirtschaftsforschung und Ökonometrie (z.B. verallgemeinerte Lorenzkurven, Probitregression für geordnete Kategorien, Intervallregression) für die Auseinandersetzung mit der jeweiligen Fragestellung verwendet und mit der Software Stata® praktisch angewendet werden können. Die TeilnehmerInnen des Projektseminars arbeiten selbständig (aber mit Unterstützung) im PC-Pool an ihrem Thema. Optional wird im Vorfeld ein Stata® Crashkurs angeboten, mit dem Stata-Kenntnisse erworben, aufgefrischt und vertieft werden können. Die TeilnehmerInnen schreiben eine Seminararbeit, in der sie ihr Vorgehen und Ihre Ergebnisse dokumentieren, und stellen diese in einem Blockseminar vor.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • lernen für konkrete Fragestellungen der empirischen Gesundheitsökonomik relevante Methoden kennen und anzuwenden, bzw. vertiefen ihre in anderen Veranstaltungen erworbene Methodenkompetenz • erwerben die Kompetenz, eigenständig Forschungsfragen der empirischen Gesundheitsökonomie zu bearbeiten • lernen empirische Forschungsergebnisse darzustellen und zu diskutieren
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Solide Grundkenntnisse in Mikroökonometrie und Grundkenntnisse der ökonometrischen Software Stata® sollten vorhanden sein. Zu Beginn der Veranstaltung wird optional ein Stata® Blockkurs angeboten.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Seminararbeit

11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (35%) Seminararbeit (65%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Deutsch oder Englisch Englisch
16	**Literaturhinweise**	Jones A., Rice, N. Bago dUva, T. & Balia, S. (2013): Applied Health Economics, 2nd ed., Routledge.

1	**Modulbezeichnung** 52320	**Angewandte Methoden: Ausgewählte Methoden der Sozialforschung** Applied methods: Selected social research methods	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham
5	**Inhalt**	• Die Veranstaltung bietet eine Vertiefung eines ausgewählten Methodenbereichs im Hinblick auf die spezifischen Erfordernisse des Projektseminars
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben vertiefte Kenntnisse über einen spezifischen Methodenbereich wie z.B. spezifische Formen der Datenerhebung, Experimente oder spezifische Modelle der Datenauswertung • erwerben fortgeschrittene Kompetenzen, eigenständig Forschungs- und Praxisprobleme mit diesen Methoden zu analysieren • erwerben umfassendes und spezialisiertes Wissen zu dem neuesten Erkenntnisstand von fortgeschrittenen Analysemethoden
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungs- und Auswertungsmethoden; Modul Quantitative Methoden I
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Angewandte Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 52330	**Angewandte Methoden: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung** Applied methods: Empirical communication research	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Adrian Meier Prof. Dr. Reimar Zeh
5	**Inhalt**	• Vertiefung einer oder mehrerer ausgewählter Methoden der Kommunikationswissenschaft • Anwendung und kritische Reflektion der Methoden
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erlernen vertieftes und spezialisiertes Wissen über ausgewählte Methoden der empirischen Kommunikationsforschung • können die Methoden beschreiben und erläutern • analysieren selbstständig kommunikationswissenschaftliche Forschungsfragen anhand qualitativer oder quantitativer Methoden • wenden die Methoden praktisch und selbstständig an • entwickeln durch Diskussionen mit Mitstudierenden bzw. Fachvertretern die Fähigkeit, an aktuellen fachwissenschaftlichen und forschungsrelevanten Debatten teilzunehmen, um Probleme und Lösungen im Bereich der kommunikationswissenschaftlichen Forschung zu erörtern • erhalten methodische Kompetenzen für Berufsfelder und der Forschung im kommunikationswissenschaftlichen Bereich.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Angewandte Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat Projekt-/Praktikumsbericht
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat (0%) Projekt-/Praktikumsbericht (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch oder Englisch
16	**Literaturhinweise**	

1	**Modulbezeichnung** 53000	**Arbeitsmarktökonomie** Labor economics	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Arbeitsmarktökonomie (Master) (2 SWS) Übung: Übung zur Arbeitsmarktökonomie (Master) (2 SWS)	3 ECTS 2 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Claus Schnabel	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Claus Schnabel
5	**Inhalt**	1. Arbeitsmarktüberblick 2. Arbeitsangebot 3. Humankapital 4. Arbeitsnachfrage 5. Suche am Arbeitsmarkt 6. Mobilität und Migration 7. Löhne 8. Lohndifferenziale und Diskriminierung 9. Arbeitslosigkeit
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Das Modul vermittelt die wesentlichen Methoden und Erkenntnisse der modernen ökonomischen Analyse von Arbeitsmärkten. Die Studierenden bestimmen die wichtigsten Einflussfaktoren auf der Angebots- und Nachfrageseite des Arbeitsmarktes, erschließen die Bedeutung von Humankapital sowie die Rolle der Entlohnung, und können die wesentlichen Ursachen von Arbeitslosigkeit analysieren sowie Bekämpfungsmöglichkeiten aufzeigen. Sie werden in die Lage versetzt, die vorgestellten Theorien kritisch zu reflektieren, empirische Arbeitsmarktstudien eigenständig zu interpretieren, wirtschaftspolitische Maßnahmen zu bewerten und eigene Handlungsempfehlungen zu entwickeln.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse der Mikroökonomie und der empirischen Wirtschaftsforschung
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 1
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle VWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Borjas, G.: Labor Economics, 8. Aufl. 2020;Cahuc, P./Carcillo, S./Zylberberg, A.: Labor Economics, 2. Aufl. 2014;Franz, W.: Arbeitsmarktökonomik, 8. Aufl. 2013

1	**Modulbezeichnung** 53010	**Arbeitsmarktsoziologie** Labor market sociology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Einführung in die Arbeitsmarktsoziologie (2 SWS) Masterseminar: Einführung in die Arbeitsmarktsoziologie (3 SWS) *Es besteht Anwesenheitspflicht.*	- 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Martin Abraham	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham
5	**Inhalt**	Einführung in zentrale Theorien, Methoden und Themenfelder der Arbeitsmarktsoziologie. Zudem werden ausgewählte Themen vertieft erörtert.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben umfassende Kenntnisse über Grundfragen der Arbeitsmarktsoziologie • erwerben detaillierte Kenntnisse über den Zusammenhang gesellschaftlicher Rahmenbedingungen und Prozesse des Arbeitsmarktes • erwerben Kompetenzen zur kritischen Beurteilung von politischen Programmen und Maßnahmen im Bereich des Arbeitsmarktes
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (0%) Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Abraham, Martin, und Thomas Hinz (Hrsg.) (2018): Arbeitsmarktsoziologie. 3. Aufl., Opladen: Westdeutscher Verlag.

1	**Modulbezeichnung** 55922	**Arbeitsmarkt und Haushalt** Labor market and household decisions	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Arbeitsmarkt und Haushalt (2 SWS) ***Es besteht Anwesenheitspflicht.***	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Martin Abraham	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham
5	**Inhalt**	• Vertiefung zentraler Theorien, Methoden und Themenfelder im Bereich Arbeitsmarkt und Haushalt • Eigenständig Erarbeitung von Themenfeldern und Forschungsfragen • Diskussion von Forschungsdesigns, aktueller Befunde, gesellschaftlicher Implikat
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse und spezialisiertes Wissen über einen Teilbereich der Arbeitsmarktsoziologie, d.h. den Zusammenhang von Haushalt/Familie und Prozesse des Arbeitsmarktes. Sie erwerben umfassende und spezialisierte Kompetenz, Forschungsfragen in diesem Bereich anhand von Literatur und Daten eigenständig zu analysieren. Sie können empirische Forschungsarbeiten im Bereich des Arbeitsmarktes kritisch beurteilen. Sie können Fragestellungen und Befunde in Gruppenarbeit konzise präsentieren und sozialpolitische Schlussfolgerungen mit den Teilnehmenden argumentativ diskutieren.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundlegende Kenntnisse der Arbeitsmarktsoziologie Die Teilnehmerzahl ist auf maximal 20 Studierende begrenzt.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat (30%) Hausarbeit (70%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Abraham, Martin, und Thomas Hinz (Hrsg.) (2018): Arbeitsmarktsoziologie. 3. Aufl., Opladen: Westdeutscher Verlag.

1	**Modulbezeichnung** 56530	**Asset liability management (Versicherungen)** Asset liability management (insurance)	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nadine Gatzert
5	**Inhalt**	• Einführung: Rahmenbedingungen im Finanzdienstleistungssektor; strategische Zielgrößen von Versicherungsunternehmen (Konzepte und Messung von Kennzahlen) • Asset Management: grundsätzliche Überlegungen; Risikostreuung in Theorie und Praxis; rechtliche Rahmenbedingungen; Chancen und Risiken von Investitionen in Infrastruktur und erneuerbare Energien unter Solvency II; strategische Aspekte der Kapitalanlagepolitik; Performancemessung; Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten in der Kapitalanlage • Liability Management: Ausgleich im Kollektiv; Chain Ladder Verfahren; Rückversicherungsformen; Alternativer Risikotransfer (u.a. Insurance Linked Securities, Cat Bonds) • Asset Liability Management für Versicherungen: Immunisierungsansätze (Cashflow und Duration Matching); Optimierungsstrategien; Szenarioanalysen und Dynamische Finanzanalyse; wissenschaftliche Forschungsarbeiten im Kontext des ALM • Cyber-Risiken im Kontext des ALM, Versicherbarkeit und Management von Cyber-Risiken • Umsetzung von Szenarioanalysen mit Monte-Carlo Simulation im Rahmen einer Excel-basierten ALM Case Study
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erlernen die grundlegenden und vertiefenden Konzepte des Asset Liability Managements eines Versicherungsunternehmens; • können Modellannahmen hinterfragen; • können die theoretischen Konzepte auf konkrete Fragestellungen anwenden; • können Monte-Carlo Simulation in Excel einsetzen, dabei ihre theoretischen Kenntnisse anwenden und eigenständig im Rahmen einer ALM-Simulationsstudie mit Szenarioanalysen umsetzen; • lernen interaktiv im Rahmen von Workshops in Gruppen aktuelle Fragestellungen im Kontext des ALMs zu strukturieren, zu erarbeiten und zu präsentieren; • entwickeln und vertiefen dabei ihre Kompetenzen in der Teamarbeit.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine

8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Die vorbereitende Literatur und auch die weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 59020	**Auslandsmodul** Study abroad module	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Auslandsmodul (SWS)	5 ECTS
3	Lehrende		

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	Die an der ausländischen Universität besuchten Lehrveranstaltungen sollten einen thematischen Bezug zu den Inhalten des Masters haben. Eine Prüfung der Eignung der Lehrveranstaltung erfolgt durch den Masterkoordinator.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erwerben zusätzliches fachliches Wissen sowie Sprach- und Sozialkompetenz
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Learning Agreement
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	sonst
11	**Berechnung der Modulnote**	sonst (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: ?? h (keine Angaben zum Arbeitsaufwand in Präsenzzeit hinterlegt) Eigenstudium: ?? h (keine Angaben zum Arbeitsaufwand im Eigenstudium hinterlegt)
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	In Übereinstimmung mit den Angaben zu den Lehrveranstaltungen an der ausländischen Universität

1	**Modulbezeichnung** 57340	**Bayesian econometrics**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Jonas Dovern
5	**Inhalt**	Basics of Bayesian statistics; Bayesian estimation of linear regression models with various priors; Bayesian estimation of models for limited dependent variables; Bayesian VAR models; forecasting with Bayesian models; Bayesian estimation of macroeconomic DSGE models; posterior simulation techniques (Monte Carlo integration, importance sampling, Gibbs sampler, Metropolis-Hastings algorithm); implementation of methods in R
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Ability to explain the differences between Bayesian and frequentist econometrics; ability to derive posterior parameter distributions for different priors for a range of empirical models; ability to investigate how sensitive results are with respect to prior choices; ability to interpret results of Bayesian analyses in academic research papers; skills to implement Bayesian estimations of the covered models in R
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic knowledge in statistics Courses: Applied econometrics and Mathematics for economists
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	mündlich (20 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	mündlich (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Koop, G. (2003), Bayesian Econometrics, Wiley, West Sussex. Del Negro, M. and F. Schorfheide (2011), Bayesian Macroeconomics, in: Geweke, J., G. Koop, and H. van Dijk (eds.), The Oxford Handbook of Bayesian Econometrics, p.293389, Oxford University Press, Oxford. Kilian, L. and H. Lütkepohl (2017), Structural Vector Autoregressive Analysis, Cambrige University Press, Cambridge.

1	**Modulbezeichnung** 56512	**Bedürfnisse von Arbeitnehmer*innen - das Beispiel Diversity** Needs of employees - the example of diversity	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Bedürfnisse von ArbeitnehmerInnen- das Beispiel Diversity (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Werner Widuckel	

4	**Modulverantwortliche/r**	Annika Ebert Prof. Dr. Werner Widuckel Doris Zinkl
5	**Inhalt**	Aufbereitung, Interpretation und Diskussion von aktuellen Themen und Studien zur Veränderung von Belegschaftsstrukturen als Herausforderungen für das Personalmanagement
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden lernen anhand aktueller Literatur, Themen und Studien, wissenschaftliche Befunde zu analysieren und zu interpretieren und hieraus mögliche Schlussfolgerungen für die Handlungsfelder des Personalmanagements zu ziehen. Zielsetzung ist die Befähigung zur kritischen Reflexion und Bewertung wissenschaftlicher Erkenntnisse und deren mögliche Aufnahme in die personalpolitische Praxis.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse der Handlungsfelder des Personalmanagements
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;3;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (70%) Präsentation (30%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wechselnde aktuelle Forschungsliteratur

1	**Modulbezeichnung** 53281	**Behavioral economics**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Nima Farhang-Damghani Prof. Dr. Veronika Grimm
5	**Inhalt**	The course provides a theoretical and empirical introduction to "Behavioral Economics". This relatively new area of economics research wants to identify important deviations from classical economics models' predictions and extend existing models to account for these findings. The course will take place on Zoom.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	In the course, we introduce experimental economics method and its use for behavioral-oriented research. Students learn to use empirical and experimental studies as complements to theory in the study of strategic interactions.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Completed Bachelor's degree in Economics or a related discipline, Microeconomics I, and II
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 26 h Eigenstudium: 78 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Angnar, E. (2016). A course in behavioral economics. Palgrave-McMillan. Second edition. Journal articles, announcement on chair website

1	**Modulbezeichnung** 54230	**Berufs- und wirtschaftspädagogischer Wahlbereich** Electives in vocational and business education	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Wahlseminar D - Resilienz und Stressmanagement für den Lehrberuf (2 SWS) Seminar: Wahlseminar B - Sprachförderung in der beruflichen Bildung (2 SWS) Seminar: Wahlseminar A1 Mi - Lernsituationen gestalten (2 SWS)	5 ECTS 5 ECTS 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Nicole Kimmelmann Alexander Koller	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nicole Kimmelmann Prof. Dr. Karl Wilbers
5	**Inhalt**	a) Seminar A (Wilbers) Im Seminar werden aktuelle Problemstellungen aus der Berufs- und Wirtschaftspädagogik bearbeitet. b) Seminar B (Kimmelmann) Im Seminar werden ausgewählte Problemstellungen aus der Wirtschaftspädagogik oder Personalentwicklung vertiefend bearbeitet. c) Seminar C (Wilbers) Projektseminar zu aktuellen Themen der Personalentwicklung in Zusammenarbeit mit Unternehmen c) Seminar D (Kimmelmann) Im Seminar werden Herausforderungen und hierfür mögliche Strategien im Zusammenhang mit der eigenen zukünftigen Lehrtätigkeit/ Lehrpersönlichkeit vertieft bearbeitet.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	a) Seminar A (Wilbers) Die Studierenden bearbeiten aktuelle Problemstellungen aus der Berufs- und Wirtschaftspädagogik mit wissenschaftlichen Methoden und den Hilfsmitteln und Verfahren der berufs- und wirtschaftspädagogischen Didaktik. b) Seminar B (Kimmelmann) Die Studierenden bearbeiten aktuelle Problemstellungen aus der Wirtschaftspädagogik oder Personalentwicklung mit wissenschaftlichen Methoden und/oder den Hilfsmitteln/Verfahren der berufs- und wirtschaftspädagogischen Didaktik sowie innovativer interdisziplinärer Ansätze. c) Seminar C (Wilbers) Die Studierenden bearbeiten aktuelle Problemstellungen aus der Personalentwicklung mit wissenschaftlichen Methoden und leisten einen Transfer für die betriebliche Praxis in Kooperation mit Unternehmen. d) Seminar D (Kimmelmann) Die Studierenden setzen sich mit Herausforderungen der zukünftigen Lehrtätigkeit bzw. Lehrpersönlichkeit auseinander und entwickeln hierfür eigene langfristige, reflektierte Strategien.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Anmeldung erforderlich, Ankündigungen und Anmeldeformulare stehen Anfang September auf der Homepage des Lehrstuhls

8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;3;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Hausarbeit Hausarbeit Hausarbeit Portfolio Portfolio a) Seminar A (Wilbers) Hausarbeit b) Seminar B (Kimmelmann) Hausarbeit c) Seminar C (Wilbers) Hausarbeit d) Seminar D (Kimmelmann) Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (100%) Hausarbeit (100%) Hausarbeit (100%) Hausarbeit (100%) Portfolio (100%) Portfolio (100%) a) Seminar A (Wilbers) 100 % Hausarbeit = 5 ECTS b) Seminar B (Kimmelmann) 100% Hausarbeit = 5 ECTS c) Seminar C (Wilbers) 100 % Hausarbeit = 5 ECTS d) Seminar D (Kimmelmann) 100 % Hausarbeit = 5 ECTS
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Englisch
16	**Literaturhinweise**	siehe Ankündigungen und Downloads zu den Seminaren

1	**Modulbezeichnung** 55220	**Besteuerung von Personengesellschaften** Taxation of partnerships	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: UE Besteuerung der Personengesellschaft (2 SWS) Vorlesung: VL Besteuerung der Personengesellschaft (2 SWS)	- 5 ECTS
3	Lehrende	Magdalena Schwarz Prof. Dr. Roland Ismer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Roland Ismer
5	**Inhalt**	• Personengesellschaften im Einkommensteuerrecht • Personengesellschaften im Gewerbesteuerrecht • Ausgewählte Problembereiche der steuerlichen Gewinnermittlung • Spezialfragen des Einkommensteuerrechts
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können die Besonderheiten der steuerlichen Gewinnermittlung bei Personengesellschaften bei der Einkommensteuer und der Gewerbesteuer anwenden. Hierbei erfassen, beurteilen und prüfen sie gutachterlich steuerliche Fallgestaltungen unter Anwendung juristischer Methoden auf fortgeschrittenem Niveau.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Kenntnisse der Steuerlichen Gewinnermittlung (Prof.Hechtner)
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nicht in diesem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Falterbaum/Bolk/Reiß/Kirchner, Buchführung und Bilanz, aktuelle Auflage; weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 57453	**Branchen- und themenspezifisches Nachhaltigkeitsmanagement** Industry and issue specific sustainability management	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Innovation für Nachhaltigkeit bei Uvex – ein gemeinsames Projektseminar (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Julia Gebert Katrin Schwarzfischer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	**Inhalt**	Das Seminar vermittelt Inhalte zu den Grundlagen des Nachhaltigkeitsmanagements in Forschung und Praxis. In enger Zusammenarbeit mit unserem Unternehmenspartner Uvex werden aktuelle Herausforderungen für die Nachhaltigkeit im Unternehmen identifiziert und Lösungsvorschläge erarbeitet. Die ersten Sitzungen dienen dazu, eine interaktive Einführung in das Thema Nachhaltigkeit zu geben und die unterschiedlichen Wissensstände der Studierenden aus verschiedenen Disziplinen zu harmonisieren. Die Studierenden lernen verschiedene Konzepte und Instrumente des Nachhaltigkeitsmanagements kennen. Damit zielt das Seminar auf ein systematisches Verständnis relevanter Managementwerkzeuge und neuartiger Instrumente und Funktionen zur Bewältigung von Nachhaltigkeitsthemen. Nach einer theoretischen Einführung werden die Studierenden mit den aktuellen Nachhaltigkeitsthemen bei Uvex in den Dimensionen der Triple Bottom Line vertraut gemacht. Diese Projekte konzentrieren sich auf Themen wie Kreislaufwirtschaft oder Impact Assessment. Im zweiten Teil des Seminars geht es darum, das theoretische Wissen in die Praxis umzusetzen. Zu diesem Zweck arbeiten die Studierenden in Projektteams an einer praktischen Lösung für ein bei Uvex identifiziertes Nachhaltigkeitsproblem in kooperativer Abstimmung mit den Seminarleitern. In einer Zwischenpräsentation haben die Studierenden die Möglichkeit, Feedback zu erhalten und ihre Ideen zu überarbeiten. Am Ende des Seminars findet eine Abschlusspräsentation statt und die Studierenden erstellen eine Dokumentation ihrer Projektarbeit.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Am Ende des Seminars sind die Studierenden in der Lage • Nachhaltigkeitsthemen aus der Praxis zu identifizieren und deren Managementrelevanz zu beurteilen; • grundlegende betriebswirtschaftliche Ansätze zur Bewältigung sozialer und ökologischer Probleme zu analysieren und anzuwenden; • ihre qualitativen Forschungs- und Projektmanagementkompetenzen anzuwenden; • Methoden des Nachhaltigkeitsmanagements zu reflektieren und selbstbewusst umzusetzen; • Soft Skills wie strukturierte Teamarbeit und professionelle Präsentationen anzuwenden und zu reflektieren

7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	• Bereits besuchte Kurse zum Nachhaltigkeitsmanagement sind von Vorteil • Interesse an praxisorientiertem Nachhaltigkeitsmanagement; • Motivation zur selbständigen Arbeit in einem Team
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation schriftlich Gemeinsame Analyse und Bearbeitung einer Nachhaltigkeitsherausforderung und Konzeptentwicklung in Projektteams mit Zwischen- und Abschlusspräsentation. Zusätzlich wird die Dokumentation des Problemlösungsprozesses benotet.
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (70%) schriftlich (30%) Präsentation (70%) und Dokumentation (30%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch oder Englisch Englisch
16	**Literaturhinweise**	All necessary materials will be provided via StudOn

1	**Modulbezeichnung** 56780	**Business ethics and corporate social responsibility** Sustainability management, business ethics and corporate social responsibility	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	**Inhalt**	This course combines several perspectives on normative issues in business. First, we take a moral psychology perspective to understand how morality helps us solve certain problems, but also creates pitfalls in the modern world. Second, we develop an ethical framework for navigating contentious issues and supporting the search for constructive solutions. Third, we apply this framework to analyze how (why) social and environmental goals are (not) achieved at the macro level. We will pay particular attention to the role of markets and their regulation. Fourth, we take the perspective of the individual firm and ask whether and to what extent firms need to integrate moral issues into their value creation processes. In this context, corporate social responsibility can serve as a means to implement these moral issues. We will therefore take a closer look at CSR, its origins, development and instruments. We conclude the course by discussing various applications and cases.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students: • Are able to to provide differentiated arguments on questions relevant to our society • Have skills to critically reflect current issues in business ethics and CSR • Know concepts that help to critically reflect the role of business in society • Understand the changing environment of companies • Are able to use dilemma structure as analytical tool • Understand the CSR discourse and its core concepts
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	elektronische Prüfung (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	elektronische Prüfung (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h

14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Provided via StudOn

1	**Modulbezeichnung** 54082	**Business intelligence and digital marketing**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Freimut Bodendorf
5	**Inhalt**	Lect/Ex: The interest in data analytics has increased tremendously in the last few years, and it is part of almost every business or organization we can think of. There has been a tremendous development in the field since we all heard the term Big Data for the first time close to a decade ago. The demand for skilled practitioners has also increased significantly and is projected to keep increasing in the next years. At the same time, a qualified data scientist or data analyst is expected to have knowledge in different areas like statistics, data mining, data visualization or programming, to name a few. It is often challenging to decide where to start if one has interest in this career path. In this lecture, we introduce a variety of topics which will give you a kick start in the field of data science and will help you to continue the learning path in other, more advanced courses. We teach the whole data science process (based on the industry-wide accepted CRISP model) from the business and data understanding to the deployment and management steps. Students get familiar with terms like data science, machine learning and artificial intelligence, as well as available tools and technologies. You will learn what is behind the technology that powers everything from your shopping suggestions on Amazon to automatic systems like chatbots and self-driving cars. We teach you the most used machine learning algorithms right now: decision trees, neural networks, support vector machines, association rules (Apriori and FP Growth), clustering algorithms (k-Means, DBSCAN). In the end of the lecture, you will know the difference between machine learning and artificial intelligence, understand how the most popular algorithms work, and how they can be applied in practice. The lecture is intended for students with no prior knowledge in data analytics. After familiarizing with the relevant theory, students also have the chance to apply their knowledge on a given data set. This will be done with a data science tool that does not require any programming skills.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The students • Can describe important business intelligence and data science concepts, tools, and algorithms • Learn how to structure a data science project • Work on a practical exercise and apply the learned algorithms on a real-world dataset • Are able to evaluate a machine learning model and decide on its goodness of fit

7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	All relevant material will be provided during the lecture.

1	**Modulbezeichnung** 53622	**Businessplanseminar** Business plan seminar	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Businessplanseminar (Master) (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Lauren Mackintosh	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	**Inhalt**	Im Rahmen des Businessplanseminars werden Verbesserungsideen für das Geschäftsmodell von realen Praxispartnern gesammelt, ausgearbeitet, präsentiert und in Form eines detaillierten Businessplans beschrieben. Dazu erhalten die Studierenden kurze inhaltliche Erläuterungen zu den Zielsetzungen und Bestandteilen eines Businessplans.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden arbeiten im Rahmen des Seminars in Arbeitsgruppen einen vollständigen, schriftlichen Businessplan selbstständig aus. Zur Bearbeitung der einzelnen Businessplanbestandteile verfügen die Studierenden über erweitertes Wissen in angrenzenden Bereichen und erschließen darüber hinaus Informationen eigenständig über geeignete Dokumentenrecherche, empirische Erhebungen und/ oder vom Praxispartner. Die gesammelten Informationen müssen bewertet, beurteilt, verglichen und themenspezifisch als Präsentation aufbereitet werden. Bei unvollständigen oder widersprüchlichen Informationen wägen die Studierenden diese gegeneinander ab und entwickeln Lösungsmöglichkeiten für den Umgang mit fehlenden oder uneinheitlichen Informationen. Der Aufbau des Seminars bedingt, dass die Studierenden fachliche Entwicklungen anderer Kommilitonen ebenfalls gezielt fördern, bereichsspezifische und -übergreifende Diskussionen führen sowie wertschätzendes Feedback auf die Zwischenpräsentationen der anderen Seminarteilnehmer geben. Eine abschließende Präsentation trägt darüber hinaus dazu bei, die Kommunikations- und Präsentationsfähigkeiten der Studierenden zu schulen. Aus diesen Gründen herrscht Anwesenheitspflicht.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (50%) Hausarbeit (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h

14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	• Handbuch Businessplan-Erstellung von BayStartup. • Nagl, A. (2014): Der Businessplan: Geschäftspläne professionell erstellen mit Checklisten und Fallbeispielen. Wiesbaden: Springer Gabler.

1	**Modulbezeichnung** 53460	**Change management**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Sebastian Junge
5	**Inhalt**	This module focuses on one of the most important management tasks: to achieve change in organizations. It deals with systematic approaches to influence individuals, teams and the organization as a whole in a desired way in order to develop a company from its current to a future state. The currently ongoing digital transformation makes this particularly worthwhile. Digitalization drives change and thus represents a great challenge, but also offers tremendous opportunities. The module provides participants with a systematic approach in order to (1) successfully initiate and implement organizational changes and (2) successfully guide an organization through a change process. Participants will be provided with theoretical concepts and practical tools for managing organizational change (e.g. research on cognitive biases, trait theory, motivation theory, affective events theory, emotional intelligence, and organizational ambidexterity).
6	**Lernziele und Kompetenzen**	At the end of this module, students are familiar with the tasks and challenges of managing change in organizations. The participants develop an understanding of the importance of successful leadership during organizational change as well as evaluate situations, which are related to organizational change.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Bazerman, M., Moore, D.: Judgement in Managerial Decision Making, 8th ed., Hoboken 2017. Greenberg, J.: Managing Behavior in

		Organizations, 6th ed., Boston 2013. Kahneman, D.: Thinking, Fast and Slow, 1st ed., New York 2013. Robbins, S., Judge, T.: Organizational Behavior, 17th ed., Boston 2017.

1	**Modulbezeichnung** 53165	**Consumer relationship marketing**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Andreas Fürst
5	**Inhalt**	• Theoretische Grundlagen, Konzept & Abgrenzung • Technologie, Software und Datenschutz • Kundenwert-Modellierung und Word of Mouth-Marketing • Praxisbeispiele & Cases Consumer Relationship Marketing • Zusammenarbeit mit einem hochrangigen CRM-Experten • Trends im Consumer Relationship Marketing
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können Consumer Relationship Marketing (b2c) inhaltlich-konzeptionell klar einordnen und CRM (b2c) in seinen vielfältigen Facetten eindeutig abgrenzen zu verwandten Konzepten und Ansätzen. Sie können CRM (b2c) zudem in seiner daten-, technologie- und datenschutzbezogenen Komponente fundiert erläutern und kritisch reflektieren. Die Teilnehmenden können eigenständige Ideen und Konzepte zur Entwicklung und Anwendung von Consumer Relationship Marketing anhand von Fallstudien entwickeln und anwenden.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine; Die Teilnehmendenzahl ist begrenzt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Diskussionsbeitrag Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Diskussionsbeitrag (50%) Präsentation (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Cornelsen, Jens: Kundenwertanalysen im Beziehungsmarketing, Nürnberg 2000.

1	**Modulbezeichnung** 53430	**Controlling of business systems**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Klausurenkurs: Klausurenkurs CBS (0 SWS) Vorlesung mit Übung: Controlling of Business Systems (4 SWS)	- 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Thomas Fischer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Thomas Fischer
5	**Inhalt**	• Einführung in das Controlling von Wertschöpfungssystemen • Wertorientierte Kennzahlen • Kunden-Controlling • Anreizsysteme als Instrument zur Steuerung von Geschäftsbereichen • Unternehmerische Nachhaltigkeit • Digitalisierung und Controlling
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden kennen relevante Controlling-Instrumente, um die Geschäftsbeziehungen eines Unternehmens zu wesentlichen Stakeholdergruppen (Kapitalgeber, Kunden, Mitarbeiter) nachhaltig erfolgreich steuern, d. h. planen und kontrollieren, zu können.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfehlung: • Bachelor-Modul Kostenrechnung und Controlling • Bachelor-Modul Controlling of Business Development • Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. Aufl., Stuttgart 2016, Kapitel 1-6, 14 und 15.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Fischer, T. M./Möller, K./Schultze, W.: Controlling, 2. Aufl., Stuttgart 2015 Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. Aufl., Stuttgart 2016

1	**Modulbezeichnung** 53700	**Corporate Investment Controlling** Corporate investment controlling	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Thomas Fischer
5	**Inhalt**	• Grundlagen des Beteiligungscontrollings • M&A-Strategien • Beteiligungen und Reporting • Anreizsysteme im Beteiligungscontrolling
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können Instrumente einschätzen, die Unternehmen für die strategische und operative Planung, Steuerung und Kontrolle von Beteiligungen einsetzen. Im Einzelnen kennen die Studierenden M&A-Strategien, Reporting von Beteiligungen und Anreizsysteme im Beteiligungscontrolling.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfehlung: • Grundlagen der Bilanzierung, • Grundlagen Investition und Finanzierung
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	• Burger, A./Ulbrich, P./Ahlemeyer, N.: Beteiligungscontrolling, 2. Aufl., München 2010. • Schultze, W./Hirsch, C.: Unternehmenswertsteigerung durch wertorientiertes Controlling, München 2005. • Fischer, T. M./Möller, K./Schultze, W.: Controlling, 2. Aufl., Stuttgart 2015. • Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. Aufl., Stuttgart 2016.

1	**Modulbezeichnung** 53730	**Corporate strategy**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Sebastian Junge Tobias Reif
5	**Inhalt**	This interactive course teaches the basic principles of strategic management at the corporate level (economic theories and multibusiness firms, value management, parenting advantage). In addition, elementary corporate management topics such as diversification and portfolio planning are addressed. In times of digital change, it is even more essential to identify suitable strategic initiatives in order to successfully strengthen and sustainably defend one's own position. In this context, measures such as mergers, acquisitions and divestments at group level will be discussed. Increased relevance is given to challenges that arise for corporations on the basis of the digital transformation. For this purpose, platform operators are analyzed as examples, but also dynamic industries such as financial services or the automotive sector are examined.The students work in teams on a current issue related to the above-mentioned content and develop a presentation and a case study.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	At the end of the course, students will be able to • assess various concepts and instruments of strategic management at corporate level against the background of digital trends and current research findings and apply them to specific issues; • present complex issues in a structured way in front of third parties as well as find convincing solution proposals and defend them argumentatively; • develop a case study on a current issue from the field of corporate strategies and to prepare it in an application-oriented manner; • deepen their skills in teamwork; • deal rationally and responsibly with conflicts of interest and communication in the context of group work and to recognize differences in patterns of thought and action and use them to find solutions in a goal-oriented manner.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	The number of participants is limited to a maximum of 32 students.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation/Hausarbeit

11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation/Hausarbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch oder Englisch Englisch
16	**Literaturhinweise**	Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen, 8. Aufl., Wiesbaden, 2014. Additional literature will be announced at the beginning of the course.

1	**Modulbezeichnung** 57507	**Current Topics in Tax Technology**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Roland Ismer
5	**Inhalt**	In dem Seminar, welches vom Vorsitzenden des Vorstandes der DATEV eG, Herrn Prof. Robert Mayr, begleitet wird, erarbeiten die Studierenden zu wechselnden Rahmenfragestellungen in Gruppen Seminararbeiten. Die Ergebnisse dieser werden dann im Rahmen von zwei Blockterminen vorgetragen, verteidigt und diskutiert.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erarbeiten in Gruppen weitgehend selbstgesteuert und autonom Analysen zu komplexen betriebswirtschaftlichen und steuerrechtlichen Fragestellungen im Kontext des innovativen Einsatzes technologiebasierter Lösungen (Tax Technology). Hierzu führen die Studierenden Dokumentanalysen und Literaturrecherchen durch und entscheiden weitgehend eigenständig über die zu verwendenden Analysemethoden. Das Ziel ist die Erarbeitung, Strukturierung und Darstellung von detailliertem und spezialisiertem Wissen auf dem aktuellen Erkenntnisstand zu der jeweils ausgeschriebenen Fragestellung. Die erarbeiteten Ergebnisse werden anschließend gemeinsam von der Gruppe in dem Seminar vertreten und vor Herrn Prof. Robert Mayer und Herrn Prof. Dr Ismer verteidigt. Durch die Bearbeitung der Fallstudien in Kleingruppen wird das Übernehmen herausgehobener Verantwortung sowie die fachliche Weiterentwicklung der Studierenden gefördert.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminarleistung Seminararbeit (Seminar paper) 70% + Präsentation/Präsentationspapier (Presentation/Presentation paper) 30%
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminarleistung (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	
16	**Literaturhinweise**	

1	**Modulbezeichnung** 52500	**Das Industrieseminar** Seminar: Industrial management	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Das Industrieseminar (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Stefan Asenkerschbaumer Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Viktoria Horn	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	**Inhalt**	In dem Seminar, welches von Herrn Prof. Dr. Asenkerschbaumer, Vorsitzender des Aufsichtsrats der Robert Bosch GmbH und geschäftsführender Gesellschafter der Robert Bosch Industrietreuhand KG, begleitet wird, erarbeiten die Studierenden zu wechselnden Rahmenfragestellungen in Gruppen Seminararbeiten. Die Ergebnisse dieser werden dann vorgetragen, verteidigt und diskutiert.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erarbeiten in Gruppen weitgehend selbstgesteuert und autonom Analysen zu komplexen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen im Kontext von Industrieunternehmen. Hierzu führen die Studierenden Dokumentanalysen, Literaturrecherchen und Experteninterviews durch und entscheiden weitgehend eigenständig über die zu verwendenden Analysemethoden. Das Ziel ist die Erarbeitung, Strukturierung und Darstellung von detailliertem und spezialisiertem Wissen auf dem aktuellen Erkenntnisstand zu der jeweils ausgeschriebenen Fragestellung. Die erarbeiteten Ergebnisse werden anschließend gemeinsam von der Gruppe in dem Seminar vertreten und vor Herrn Prof. Dr. Asenkerschbaumer und Herrn Prof. Dr. Voigt verteidigt.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;3;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (70%) Präsentation (30%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Kursspezifische Literatur

1	**Modulbezeichnung** 57490	**Das Innovationsseminar** Innovation management seminar	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Das Innovationsseminar (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Hannah Altenburg Daniel Krauss	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	**Inhalt**	In dem Seminar, welches vom Gründer und CIO (Chief Information Officer) von Flixbus (heute Flixmobility GmbH), Herrn Daniel Krauss, begleitet wird, erarbeiten die Studierenden zu wechselnden Rahmenfragestellungen des Innovationsmanagements in Gruppen Seminararbeiten. Die Ergebnisse dieser werden dann im Rahmen von einer Abschlussveranstaltung vorgetragen, verteidigt und diskutiert.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erarbeiten in Gruppen weitgehend selbstgesteuert und autonom Analysen zu komplexen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen im Kontext des Innovationsmanagements, insbesondere zu den Themen Business Model Innovation und Innovationsmarketing. Hierzu führen die Studierenden ggf. empirische Datenerhebungen und Literaturrecherchen durch und entscheiden weitgehend eigenständig über die zu verwendenden Analysemethoden. Das Ziel ist die Erarbeitung, Strukturierung und Darstellung von detailliertem und spezialisiertem Wissen auf dem aktuellen Erkenntnisstand zu der jeweils ausgeschriebenen Fragestellung. Die erarbeiteten Ergebnisse werden anschließend gemeinsam von der Gruppe in dem Seminar vertreten und vor Herrn Daniel Krauss und Herrn Prof. Dr. Voigt verteidigt.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;3;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (50%) Präsentation (50%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Kursspezifische Literatur

1	**Modulbezeichnung** 57150	**Data science**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Data Science (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer Dr. Benedikt Mangold	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	**Inhalt**	Das Modul thematisiert essenzielle Methodiken, die der klassischen statistischen und ökonometrischen Datenanalysen üblicherweise vorgeschaltet sind. Diese Methodiken umfassen • die Akquise von Daten, • das Überprüfen der Daten auf Sinnhaftigkeit bzw. der Umgang mit fehlenden Datenpunkten, • eine deskriptive und graphische Voranalyse der Daten Weiterhin werden die grundliegenden Konzepte des Maschinellen Lernens erläutert und anhand einfacher Beispiele illustriert. Alle o.g. Methodiken werden in der Programmiersprache Python umgesetzt.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden bekommen einen Einblick in die Prozesse die notwendig sind um einen Datensatz anzufertigen, welcher dann Startpunkt für weitere statistische und ökonometrische Datenanalysen sein kann. Dafür werden die zu den einzelnen Prozessschritten gehörigen Problemstellungen aufgezeit, diskutiert und Lösungsansätze am Rechner nachvollzogen. Anschließend sind Studierende in der Lage, Datensätze (z. B. aus frei verfügbaren Datenquellen) zu erstellen, aufzubereiten, zu interpretieren und zu bewerten. Dieses Können ermächtigt Studierende, sich eigene Datensätze abzuleiten, mit deren Hilfe Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher und beruflicher Probleme entwickeln werden können. Die Studierenden verfügen über ein grundliegendes Verständnis der Programmiersprache Python
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Python Grundlagen (Python 3); Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende des Master in Marketing vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;3;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 25 h Eigenstudium: 50 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	https://wiki.python.org/moin/BeginnersGuide/NonProgrammers

1	**Modulbezeichnung** 57125	**Data Science: Foundations, tools and applications in Socio-economics and Marketing**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Data Science: Foundations, Tools, Applications in Socio-Economics and Marketing (2 SWS) Übung: Data Science: Foundations, Tools, Applications in Socio-Economics and Marketing (2 SWS)	5 ECTS 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Malte Reichelt Prof. Dr. Tobias Wolbring Tilman Wörz	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	The lecture provides an overview over foundations, tools and applications of data science in the areas of socio-economics and marketing. Different types of data sources and general tools how to analyze them will be discussed. Furthermore, exemplary studies applying those kinds of data and analysis tools for a variety of topics will be discussed in the lecture.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The students will • gain an overview over the foundations and tools of data science • broaden their understanding of the potentials and pitfalls of these tools • advance their critical thinking about empirical evidence • learn to connect theoretical considerations and empirical analyses • apply the tools to specific research questions
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Firm knowledge of regression analysis, in particular linear regression, is recommended.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30h Eigenstudium: 90h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Salganik, Matthew J. (2017): Bit by Bit: Social Research in the Digital Age. Princeton University Press.

1	**Modulbezeichnung** 53111	**Datenerhebung und Datenstrukturen in der Arbeitsmarktforschung** Collection and structures of data in labor market research	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten. *Es besteht Anwesenheitspflicht*.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham
5	**Inhalt**	In der empirischen Arbeitsmarktforschung werden häufig komplexe Daten verwendet, die insbesondere zeitliche Strukturen beinhalten. Gegenstand dieses Moduls ist die Vermittlung grundsätzlicher Erhebungsdesigns solcher Daten, deren Aufbereitung sowie deren Auswertung mit Verfahren der Panel- und Ereignisdatenanalyse.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben Kenntnisse über die Erhebung von Daten in diesem Bereich • erwerben spezialisierte und vertiefte Kompetenz in der Datenaufbereitung • erwerben vertiefte Kompetenzen in der Analyse von Ereignis- und Paneldaten • erwerben vertiefte Kompetenzen im Umgang mit Stata
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	• Grundkenntnisse in Stata sowie bereits praktische Erfahrung (bspw. in einer Hausarbeit oder Abschlussarbeit) • Kenntnisse von OLS und logistischer Regression
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich (33%) Seminararbeit (67%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Blossfeld, H. P., Golsch, K., & Rohwer, G. (2012). Event history analysis with Stata. Psychology Press. Cameron, A. C., & Trivedi, P. K. (2010).

		Microeconometrics Using Stata (Vol. 2). College Station, TX: Stata press.

1	**Modulbezeichnung** 52360	**Datenermittlung** Data collection	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Jonas Dovern
5	**Inhalt**	Vom Design einer Erhebung, ihrer Durchführung bis zur Hochrechnung bzw. Gewichtung der Daten. Dabei beschäftigt sich die Veranstaltung insbesondere mit folgenden Inhalten: Erhebungsformen (schriftlich, telefonisch, online, etc.) Systematische Fehler und Stichprobenfehler Qualitative und quantitative Forschung Fragebogenerstellung Grundzüge der Stichprobentheorie Datenprüfung Hochrechnung und Gewichtung: IPF-Methode, linear weighting Grundzüge des Datenschutzrechts
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden sollen in der Lage sein, zu analysieren, welche Problemfelder bei der Datenerhebung bestehen und Lösungsmöglichkeiten dafür entwickeln. Sie sollen weiter in der Lage sein, die Vor- und Nachteile der verschiedenen Möglichkeiten zu bewerten und so zu sachgerechten Lösungen zu kommen. Die Studierenden sollen darüber hinaus unterscheiden, welches Verfahren für welche Fragestellung geeignet ist. Sie sollen die Voraussetzungen für die Anwendung dieser Verfahren kennen und prüfen können sowie in der Lage sein, die Verfahren zu konzipieren und die Ergebnisse angemessen zu interpretieren.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Kenntnisse der Statistik, wie sie im Grundstudium der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften vermittelt werden.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 25 h Eigenstudium: 125 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	

1	**Modulbezeichnung** 55231	**Design thinking und Produktdesign** Design thinking and product design	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Beckmann Prof. Dr. Peter Bican Annette Bilgram
5	**Inhalt**	Was ist Design? Wie hängt Kreativität und Innovation mit Design zusammen? Welche Techniken und Tools gibt es hierfür? Mittels theoretischen Erklärungsmodellen, Vermittlung von Methoden und Prozessen sowie praktischen Anwendungen entlang einer prototypischen Produktentwicklung über das gesamte Semester werden diese Fragen detailliert erörtert und erprobt. Hierbei werden insbesondere folgende Themenkomplexe diskutiert: • Design als Disziplin • Design Thinking • Kreativitätstechniken und Kreativworkshops • Prototypen und Vertestung • Designtheorie und Designgesetze • Verknüpfung von Design mit Produktentwicklung • Produktdesign analysieren und verstehen • Präsentieren und Pitchen • Business Modelle entwickeln Das Seminar beinhaltet neben der Vermittlung von Theorien, Methoden und Prozessen auch ggfs. die Einbindung von Gastdozenten sowie eine oder mehrere Exkursionen.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erwerben ein breites Verständnis für Design als Prozess, als Tätigkeit und als Phänomen in Wirtschaft und Gesellschaft. Sie können Designprozesse verstehen und im betrieblichen Umfeld begleiten. Sie haben Einblick in die Denkweise von Designern und können in interdisziplinären Gruppen mit ihnen sprechen und arbeiten. Teilnehmer lernen Design zu verstehen und zu interpretieren.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Interesse an Kultur, Interesse an interdisziplinärer Zusammenarbeit, Verständnis für nichtlineare, iterative & agile Prozesse, Verständnis zum Charakter der Zukunft und digitaler Transformation, Lust an der Neugierde und Tinkering. Aufgrund des didaktischen Konzepts ist die Teilnehmeranzahl auf maximal 20 Studierende begrenzt. Alle Informationen zu Bewerbungszeitraum und -prozess werden ca. einen Monat vor Semesterbeginn auf der Website des Lehrstuhls bekanntgegeben (www.tm.rw.fau.de).
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (50%) Seminararbeit (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Englisch
16	**Literaturhinweise**	Brem, A.; Sproedt, H.: Same same but different: perspectives on creativity workshops by design and business. IEEE Engineering Management Review, 45(1), 2017, 27-31. Brem, A.; Brem, S.: Kreativität und Innovation im Unternehmen - Methoden und Workshops zur Sammlung und Generierung von Ideen, Schäffer-Poeschel, 2013. Dark Horse Innovation: Digital Innovation Playbook. Das unverzichtbare Arbeitsbuch für Gründer, Macher und Manager; 5. Auflage; Murmann Publishers GmbH Bill Moggridge: Designing Interactions, 2006; MIT PR Kampfer, K., Ivens, B., & Brem, A.: Multisensory innovation: Haptic input and its role in product design. IEEE Engineering Management Review, 45(4), 2017, 32-38. Lawson, B.: How Designers Think: The Design Process Demystified, Architectural Press, 4. Auflage, 2005.

1	**Modulbezeichnung** 57330	**Development economics**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Development Economics Exercise (2 SWS)	-
3	Lehrende	Lea Mayer Prof. Dr. Johannes Rincke	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Johannes Rincke
5	**Inhalt**	The lecture covers the principles of modern development economics and, using various examples from the current literature, highlights the core topics, the methodological challenges, and the key findings derived in this sub-discipline of economics. The lecture covers decisions of individuals and households and thus has a clear microeconomic focus. A core topic of the lecture is why poor individuals and households are often struggling to leave poverty and to advance to more adequate living conditions, and which policies can help to overcome poverty traps. In the exercise course, the focus is on advanced empirical methods and their application to problems of development. Students work with data sets and replicate core findings from the literature.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The module aims at providing students with a comprehensive set of advanced conceptual and methodological tools to analyse problems in development economics. Specifically, students get an overview of modern development economics and the history of thought in this sub-discipline learn how to analyse specific problems in development economics, based on the current journal literature deal intensively with applied methods in modern development economics, in particular with experimental methods and advanced methods of data analysis learn to understand, evaluate and replicate empirical studies in development economics
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Completion of all compulsory courses in the MSE program, in particular Microeconomics, Applied Econometrics, and Mathematics for Economists
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation (60 Minuten) Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (50%) Klausur (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h

14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Selection of journal articles, provided on StudOn

1	**Modulbezeichnung** 56900	**Die psychologische Bedeutung von Arbeit**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: VHB-Kurs "Die psychologische Bedeutung von Arbeit" (2 SWS) Tutorium: Tutorium zum VHB-Kurs "Die psychologische Bedeutung von Arbeit" (0 SWS)	- -
3	Lehrende	Dr. Rosemarie Gauglitz	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	Das gegenwärtige gesellschaftliche System wird häufig als Arbeitsgesellschaft bezeichnet. Zugrunde liegt die Annahme, dass die moderne Erwerbsarbeit eine entscheidende Größe im Leben der meisten Menschen darstellt und ihre Gedanken, Empfindungen und ihr Verhalten entscheidend prägt. In einer Online-Vorlesung wird ein einführender Überblick in wesentliche Ansätze und Befunde der Forschung zur psychologischen Bedeutung von Arbeit gegeben. Der Fokus wird nicht nur auf theoretischen Konzepten und empirischen Befunden liegen, sondern es werden auch praktische Empfehlungen abgeleitet und die Perspektiven von Experten, Praktikern und Betroffenen einbezogen. Außerdem erfolgt eine Verknüpfung von Forschung und Praxis indem die Studierenden basierend auf ihren erworbenen Kenntnissen einen eigenen Interviewleitfaden zu einer Thematik aus der Vorlesung entwerfen und ein Interview mit einer betroffenen Person durchführen werden.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden lernen Theorien und Modelle zur psychologischen Bedeutung der Arbeit kennen und entwickeln ein vertieftes Verständnis für grundlegende Methoden und zentrale Befunde dieses Forschungsfelds. Zudem lernen sie die eigene Einstellung gegenüber der Erwerbsarbeit und die eigenen arbeitsbezogenen Lebens- und Karrierepläne kritisch zu reflektieren. Sie erwerben darüber hinaus fundierte Kenntnisse zu wichtigen Interventionsarten im Kontext von Erwerbsarbeit und werden darauf vorbereitet, ihre erworbenen Kenntnisse in der eigenen beruflichen Praxis anzuwenden.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungs- und Auswertungsmethoden, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher (englischsprachiger) Materialien, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten) Diskussionsbeitrag Fallstudie(n)

11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (60%) Diskussionsbeitrag (0%) Fallstudie(n) (40%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 0 h Eigenstudium: 150 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Moser, K., Paul, K., Soucek, R., & Wolff, H.-G. (2014). Planung und Evaluation organisationspsychologischer Interventionen. In H. Schuler & K. Moser (Hrsg.), Lehrbuch Organisationspsychologie (5. Auflage, S. 699-756). Huber: Bern. Paul, K. I. & Moser, K. (2015). Arbeitslosigkeit. In K. Moser (Hrsg.), Wirtschaftspsychologie (2. Auflage, S. 263-281). Springer: Berlin. Schaper, N. (2014). Wirkungen von Arbeit. In F. W. Nerdinger, G. Blickle, & N. Schaper (3. Auflage, S. 517-539). Arbeits- und Organisationspsychologie. Springer: Heidelberg. Wegge, J., Endsche, J., & Diestel, S. (2014). Arbeitsgestaltung. In H. Schuler & K. Moser (Hrsg.), Lehrbuch Organisationspsychologie (5. Auflage, S. 643-695). Huber: Bern.

1	**Modulbezeichnung** 57126	**Digital behavioral data**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Digital behavioral data (2 SWS) Seminar: Digital Behavioral Data (SWS)	5 ECTS -
3	Lehrende	Christoph Adrian	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Adrian Meier
5	**Inhalt**	In this seminar, students will be introduced to working with digital behavioral data (DBD). DBD refers to digital traces of human behavior that are knowingly or unknowingly left in online environments (e.g., social media, messengers, entertainment media, or digital collaboration tools). These rich data are increasingly available to social scientific research in the public interest but can also be used to derive strategic insights for business decisions. Students will learn how to work with DBD alongside the entire research process, from data collection, preprocessing and analysis, to reporting and provision (e.g., via open science tools). Students will first get a comprehensive overview of the ways in which DBD can be collected (e.g., APIs, usage logging, mock-up virtual environments, or data donations), as well as the requirements for data protection, research ethics, and data quality. Afterwards, students will practice and apply their newly gained knowledge in small projects on use cases from media and communication research. In doing so, they learn about key computational methods via which large digital behavioral datasets (e.g., texts, images, usage behavior logs) can be processed and analyzed. By completing this module, participants will get an up-to-date overview and practical insights into how to harness the potential of observational data traces to better understand media users' behavior in digital environments.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students will • overview and understand central opportunities of DBD and accompanying challenges for data collection and preprocessing • evaluate the strengths and weaknesses of different ways of collecting DBD • get to know and understand central requirements for data protection, research ethics, and data quality • get to know and overview key computational social science methods to analyze DBD • practice and apply knowledge on DBD, statistics, and data analysis in small projects of their own
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Interest in social scientific perspectives on media, communication, and digital technologies. Basic knowledge of working with statistical software such as Stata, R, Python, or SPSS is required. Students are recommended, but not required, to also visit the lecture Data Science: Foundations, Tools, Applications in Socio-Economics and Marketing.

		Registration takes place via StudOn.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Portfolio
11	**Berechnung der Modulnote**	Portfolio (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch oder Englisch
16	**Literaturhinweise**	• Engel, U., Quan-Haase, A., Liu, S. X., & Lyberg, L. (Eds.). (2022). Handbook of computational social science: Theory, case studies and ethics (Vol. 1). Routledge. • Engel, U., Quan-Haase, A., Liu, S. X., & Lyberg, L. (2022). Handbook of computational social science: Data science, statistical modelling, and machine learning methods (Vol. 2). Routledge. • GESIS - Leipniz-Institut für Sozialwissenschaften. (2022). Digitale Verhaltensdaten. https://www.gesis.org/institut/digitale-verhaltensdaten • Salganik, M. J. (2019). Bit by bit: Social research in the digital age. Princeton University Press. • van Atteveldt, W., Trilling, D., & Arcíla Calderón, C. (2022). Computational analysis of communication: A practical introduction to the analysis of texts, networks, and images with code examples in Python and R. Wiley Blackwell.

1	**Modulbezeichnung** 57471	**Digital Marketing** Digital marketing	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Digital Marketing (2 SWS) Übung: Digital Marketing ÜB (1 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Dr. David Schindler Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	**Inhalt**	In der Vorlesung analysieren die Studierenden, wie digitale Technologien das Marketing verändern und diskutieren aktuelle Erkenntnisse aus der Marketingforschung. Aufbauend auf einer umfassenden theoretischen Konzeption erwerben die Studierenden Kenntnisse über die Rolle digitaler Technologien im Marketing aus der Konsumenten- und Unternehmensperspektive. Best-Practice Beispiele von verschiedenen Unternehmen veranschaulichen die Auswirkungen digitaler Technologien im Marketing auf die Unternehmenspraxis.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	In der Vorlesung werden relevante Kenntnisse, Perspektiven und Fähigkeiten vermittelt, um die Bedeutung digitaler Technologien im Marketing zu verstehen. Die Studierenden können • in kritischer Weise Theorien, Terminologien, Besonderheiten und Grenzen des Einsatzes digitaler Technologien im Marketing erläutern, anwenden und reflektieren. • wichtige Chancen und Risiken beim Einsatz digitaler Technologien im Marketing identifizieren und evaluieren. • den Wert und die Auswirkungen digitaler Technologien im Marketing für Konsumenten, Unternehmen und Gesellschaft anhand aktueller wissenschaftlicher Publikationen analysieren und beurteilen. • aus einer ganzheitlichen Sichtweise forschungs- und praxisorientierte Fragestellungen zum Einsatz digitaler Technologien im Marketing auf Basis breiter und spezialisierter Forschungsmethodik ausarbeiten und bewerten.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;3;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (0%) Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Chaffey, Dave and Fiona Ellis-Chadwick (2022), Digital Marketing, Eighth edition. Upper Saddle River: Pearson. Grewal, Dhruv, John Hulland, Praveen K. Kopalle, and Elena Karahanna (2020), The Future of Technology and Marketing: A Multidisciplinary Perspective, Journal of the Academy of Marketing Science, 48 (1), 1-8. Hanlon, Annmarie (2022), Digital Marketing, Strategic Planning & Integration, London: Sage Publication. Kannan, P. K. and Hongshuang Alice Li (2017), Digital Marketing. A Framework, Review and Research Agenda, International Journal of Research in Marketing, 34 (1), 22-45. Yadav, Manjig S. and Paul A. Pavlou (2020), Technology-Enabled Interactions in Digital Environments: A Conceptual Foundation for Current and Future Research, Journal of the Academy of Marketing Science, 48 (1), 132-136.

1	**Modulbezeichnung** 53286	**Economics of climate change (ECC)**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Economics of Climate Change (ECC) (2 SWS) Vorlesung: Economics of Climate Change (ECC) (2 SWS)	- 5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Jonas Egerer Prof. Dr. Veronika Grimm	

4	**Modulverantwortliche/r**	Dr. Jonas Egerer Nima Farhang-Damghani Prof. Dr. Veronika Grimm
5	**Inhalt**	This course focuses on the interactions between society, the economy and climate change: one of the greatest challenges of our time. The course will discuss the origin of environmental challenges, technological options for their solution and policies to promote the transformation to a climate neutral economy and society. The following issues will be covered: • Welfare economics and the environment • Externalities and origins of the sustainability problem • Climate change and the greenhouse gas effect • Global climate scenarios • Economics of low-carbon technologies • Global and regional low carbon scenarios • Measures of climate resilience • Pollution control: Targets and policy instruments • International Cooperation: Kyoto Protocol and Paris Agreement • Applications of Climate Policy: EU-ETS and national CO2-tax • Case studies for the energy, heat and mobility sector
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students who participate in this course will become familiar with the physical science basis of climate change, economic concepts for the allocation of public goods, scenarios for low-carbon energy systems from an technological and an economic perspective, and policy instruments to reduce greenhouse gas emissions. Students who successfully participate in this module can: • Explain the physical basics of climate change • Understand economic concepts for public goods • Compare different low-carbon technologies • Describe pathways towards sustainable energy systems • Develop an understanding of climate resilience • Discuss different policy instruments • Understand the EU-ETS and national carbon taxes • Develop sector specific scenarios in case studies
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	To succeed in this course, students will need to apply acquired knowledge from e.g. economics and mathematics.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3

9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich (50%) Klausur (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Natural Resource and Environmental Economics. Roger Perman et al. Addison Wesley.

1	**Modulbezeichnung** 53296	**Economics of innovation**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten. Students are required to be present on the day when presentations will be held.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Nagler
5	**Inhalt**	The lecture provides an introduction to economic issues of innovation and new ideas. The course first sets out general problems in the economics of innovation such as the public goods nature of ideas and the importance of innovation for economic prosperity. In the second part, the course discusses labor and personnel issues in innovation policy, for example the design of incentives for innovation. In the third part, the course analyses issues in intellectual property rights and public economics topics such as public funding of research or the role of universities.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students know the key issues in the economics of innovation and the impacts of potential public policies to promote innovation. They are able to assess current research in the economics of innovation and are able to relate its results to fundamental policy questions in the area. Students are acquainted with important empirical approaches in the area.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic microeconomics, basic econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich Students will have to present one paper (potentially in groups) that picks up a topic from the lecture. In addition, students have to produce a referee report on a paper related to the topics of the lecture. I will provide a list of possible papers for both assignments in the first week of lectures.
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%) Both assignments will be marked independently, with the final grade reflecting a weighted average of both single grades.
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	

16	**Literaturhinweise**	• Bryan, Kevin and Heidi Williams (2021): Markets for innovation: Market failures and public policies, Handbook of Industrial Organization 5(1):281-388, Chapter 13 • Bloom, Nicholas, John Van Reenen and Heidi Williams (2019): A Toolkit of Policies to Promote Innovation, Journal of Economic Perspectives 33(3): 163-184 • Scotchmer, Suzanne. Innovation and incentives. MIT press, 2004.

1	**Modulbezeichnung** 55890	**Einführung in das Arbeitsrecht für Masterstudierende** Introduction to labor law for Master´s students	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Arbeitsrecht I (2 SWS) Vorlesung: Einführung in das Arbeitsrecht für Masterstudierende - Vorlesung (3 SWS)	- 5 ECTS
3	Lehrende	Prof.Dr.Dr. Alfred Holzer-Thieser Andreas Beulmann	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Jochen Hoffmann
5	**Inhalt**	• Begründung von Arbeitsverhältnissen • Rechte und Pflichten von Arbeitnehmern und Arbeitgebern • Beendigung von Arbeitsverhältnissen / Kündigungsrecht • Grundzüge des kollektiven Arbeitsrechts • Einführung in das Sozialversicherungsr
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden werden auf eine vertiefte wissenschaftliche Beschäftigung mit arbeitsrechtlichen Fragestellungen vorbereitet sowie auf eine spätere berufliche Tätigkeit, die arbeitsrechtliche Kenntnisse erfordert. (z.B. in den Bereichen Personalwesen, Wirtschaftspädagogik, Sozialökonomik)
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse im allgemeinen Zivilrecht
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	mündlich (20 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	mündlich (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Brox/Rüthers/Henssler Arbeitsrecht Pallasch Arbeitsrecht

1	**Modulbezeichnung** 52170	**Einführung in das Genossenschaftswesen** Introduction to cooperative systems	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Einführung in das Genossenschaftswesen (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Matthias Wrede Prof. Dr. Richard Reichel	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	**Inhalt**	Gegenstand der Veranstaltung ist die wissenschaftliche Betrachtung der Rechts- und Unternehmensform Genossenschaft aus betriebs- und volkswirtschaftlicher Sicht.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erlangen ein generelles Verständnis für das Modell Genossenschaft und dessen historischen Background. Zusätzlich erhalten die Studierenden einen Einblick in die verschiedenen Geschäftsfelder in denen Genossenschaften vertreten sind und analysieren deren Vorzüge in diesen Bereichen. Insbesondere sind die Studierenden in der Lage • die Entwicklung der Genossenschaften nachzuvollziehen, • die Rolle von Genossenschaften in der Bundesrepublik Deutschland zu reflektieren, • die Vor- und Nachteile der Rechts- und Unternehmensform eG gegenüber anderen Personen und Kapitalgesellschaften einzuschätzen, und • die Gründungsvoraussetzungen einzuordnen. Zur Verdeutlichung der dargestellten Sachverhalte be- bzw. erarbeiten die Studierenden Lösungsansätze zu ausgewählten Frage- und Problemstellungen aus der Praxis.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3;5
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (50%) Klausur (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Kursspezifische Literatur

1	**Modulbezeichnung** 56170	**Einführung in die Bildungssoziologie** Introduction to the sociology of education	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten. ***Es besteht Anwesenheitspflicht.***	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	• Vertiefung zentraler Theorien, Methoden und Themenfelder der Bildungssoziologie
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • haben vertiefte Kenntnisse der Bildungssoziologie, d.h. über den Zusammenhang zwischen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, dem Bildungssystem und wirtschaftlichen Prozessen • besitzen die Kompetenz, Forschungsfragen in diesem Bereich anhand von Literatur und Daten eigenständig zu analysieren • erwerben vertiefte Kompetenz zur kritischen Beurteilung von politischen Programmen und Maßnahmen im Bereich der Bildung • haben vertiefte Kenntnisse zur Beurteilung und Anwendung von Strategien zur Steuerung des Bildungssystems und seiner Organisationen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Becker (2011). Lehrbuch der Bildungssoziologie Wiesbaden: VS Verlag

1	**Modulbezeichnung** 55210	**Einkommenssteuerrecht** Income tax law	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: UE Einkommensteuerrecht (2 SWS) Vorlesung: VL Einkommensteuerrecht (2 SWS)	- 5 ECTS
3	Lehrende	Stefanie Güllich Prof. Dr. Roland Ismer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Roland Ismer
5	**Inhalt**	• Subjektive und objektive Steuerpflicht • Grundzüge der Einnahmen-Überschuss-Rechnung • Erwerbsaufwendungen • die einzelnen Einkunftsarten • Sonderausgaben, außergewöhnliche Belastungen • Schwerpunkt auf dogmatischen Strukturen wie das Veranlassungsprinzip und die Systematik des Gesetzes
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können unter Berücksichtigung der Systematik der Gesetze steuerliche Fallgestaltungen erfassen, beurteilen und systematisch lösen. Unter Anwendung juristischer Methoden auf fortgeschrittenem Niveau sowie Übertragung steuerrechtlicher Rechtsprechung und aktueller wissenschaftlicher Literatur können die Studierenden steuerliche Fallgestaltungen gutachterlich prüfen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse Steuerrecht
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Birk, Steuerrecht; Jakob, Einkommensteuerrecht; Tipke/ Lang, Steuerrecht: jeweils aktuelle Auflage; weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 57086	**Electronic human resources management**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Electronic Human Resources Management (E-HRM) (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Sven Laumer Tina Wölfl	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Sven Laumer
5	**Inhalt**	Die Unterlagen zur Vorlesung und Übung sind auf *Englisch* und *Deutsch* verfügbar. This course focuses on the use and development of digital technologies for the management of human resources in an organizational context. The lecture and the content provided will address theories, methods and digital technologies and provide students with the necessary knowledge for the identification (discovery), design (development), diffusion (diffusion) and evaluation (impact) of digital innovations in human resource management. This phase of knowledge transfer uses an e-learning module, which combines different media. In the context of the application of the knowledge transferred, students are instructed to lead discussions on exercises or case studies. For this purpose, problems from the practice of human resources work are described and students should discuss them with the theories and methods presented or develop suggestions for the use of digital technologies. In the context of knowledge implementation, students are accompanied by a case study analysis to apply the theories and methods. In the virtual design, the case study of the FAUBank will be used in the course for this purpose. Agenda: • Part A: Fundamentals of strategic and electronic HRM • Part B: Social Media • Part C: Data-driven approaches and their use in HRM • Part D: Challenges and opportunities of E-HRM Der Kurs beschäftigt sich mit dem Management einer der wichtigsten Ressourcen im Unternehmen: dessen MitarbeiterInnen. Neben der Vermittlung von Grundlagen zum Human Resources Management (HRM) wird insbesondere auf den Einsatz und die Entwicklung von digitalen Technologien eingegangen und betrachtet, wie digitale Arbeitssysteme das Personalmanagement verändern. Dabei wird auf Grundlagen des strategischen und elektronischen Human Resources eingegangen und es wird der Einsatz von Social Media im HR-Bereich betrachtet. Zudem werden datengetriebene Ansätze und deren Nutzung im HR sowie Herausforderungen und Chancen von elektronischem Human Resources Management (E-HRM) diskutiert.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The general learning and qualification objective of the module is to enable students to gain knowledge about the use and development of digital technologies in human resources management, to explain the effects of digital technologies on human resources management (HRM) and to design digital innovations for HRM.

		Das generelle Lern- und Qualifikationsziel des Moduls ist es, Studierende Wissen über den Einsatz und die Entwicklung von digitalen Technologien im Personalwesen erlangen, Auswirkungen digitaler Technologien auf Human Resources Management (HRM) erklären und digitale Innovationen für HRM gestalten können.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Registration via the vhb (www.vhb.org) is necessary to gain access to the StudOn course. Die Anmeldung über die vhb (www.vhb.org) ist notwendig, um Zugang zum StudOn Kurs zu erhalten.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;3;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 80 h Eigenstudium: 70 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch oder Englisch
16	**Literaturhinweise**	References are provided during the lectures

1	**Modulbezeichnung** 53285	**Empirical environmental economics**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Empirical Environmental Economics (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Mario Liebensteiner	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Mario Liebensteiner
5	**Inhalt**	This module provides an introduction to focal issues of environmental economics with a particular focus on empirical investigations. The module sets out to make students familiar with state-of-the-art econometric research methods in environmental economics. Key issues will be carbon emissions from the energy and transportation sectors, carbon pricing, integration and subsidization of renewable energies, and the effectiveness of different climate policies.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	• Students get to know fundamental problems of environmental economics (e.g. problems of air pollution from burning fossil fuels, integration of renewable energy sources, and effective policy making) • Students get to know recent econometric approach
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic microeconomics Basic econometrics (at least multivariate OLS regressions)
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (20%) Klausur (80%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 60 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Journal articles and other relevant reading materials: will be distributed to course participants via StudOn Wooldridge, J.M. 2012 Introductory Econometrics: A Modern Approach. South-Western Cengage Learning.

1	**Modulbezeichnung** 53370	**Empirische Arbeitsmarktforschung** Empirical labor market research	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Empirische Arbeitsmarktforschung (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Bianca Willert Prof. Dr. Claus Schnabel	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Claus Schnabel
5	**Inhalt**	Mittels vorgegebener Datensätze werden ökonometrische Analysemethoden auf aktuelle Fragestellungen der Arbeitsmarktökonomik angewendet und diese eigenständig empirisch untersucht.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden lernen, Arbeitsmarktstudien kompetent zu interpretieren, zu bewerten und zu hinterfragen. Sie verstehen quantitative Methoden differenziert einzusetzen, Hypothesen zu bilden und diese empirisch zu überprüfen. Durch eigenes Arbeiten am PC werden sie in die Lage versetzt, selbständig Forschungsdesigns zu entwickeln, ökonometrische Analysen durchzuführen und deren Ergebnisse aufzubereiten. Zudem verstehen sie es, Erkenntnisse aus fremden oder eigenen empirischen Arbeiten prägnant darzustellen, kritisch zu bewerten und der (Fach-) Öffentlichkeit zu vermitteln.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse in Arbeitsmarktökonomik und Ökonometrie
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Praktische Prüfung/Test Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Praktische Prüfung/Test (20%) Hausarbeit (80%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wechselnde aktuelle Forschungsliteratur

1	**Modulbezeichnung** 54390	**Fachsprachliche Ausbildung Englisch I** Business English I	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Englisch: Phonetik Masters (2 SWS)	2,5 ECTS
3	Lehrende	Roslyn McAlpine Telford	

4	**Modulverantwortliche/r**	Dr. Mario Oesterreicher
5	**Inhalt**	Phonetik: Der Kurs macht die Studierenden mit den Varietäten des Englischen vertraut. Mediation: Dieser Kurs baut die Sprachmittlungskompetenz der Studierenden aus und erweitert sie um didaktische Komponenten, die bei der Auswahl von Sprachmittlungstexten von Relevanz sind. Durch kooperative Arbeitsformen werden die Studierenden von einem aufgabenrezeptiven zu einem aufgabenproduktiven Fokus geführt.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Bei der Definition der aufgeführten Kompetenzen gilt die entsprechende Publikation der KMK vom Oktober 2012 (Standards für die Allgemeine Hochschulreife). Beim Auf- und Ausbau der funktional kommunikativen Kompetenzen orientiert sich der Fremdsprachenunterricht der jeweiligen Stufe an den Beschreibungen des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen. Im Detail werden die nachfolgenden Kompetenzen auf- und ausgebaut: Hör-/Hörsehverstehen, Leseverstehen, Schreiben, Sprechen, Sprachmittlung sowie die adäquate Anwendung sprachlicher Mittel und kommunikativer Strategien. Adressaten- und situationsspezifische, sprachliche Handlungskompetenz im Fokus von studien- und berufsspezifischen Kontexten wird durch die Interaktion gefördert und vertieft. Dabei werden mit Hilfe der gelebten Mehrsprachigkeit des Unterrichts interkulturelle kommunikative Kompetenzen für den aktiven Sprachgebrauch entwickelt. Neben den funktional kommunikativen Kompetenzen werden Text- und Medienkompetenz in Bezug auf die jeweils spezifischen sprachlichen Normen der einzelnen Text- und Medientypen auf- und ausgebaut, so dass auf dem Niveau C1 der kompetente Umgang mit individuellen, medial diversen Texten sichergestellt ist.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	C1 Sprachkompetenz /Englisch
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten) schriftlich/mündlich Klausur (60 Minuten) schriftlich/mündlich

		schriftlich/mündlich Klausur (90 Minuten) schriftlich/mündlich
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (50%) schriftlich/mündlich (50%) Klausur (50%) schriftlich/mündlich (100%) schriftlich/mündlich (50%) Klausur (50%) schriftlich/mündlich (50%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Wird im jeweiligen Kurs bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 54400	**Fachsprachliche Ausbildung Englisch II** Business English II	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Englisch: Teaching Methodology (2 SWS) Übung: Englisch Master: English for Business Purposes (2 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Mario Oesterreicher Balbiro Dhuga	

4	**Modulverantwortliche/r**	Dr. Mario Oesterreicher
5	**Inhalt**	Business Englisch: Der Kurs erweitert die Kenntnisse der Studierenden in Bezug auf das Verfassen von kohärenten, themenbezogenen Texten unter Verwendung eines reichen und differenzierten Vokabulars und der zunehmenden Vertrautheit in die Standards von akademischen und Geschäftstexten. Durch kollaborative Aufgabenbearbeitung und peer-Feedback wird ein Perspektivenwechsel von rezeptiver Aufgabenbearbeitung hin zu aktive Aufgabenevaluation realisiert. Teaching methodology: Der Kurs macht die Studierenden mit der grundlegenden methodologischen Genese der Fachdidaktik moderner Fremdsprachen vertraut. Er vermittelt das Verständnis für Kompetenzstandards und ihre didaktischen Implikationen auf nationaler und europäischer Ebene und legt somit die Grundlagen für eine praxisorientierte, mit der Historie als auch den neuesten Erkenntnissen vertrauten angewandten Fachdidaktik in der unterrichtlichen Realität.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Bei der Definition der aufgeführten Kompetenzen gilt die entsprechende Publikation der KMK vom Oktober 2012 (Standards für die Allgemeine Hochschulreife). Beim Auf- und Ausbau der funktional kommunikativen Kompetenzen orientiert sich der Fremdsprachenunterricht der jeweiligen Stufe an den Beschreibungen des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen. Im Detail werden die nachfolgenden Kompetenzen auf- und ausgebaut: Hör-/Hörsehverstehen, Leseverstehen, Schreiben, Sprechen, Sprachmittlung sowie die adäquate Anwendung sprachlicher Mittel und kommunikativer Strategien. Adressaten- und situationsspezifische, sprachliche Handlungskompetenz im Fokus von studien- und berufsspezifischen Kontexten wird durch die Interaktion gefördert und vertieft. Dabei werden mit Hilfe der gelebten Mehrsprachigkeit des Unterrichts interkulturelle kommunikative Kompetenzen für den aktiven Sprachgebrauch entwickelt. Neben den funktional kommunikativen Kompetenzen werden Text- und Medienkompetenz in Bezug auf die jeweils spezifischen sprachlichen Normen der einzelnen Text- und Medientypen auf- und ausgebaut, so dass auf dem Niveau C1 der kompetente Umgang mit individuellen, medial diversen Texten sichergestellt ist.

		Der fachdidaktische Modulteil macht mit der Interdependenz der Fachdidaktik und ihrer Bezugswissenschaften vertraut. Das Verständnis für die methodische Entwicklung der Fachdidaktik ermöglicht den Studierenden, unterschiedliche Übungstypen und ihre Legitimation in verschiedenen Stufen des Spracherwerbs zu evaluieren. Durch die Vertrautheit mit Sprachniveaustandards erlangen die Studierenden grundlegende Kompetenzen zur adressatenspezifischen, niveauadäquaten Vermittlung.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	C1 Sprachkompetenz /Englisch
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten) Klausur (90 Minuten) mündlich (30 Minuten) mündlich (30 Minuten) schriftlich/mündlich Klausur (60 Minuten) Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (50%) Klausur (25%) mündlich (50%) mündlich (25%) schriftlich/mündlich (50%) Klausur (50%) Klausur (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	2 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch oder Englisch
16	**Literaturhinweise**	Wird im jeweiligen Kurs bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 54411	**Fachsprachliche Ausbildung Englisch III** Business English III	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Dr. Mario Oesterreicher
5	**Inhalt**	English for special purposes I: Der Kurs erweitert die Kenntnisse der Studierenden in Bezug auf das Verfassen von kohärenten, themenbezogenen Texten unter Verwendung eines reichen und differenzierten Vokabulars und der zunehmenden Vertrautheit in die Standards von akademischen und Geschäftstexten. Fallstudien, z.B. im Bereich IKT, Handel oder Arbeitsmarkt stehen zusammen mit Simulationen und dem Ausbau interkultureller kommunikativer Kompetenzen im Mittelpunkt. English for special purposes II: Der Kurs intensiviert die im ersten Kurs vermittelten Kompetenzen und ergänzt die Fallstudienkompetenz um rechtliche sowie interkulturelle Kompetenzen.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Bei der Definition der aufgeführten Kompetenzen gilt die entsprechende Publikation der KMK vom Oktober 2012 (Standards für die Allgemeine Hochschulreife). Beim Auf- und Ausbau der funktional kommunikativen Kompetenzen orientiert sich der Fremdsprachenunterricht der jeweiligen Stufe an den Beschreibungen des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen. Im Detail werden die nachfolgenden Kompetenzen auf- und ausgebaut: Hör-/Hörsehverstehen, Leseverstehen, Schreiben, Sprechen, Sprachmittlung sowie die adäquate Anwendung sprachlicher Mittel und kommunikativer Strategien. Adressaten- und situationsspezifische, sprachliche Handlungskompetenz im Fokus von studien- und berufsspezifischen Kontexten wird durch die Interaktion gefördert und vertieft. Dabei werden mit Hilfe der gelebten Mehrsprachigkeit des Unterrichts interkulturelle kommunikative Kompetenzen für den aktiven Sprachgebrauch entwickelt. Neben den funktional kommunikativen Kompetenzen werden Text- und Medienkompetenz in Bezug auf die jeweils spezifischen sprachlichen Normen der einzelnen Text- und Medientypen auf- und ausgebaut, so dass auf dem Niveau C1+ der kompetente Umgang mit individuellen, medial diversen Texten sichergestellt ist.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	C1 Sprachkompetenz /Englisch
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	mündlich Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	mündlich (50%) Klausur (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Wird im jeweiligen Kurs bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 54421	**Fachsprachliche Ausbildung Englisch IV** Business English IV	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Englisch Master: Classroom Discourse (2 SWS)	2,5 ECTS
3	Lehrende	Rachel Gracey	

4	**Modulverantwortliche/r**	Dr. Mario Oesterreicher
5	**Inhalt**	In Classroom Discourse students will learn classroom discourse and classroom management through English. This is a practical course designed to help the students apply their theoretical knowledge of teaching the four skills of English for varying job-specific aims, and helps the students establish an English-speaking learning environment. Oral Communication Skills: Der Kurs baut die mündliche Kommunikationskompetenz im Bereich der Präsentationskenntnisse von praktischen wie auch abstrakten Inhalten aus und fördert die Interaktionskompetenz mit den Kommunikationspartnern sowie die Beherrschung der in diesem Kontext relevanten classroom discourse Inhalte.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Bei der Definition der aufgeführten Kompetenzen gilt die entsprechende Publikation der KMK vom Oktober 2012 (Standards für die Allgemeine Hochschulreife). Beim Auf- und Ausbau der funktional kommunikativen Kompetenzen orientiert sich der Fremdsprachenunterricht der jeweiligen Stufe an den Beschreibungen des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen. Im Detail werden die nachfolgenden Kompetenzen auf- und ausgebaut: Hör-/Hörsehverstehen, Leseverstehen, Schreiben, Sprechen, Sprachmittlung sowie die adäquate Anwendung sprachlicher Mittel und kommunikativer Strategien. Adressaten- und situationsspezifische, sprachliche Handlungskompetenz im Fokus von studien- und berufsspezifischen Kontexten wird durch die Interaktion gefördert und vertieft. Dabei werden mit Hilfe der gelebten Mehrsprachigkeit des Unterrichts interkulturelle kommunikative Kompetenzen für den aktiven Sprachgebrauch entwickelt. Neben den funktional kommunikativen Kompetenzen werden Text- und Medienkompetenz in Bezug auf die jeweils spezifischen sprachlichen Normen der einzelnen Text- und Medientypen auf- und ausgebaut, so dass auf dem Niveau C1+ der kompetente Umgang mit individuellen, medial diversen Texten sichergestellt ist.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	C1 Sprachkompetenz /Englisch
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	mündlich mündlich (15 Minuten)

11	**Berechnung der Modulnote**	mündlich (50%) mündlich (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Wird im jeweiligen Kurs bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 54990	**Fachsprachliche Ausbildung Englisch V** Business English V	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Englisch: Theoretical insights into teaching methodology (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Mario Oesterreicher	

4	**Modulverantwortliche/r**	Dr. Mario Oesterreicher
5	**Inhalt**	a) Practical insights into teaching methodology: Diese schulpraktische, fremdsprachendidaktische Übung macht die Studierenden mit den spezifischen Problemen und Erfahrungen des curricularen und nicht-curricularen Englischunterrichts an Berufsschule, BOS/FOS vertraut. Neben der Hospitation vertiefen die Studierenden Ihre Einsichten durch drei eigene Unterrichtsversuche. b) Theoretical insights into teaching methodology: Der Kurs vermittelt einen umfassenden Überblick über aktuelle Lehr- und Lernmethoden unter Berücksichtigung der jeweiligen funktional-kommunikativen Kompetenzen. Er sensibilisiert die Studierenden hinsichtlich möglicher Lernhemmnisse und vertieft die für die curriculare und nicht-curriculare Englischvermittlung notwendigen, binnendifferenzierenden, lehrwerksgestützten und lehrwerksunabhängigen Unterrichtskonzeptionen.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	a) Die Studierenden sollen fremden Englischunterricht analysieren und insbesondere unter dem Aspekt der curricularen oder nicht-curricularen Einbindung reflektieren. Die Studierenden planen Unterricht eigenständig, führen ihn durch und reflektieren ihn. Dabei stehen neben der funktional-kommunikativen Kompetenzvermittlung vor allem die interkulturell-kommunikativen Kompetenzen und der Einsatz gelebter Mehrsprachigkeit im Vordergrund der Vermittlung und der anschließenden Reflektion. b) Die Studierenden lernen kompetenzspezifische Übungen zu den funktional-kommunikativen Kompetenzen zu entwickeln, sie zu analysieren und reflektieren. Darüber hinaus erlangen sie Vertrautheit mit der Integration von interkulturell-kommunikativen Elementen in bestehende Übungen und erweitern ihre Fähigkeit der Umsetzung solcher Übungen in einem Unterricht, der den Prinzipien gelebter Mehrsprachigkeit folgt.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Niveau C1 des GER in Englisch. Erfolgreiches Absolvieren des Kurses Teaching Methodology
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Variabel Variabel
11	**Berechnung der Modulnote**	Variabel (100%) Variabel (100%)

12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Lt. Auskunft Dozenten

1	**Modulbezeichnung** 53921	**Fallstudien Auditing** Case studies auditing	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Fallstudienseminar "Auditing" (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende		

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Henselmann
5	**Inhalt**	Wechselnde Themenschwerpunkte aus Theorie und Praxis: Das Modul beschäftigt sich einerseits mit ökonomischen, gesellschaftsrechtlichen, familienrechtlichen und steuerlichen Anlässen der Unternehmens- und Anteilsbewertung (Schwerpunkt im Wintersemester). Andererseits werden die bilanzielle Bewertung von Unternehmensanteilen (nach HGB und IFRS), Kaufpreisallokation und Werthaltigkeitstests behandelt (Schwerpunkt im Sommersemester).
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden verfügen in diesen Bereichen über umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand einschließlich der praktischen Anwendung sowie eines kritischen Verständnisses der Theorien und Methoden. Dazu gehören sowohl die Lösungen nach HGB als auch nach IFRS einschließlich eines Verständnisses von Unterschieden und Gemeinsamkeiten. Die Studierenden sind in der Lage die Aussagekraft der Rechnungslegung nach HGB und IFRS in Hinblick auf eine Abbildung der Realität zu beurteilen und die momentan geltenden Rechtsnormen kritisch zu hinterfragen. Die Studierenden können dieses Wissen kombinieren und zur umfassenden Beurteilung von konkreten Unternehmen aus der Praxis anwenden. Dazu gehört es auch, die erforderlichen Informationen zu beschaffen, Analysemodelle zu entwickeln, erforderliche Auswertungen auszuwählen, Vergleiche vorzunehmen, das Gesamtergebnis zu begründen und verteidigen sowie die Belastbarkeit der Ergebnisse zu hinterfragen. Die Studierenden können zugehörige Dokumente und Rechenwerke selbst erstellen oder ihnen vorgelegte Dokumente und Rechenwerke analysieren, beurteilen und die getroffenen Annahmen hinterfragen. Die Studierenden können demnach Werturteile abgeben, Vergleiche heranziehen und richtige Schlussfolgerungen ziehen, Prognosen erstellen und die eigenen Aussagen rechtfertigen, komplexe Problemstellungen erkennen und auf Basis der gewonnenen Erfahrung analysieren.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;3;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich Seminararbeit

		Fallstudienbearbeitung (schriftliches Einreichen der Lösung sowie mündliche Verteidigung der Lösung).
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (50%) Seminararbeit (50%) Fallstudie 100%
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 53492	**Fallstudien und Projekte im Management I** Case studies and projects in management I	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Industry 5.0 – Germany's Future of Sustainable Industrial Value Creation with Prof. Oliver Zipse and Dr. Thomas Becker (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Markus Beckmann Hannah Altenburg Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Beckmann Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	**Inhalt**	During the seminar, which is supported by Prof. Oliver Zipse (CEO of the BMW Group) and Dr. Thomas Becker (VP Sustainability, Mobility of the BMW Group), the students work on current issues of sustainability in technology-oriented industrial companies in groups. The results of the student groups are presented, defended and discussed in a project report and a presentation at a final event.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The student groups develop analyses on complex sustainability management issues, especially in relation to technology-oriented industrial companies, in a largely self-directed manner. For this purpose, the students conduct empirical data collection and literature research. They decide largely independently on the methods of analysis to answer the respective question. The module aims to develop the students ability to structure and present detailed and specialised knowledge based on the current state of understanding of the respective research question. Each student group shares the results developed jointly in the seminar and defends them before Prof. Zipse, Dr. Becker, Prof. Dr. Voigt, and Prof. Dr. Beckmann.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminarleistung Presentation (20 minutes) 70% and Project report (partially in group work) 30%
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminarleistung (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Course specific literature

1	**Modulbezeichnung** 55403	**Fallstudien und Projekte im Management IX** Case studies and projects in management IX	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Patrick-Peter Herold Prof. Dr. Sebastian Junge
5	**Inhalt**	Das Seminar Start-up Consulting soll Studierende dazu befähigen, Fragestellungen junger Wachstumsunternehmen (Start-ups) durch theoretisches Wissen und Methodenkompetenz zu lösen. In Gruppen lösen die Studierenden die Problemstellung eines realen Start-ups. Aufgrund der gegenwärtigen Dynamik in Gesellschaft und Technologie sowie den damit verbundenen Megatrends, wie beispielsweise Digitalisierung, stehen Start-ups vor zentralen Herausforderungen. Diese jungen, innovativen Unternehmen operieren in hochdynamischen Branchen und stellen sich und ihre Fragestellungen zu Beginn des Moduls vor. Während der Veranstaltung arbeiten die Studierenden eng mit den Start-ups zusammen und werden zusätzlich von Mentoren aus der Praxis sowie dem Team des Lehrstuhls betreut. Die Ergebnisse werden im Rahmen einer Abschlusspräsentation vorgestellt.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erlernen, ein aktuelles Fachproblem zu einem eingegrenzten Themenbereich zu bearbeiten, einen Lösungsvorschlag zu entwickeln und diesen in einer wissenschaftlichen Diskussion zu verteidigen. Hierdurch werden fachliche und persönliche Kompetenzen entwickelt. Die Studierenden geben und erhalten im Rahmen interaktiver Präsentationen der Arbeitsergebnisse ein wertschätzendes Feedback über die erbrachte Leistung.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine. Die Teilnehmerzahl ist auf maximal 20 Studierende begrenzt. Der Bewerbungszeitraum wird über die Homepage des Lehrstuhls oder StudOn bekannt gegeben. https://www.unternehmensfuehrung.rw.fau.de/studium-lehre/aktuelle-lehre/start-up-consulting/
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Englisch
16	**Literaturhinweise**	Keine

1	**Modulbezeichnung** 56270	**Financial engineering and structured finance**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Hendrik Scholz
5	**Inhalt**	• Darstellung und Bewertung von Aktien-, Zinssatz- & Bondoptionen • Strukturierter Produkte im Fixed Income und Equity Bereich • Kapitalstruktur und Optionspreistheorie • Darstellung und Bewertung von Kreditderivaten
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erarbeiten sich ein tiefgehendes Wissen über Aktien-, Zinssatz- und Bondoptionen, können deren Einsatzmöglichkeiten beurteilen und ihren Wert bestimmen. • wenden zentrale Kenntnisse der Optionspreistheorie an, um Bestandteile komplexer, strukturierter Fixed Income- und Equity-Produkte zu analysieren, diese zu bewerten und deren Wertbeitrag für Kunden einer Bank zu evaluieren. • können unter Berücksichtigung von Kundenpräferenzen eigenständig innovative Finanzprodukte entwickeln. • sind in der Lage die Positionen Eigen- und Fremdkapital von Unternehmen auf Basis der Optionspreistheorie zu bewerten. • können Instrumente zum Kreditrisikotransfer erläutern und deren Einsatzmöglichkeiten kritisch hinterfragen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Hull, John C.: Options, futures and other derivatives

		Weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 53610	**Finanzierungsmanagement von Start-up Unternehmen** Start-up finance management	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Im aktuellen Semester werden keine Lehrveranstaltungen zu dem Modul angeboten. Für weitere Auskünfte zum Lehrveranstaltungsangebot kontaktieren Sie bitte die Modul-Verantwortlichen.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	**Inhalt**	Die Finanzierung ist für Start-up Unternehmen von entscheidender Bedeutung. Ziel des Kurses ist es, umfassendes Wissen in den typischen Finanzierungsbedarf in der Vorgründungs- und Gründungsphase und der verschiedenen öffentlichen und privaten Finanzierungsangebote zu erhalten. Dabei werden Schwerpunkte auf den Rahmenbedingungen der Finanzierung, auf die Kennzahlenanalyse, den Finanzierungsprozess und die Finanzierungsphase an sich gelegt.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden kennen elementare Voraussetzungen für eine Finanzierung in der Start-up-Phase. Außerdem evaluieren sie strategische Fragestellungen beim Management von Start-up Unternehmen und die dazu gehörenden wesentlichen Managementaufgaben (z.B. Finanzplanung, Anwendung von Finanzierungsinstrumenten, IPO). Dabei müssen die Studierenden unter anderem selbständig real-existierende Fallstudien aus strategischer finanzieller Sicht ausarbeiten und im Rahmen der Veranstaltung diskutieren und interpretieren, um selbständig die finanzielle Lage eines Unternehmens beurteilen zu können und mögliche Handlungsalternativen konzipieren zu können.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nicht in diesem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Börner, C. J. et al.: Entrepreneurial Finance, Heidelberg, 2005. Nathusius, K.: Gründungsfinanzierung, Frankfurt, 2003.

1	**Modulbezeichnung** 53770	**Finanz- und Bankmanagement** Financial and bank management	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Finanz- & Bankmanagement (MA) (2 SWS) Übung: Finanz- & Bankmanagement Übung (1 SWS)	5 ECTS -
3	Lehrende	Prof. Dr. Hendrik Scholz	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Hendrik Scholz
5	**Inhalt**	• Klassische Ansätze zum Management von Marktzinsrisiken • Darstellung und Bewertung moderner Finanzinstrumente und Finanzprodukte (z.B. Optionen, Futures, Forwards und Swaps) • "Value at Risk" zur Messung finanzieller Risiken • Aufbau und Funktion von Finanzsystemen • Steuerungssysteme für Finanzunternehmen
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • ermitteln Zinsrisiken von Anleiheportfolios und beurteilen Instrumente zur Reduktion von Zinsrisiken und deren Einsatz aus Kundensicht. • können diverse Fixed-Income Produkte wie Kupon-Anleihen, Floating Rates Notes und Zinsswaps bewerten und deren Chancen-Risiko-Profile beurteilen. • bestimmen die Kennzahl "Value at Risk" für Portfolios und unter Anwendung verschiedene Konzepte der Volatilitätsschätzung. • können den generellen Aufbau und die Funktion des Banken- und Finanzsystems erläutern • beurteilen auf Basis der Marktzinsmethode die Geschäftspolitik einer Bank.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Hartmann-Wendels, T. / Pfingsten, A. / Weber, M.: Bankbetriebslehre, Berlin u.a. Weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 55490	**Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung VII** Advanced methods of management research VII	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Forschungsseminar (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Hannah Altenburg Lauren Mackintosh	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	**Inhalt**	Gegenstand der Veranstaltung stellen die Themenfelder Technologiemanagement und Business Model Innovation dar. Ziel der Veranstaltung ist es, einen Überblick über ein gewähltes Forschungsgebiet aus den genannten Forschungsfeldern zu gewinnen. Von Interesse sind dabei auch die verwendete Methodik und die erzielten Ergebnisse.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Studierende entwickeln und führen im Rahmen des Seminars weitestgehend selbstständig ein wissenschaftliches Forschungsprojekt durch. Hierfür bewerten, hinterfragen und vergleichen die Studierenden wissenschaftliche Artikel und Veröffentlichungen, die in englischer und deutscher Sprache verfasst wurden und die von den Studierenden selbst erschlossen wurden. Auf Basis dieser Recherche bilden Studierende begründete Hypothesen oder Forschungsfragen, die anhand einer eigenständigen qualitativen oder quantitativen Befragung überprüft, beurteilt, diskutiert und interpretiert werden. Studierende schätzen im Seminar ihre eigenen Stärken und Schwächen im Hinblick auf ihr wissenschaftliches Arbeiten ein und gestalten einen weiterführenden Lernprozess, der es ihnen erlaubt, neue forschungsorientierte Aufgaben in den behandelten Forschungsdisziplinen oder anderen Forschungsdisziplinen zu bearbeiten. Gleichzeitig geben Studierende Kommilitonen wertschätzendes Feedback auf erbrachte Zwischenleistungen. Die Studierenden lernen und arbeiten mit anderen Studierenden gemeinsam an einzelnen Aufgaben des Seminars und übernehmen dabei im Team eine herausgehobene Verantwortung.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (50%) Hausarbeit (50%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Englisch
16	**Literaturhinweise**	Jeweils aktuelle kursspezifische Literatur

1	**Modulbezeichnung** 53710	**Foundations of international management I**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Foundations of International Management I (1 ECTS, Seminar) (1 SWS) Vorlesung: Foundations of International Management I (2 SWS)	1 ECTS 4 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	**Inhalt**	1. Environment of International Management: History and Major Trends 2. Theoretical and Conceptual Foundations of International Management 3. Theories of Internationalization 4. Strategic Management in International Corporations.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The participants understand and analyze typical management problems of international firms. The participants will get to know modern theories and methods of international management and will be able to apply these to practical problems. They get a detailed overview of the current state of international management research and are able to evaluate theoretical and empirical studies in this area critically.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	English language proficiency (C1)
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 1;3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Report Präsentation *Details for the examination for the lecture: Report (6 pages)* *Details for the examination for the seminar: Oral presentation (attendance mandatory)*
11	**Berechnung der Modulnote**	Report (80%) Präsentation (20%) *Details: Report (Lecture): 80%; Presentation (Seminar) 20%*
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Holtbrügge, D. & Welge, M.K. (2020). International Management. Mimeo, Nürnberg (chapters 1-4). Holtbrügge, D. & Haussmann, H. (eds.) (2017). Internationalization Strategies of Firms. Case Studies

		from the Nürnberg Metropolitan Region. 2nd edition. Augsburg-München: Hampp.

1	**Modulbezeichnung** 53720	**Foundations of international management II**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Foundations of International Management II (1 ECTS, Seminar) (1 SWS) Vorlesung: Foundations of International Management II (2 SWS)	1 ECTS 4 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge Maxim Grib	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	**Inhalt**	1. Organization of International Corporations 2. Human Resource Management in International Corporations 3. Public Affairs Management in International Corporations
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The participants understand and analyze typical management problems of international firms. The participants will get to know modern theories and methods of international management and will be able to apply these to practical problems. They get a detailed overview of the current state of international management research and are able to evaluate theoretical and empirical studies in this area critically.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Successful attendance of Foundations of International Management I English language proficiency (C1)
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 1;3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Report *Details for the examination for the lecture: Report (6 pages)* *Details for the examination for the seminar: Oral presentation (attendance mandatory)*
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (20%) Report (80%) *Details: Report (Lecture): 80%; Presentation (Seminar) 20%*
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Holtbrügge, D. & Welge, M.K. (2020): International Management. Mimeo, Nürnberg (chapters 5, 6 & 8). Holtbrügge, D. & Haussmann, H. (eds.) (2017). Internationalization Strategies of Firms. Case Studies from the Nürnberg Metropolitan Region. 2nd edition. Augsburg-München: Hampp.

1	**Modulbezeichnung** 53201	**Game theory**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Game Theory (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Veronika Grimm Julia Grübel	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Veronika Grimm Julia Grübel
5	**Inhalt**	Game Theory analyzes the behavior of rational agents in decision-making situations in which several agents are involved. Unlike Decision Theory, Game Theory studies situations in which the utilities of the individual agents are not only dependent on their own decisions, but also on those of the other agents. The course seeks to apply the basic game theoretical concepts (e.g., Nash equilibrium, subgame perfect equilibrium) to more complicated economic interactions. In addition, it introduces advanced concepts, such as the analysis of games with incomplete information, auction theory and briefly elements of mechanism design. We discuss different equilibrium concepts and their various refinements in the context of these games.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students acquire a more formal understanding of game theoretical concepts and learn to differentiate between different types of games and their appropriate solution concepts. They learn the applications of these concepts to advanced economic problems. Students should be able to formally approach real-world multi-person decision problems and give economic predictions based on the equilibrium concepts studied in the course.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic knowledge of game theory and its core applications
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten) Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (80%) Hausarbeit (20%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Main Textbook: Fudenberg, D. and Tirole, J. (1991), Game Theory, Cambridge, MIT Press. Krishna, V. (2002), Auction Theory, Academic Press. Further (helpful) reading: Osborne, M. and Rubenstein, A.

		(1994), A Course in Game Theory, Cambridge, MIT Press. Maschler, M., Solan E. and Zamir, S. (2013), Game Theory, Cambridge University Press

1	**Modulbezeichnung** 56790	**Gesundheitsökonomie I** Health economics I	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Ü: Gesundheitsökonomie I (1 SWS) Vorlesung: VL: Gesundheitsökonomie I (2 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Franz Josef Zorzi Prof. Dr. Harald Tauchmann	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Harald Tauchmann
5	**Inhalt**	Die Veranstaltung betrachtet das Gesundheitswesen aus mikroökonomischer Perspektive. Den Schwerpunkt der Veranstaltung bildet die Betrachtung von Krankenversicherungsmärkten und ihrer spezifischen Unvollkommenheiten, und Probleme (adverse Selektion, Moral Hazard, Risikoselektion), die sich aus den besonderen Eigenschaften des Gutes Gesundheit ergeben. Aus dieser Betrachtung werden Anforderungen an die Gestaltung eines Gesundheitssystems abgeleitet. Studierende sollten die Bereitschaft mitbringen, sich vertieft mit mikroökonomischen Modellen zu beschäftigen.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben fundiertes ökonomisches Wissen über das Gesundheitswesen, insbesondere bzgl. Krankenversicherungsmärkten, • analysieren die Besonderheiten von Gesundheitsmärkten im Rahmen theoretischer Modelle, • überprüfen deren Validität anhand empirischer Studien
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse in Mikroökonomie und Ökonometrie sollten vorhanden sein.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 1;3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle VWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Breyer, F., Zweifel, P. & Kifmann, M. (2013): Gesundheitsökonomik, 6. Aufl., Springer. Sloan, F.A. & Hsieh, C.R. (2012): Health Economics, MIT Press. Folland, Sh., Goodman, A. & Stano, M. (2009): The Economics of Health and Health Care, 6th int. ed., Prentice Hall.

1	**Modulbezeichnung** 54821	**Gesundheitsökonomische Evaluationen I** Evaluation methods in health economics I	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	**Inhalt**	Bei allen öffentlichen Großprojekten sind Kosten-Nutzen-Analysen zwingend vorgeschrieben. Die Methodik wurde im Gesundheitswesen weiterentwickelt, wo auch intangible Effekte (z.B. Lebensqualität) berücksichtigt werden müssen. In der Veranstaltung werden die unterschiedlichen Studienformen, die Grundprinzipien, das Design von gesundheitsökonomischen Studien und insbesondere das QALY- und das Effizienzgrenzenkonzept behandelt.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • ermessen den Unterschied zwischen Effektivität und Effizienz im Gesundheitswesen • diskutieren verschiedene Möglichkeiten der Berechnung von Kosten und Nutzen medizinischer Maßnahmen und setzen Kosten und Nutzen verschiedener medizinischer Maßnahmen zueinander in Beziehung • beurteilen aktuelle Diskussionen zu dieser Thematik • vergleichen die verschiedenen Grundformen und -prinzipien gesundheitsökonomischer Evaluationen sowie die damit verbundenen Konzepte • schätzen das QALY-Konzept im Hinblick auf seine Relevanz ein • skizzieren das Design einer gesundheitsökonomischen Studie
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur mit MultipleChoice (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur mit MultipleChoice (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Schöffski / Graf von der Schulenburg (Hrsg.): Gesundheitsökonomische Evaluationen, 3. oder 4. Aufl., Berlin u. a., 2007, 2008 oder 2012.

1	**Modulbezeichnung** 53651	**Global operations strategy**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Global Operations Strategy (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Viktoria Horn	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	**Inhalt**	During the past decades, operations have become increasingly international or even global in nature. Drivers of the globalization include increased competitiveness through offshore manufacturing and global sourcing. During this module, the increasing complexity and the challenges of operations on a global scale will be discussed together with the participants. The theory modules at the beginning structure the options of a general operations strategy and illustrate its implementation in the organization. The subject specific modules, elaborated by the participants, enable a profound understanding of single activity areas of global operations and their relation to the global operations strategy. Therewith the students will get insights in the importance of an integrated global operations strategy and will become familiar with the main strategic options in this field. *All participants have to register in advance on StudOn! The registration for GOS on StudOn starts in early October. The number of participants is limited to 70.*
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Participation in the first seminar session is mandatory, as the topics for the teamwork are chosen during this session by the participants. In the following weeks, based on own research using scientific sources, key topics are elaborated in teams. Following predefined learning targets, the students need to structure the elaborated content in an academic presentation and present their results in class. Thereby, the teams are responsible for developing a didactic concept in order to support the understanding of the discussed topics. Furthermore, the participants are required to document their research method as well as their results. After the course, the participants are able to discuss the functions and impact of operations management in an international context.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation

11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Abele, E. et al. (2008): Global Production. A Handbook for Strategy and Implementation. Berlin: Springer. Reid, R. D. & Sanders N. R. (newest ed.): Operations Management. Hoboken: Wiley & Sons. Slack, N. & Lewis, M. (newest ed.): Operations Strategy. Harlow: PrenticeHall.

1	**Modulbezeichnung** 55701	**Grundlagen der Organisationspsychologie** Organizational psychology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Übung zur Organisationspsychologie: Teamentwicklung (1 SWS) Vorlesung: Organisationspsychologie (2 SWS) Bei der Übung besteht Anwesenheitspflicht.	2 ECTS 3 ECTS
3	Lehrende	Dr. Rosemarie Gauglitz Klaus Richter	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	• Vertiefende Wissensvermittlung zu Grundfragen, theoretischen Grundlagen und konkreten Instrumenten der Personalarbeit, der Arbeitspsychologie und der Organisationsentwicklung aus psychologischer (verhaltenswissenschaftlicher) Sicht • Kennenlernen und Bewerten aktueller Instrumente und Verfahren • Kritische Betrachtung der wissenschaftlichen Grundlagen und praktischen Anwendbarkeit von Konzepten, Methoden und Instrumenten • Übung: Vertiefung ausgewählter Literatur anhand von ausgewählten Fallstudien. Einübung verschiedener Instrumente und Techniken der organisationspsychologischen Praxis in gemeinsamen Rollenspielen und Methoden der Selbsterfahrung in der Gruppe • Schwerpunkte von Vorlesung und Übung: Gruppenarbeit, Organisationsdiagnose und -entwicklung, Bedeutung von Arbeit, Arbeitslosigkeit, Arbeitsanalyse und -gestaltung, Stress, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erwerben fundierte Kenntnisse über Theorien und Methoden der Personalarbeit und der Organisationsentwicklung. Sie können die operativen Fragen und Methoden in das strategische Management eines Unternehmens einordnen. Sie können die vorgestellten Theorien, Methoden und Verfahren kritisch reflektieren, beurteilen und anwenden. Sie lernen, wie Methoden und Instrumente entwickelt und rigoros evaluiert werden können.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungsmethoden und von Korrelations- und Regressionsrechnung bzw. Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie, Präsentationstechniken, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre von (meistens englischsprachigen) Materialien für die Übung, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Leistungsschein Diskussionsbeitrag Klausur (90 Minuten) Leistungsschein entspricht Versuchspersonenstunde
11	**Berechnung der Modulnote**	Leistungsschein (0%) Diskussionsbeitrag (0%) Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Schuler, H. & Moser, K. (Hrsg.) (2019). Lehrbuch Organisationspsychologie (6. Auflage). Bern: Huber. Schuler, H. & Kanning, U. P. (Hrsg.) (2014), Lehrbuch der Personalpsychologie (3. Auflage). Göttingen: Hogrefe. Ulich, E. (2011). Arbeitspsychologie. Stuttgart: Poeschel. Hacker, W. (1998). Allgemeine Arbeitspsychologie. Bern: Huber. Aktuelle Jahrgänge der Zeitschriften Journal of Applied Psychology, Journal of Occupational and Organizational Psychology und Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie

1	**Modulbezeichnung** 55605	**Hauptseminar Betriebswirtschaftliche Steuerlehre**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Hauptseminar: Hauptseminar Betriebswirtschaftliche Steuerlehre (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Frank Hechtner	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Frank Hechtner
5	**Inhalt**	In dem Seminar werden wechselnde Themen der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre behandelt, die einen aktuellen Themenbezug aufweisen.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können aktuelle steuerliche Fragestellungen mit wissenschaftlichen Methoden im Rahmen einer eigenen Hausarbeit bearbeiten und hierbei eigenständig Lösungsvorschläge erarbeiten. Hierbei ist es ihnen ferner möglich, ihre Problemstellung in das aktuelle Forschungsprogramm der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre einzuordnen. Darüber hinaus soll das Hauptseminar auf das Anfertigen einer Masterarbeit im Bereich der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre vorbereiten.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Es wird empfohlen, dass die Veranstaltungen Steuerliche Gewinnermittlung oder Unternehmenssteuerrecht belegt wurden. Studierende habe sich für die Teilnahme über den Lehrstuhl zu bewerben.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat und Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat und Hausarbeit (100%) Es handelt sich um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWIWI in der jeweils geltenden Fassung alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWIWI eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Die relevante Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 55550	**Hauptseminar Controlling** Advanced seminar: Controlling	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Hauptseminar: Hauptseminar und Forschungsseminar (2 SWS) *Anwesenheitspflicht*	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Thomas Fischer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Thomas Fischer
5	**Inhalt**	Wechselnde Themen aus dem Bereich Controlling
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden lernen, ein aktuelles Fachproblem mit wissenschaftlichen Methoden zu einem eingegrenzten Themenbereich zu bearbeiten, einen Lösungsvorschlag zu entwickeln und diesen in einer wissenschaftlichen Diskussion zu verteidigen. Hierbei geben und erhalten die Studierenden im Rahmen interaktiver Präsentationen der Arbeitsergebnisse ein wertschätzendes Feedback über die erbrachte Leistung.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfehlung: Besuch der Veranstaltungen Controlling of Business Systems und Controlling and Reporting.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;3;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich Seminararbeit (12-15 Seiten) und Präsentation (ca. 15 Minuten) und Diskussionsbeitrag (ca. 10 Minuten) *Es handelt sich um eine einheitliche Prufung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Fur ̈ das Bestehen des Moduls mu ̈ssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWISO in der jeweils geltenden Fassung alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWISO eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prufung.*
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%) Seminararbeit (60%) und Präsentation (30%) und Diskussionsbeitrag (10%)
12	**Turnus des Angebots**	Unregelmäßig
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 55530	**Hauptseminar Finance** Advanced seminar: Finance	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Hauptseminar: Hauptseminar Finance (2 SWS) Die Anwesenheit in der Lehrveranstaltung ist Voraussetzung für die Prüungsteilnahme.	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Hendrik Scholz	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Hendrik Scholz
5	**Inhalt**	Verschiedene wechselnde Themenbereiche aus dem Bereich Finanzierung
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • arbeiten in Gruppen selbstständig Analysen zu aktuellen Forschungsbereichen aus. • erstellen auf Basis wissenschaftlicher Methoden und aktueller englischer Fachliteratur eigenständig einen Lösungsvorschlag zu einer aktuellen Forschungsfrage. • wenden zuvor in Vorlesungen erworbene theoretische Kenntnisse an und erarbeiten sich selbstständig neues Fachwissen. • analysieren mit Hilfe statistischer Verfahren einen aktuellen Datensatz. • geben und erhalten im Rahmen interaktiver Präsentationen der Arbeitsergebnisse ein wertschätzendes Feedback über die erbrachte Leistung.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Workshop Capital Markets Research oder Workshop Finance, Financial Engineering und Structured Finance
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich Seminararbeit (ca. 15 Seiten, tw. in Gruppenarbeit) und Präsentation/ Präsentationspapier (tw. in Gruppenarbeit) und Diskussionsbeitrag *Es handelt sich um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWIWI in der jeweils geltenden Fassung alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWIWI eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.*
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%) Seminararbeit (60%), Präsentation/Präsentationspapier (20%) und Diskussionsbeitrag (20%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 58000	**Hauptseminar spezielle Sozialökonomik 1** Advanced seminar: Social economics I	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Ergänzungsseminar zur Soziologie/ Sozialökonomik im Wahlpflichtbereich (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Tobias Wolbring	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	• Vertiefende Auseinandersetzung mit einem Thema aus dem Bereich der speziellen Sozialökonomik • Im Seminar setzen sich die Studierenden gründlich und auf der Basis anspruchsvoller i.d.R. englischsprachiger Fachliteratur mit einem aktuellen Thema aus
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden demonstrieren ihren souveränen Umgang mit der einschlägigen Fachliteratur und soziologischen/ sozialökonomischen Theorien und Methoden. Sie können wissenschaftliche Positionen erläutern, vertreten, kritisieren und verteidigen. Sie erwerben fundierte und detaillierte Fachkenntnisse zu spezifischen Fragestellungen in der Sozialökonomik und vertiefen ihre Kenntnisse darin, wie Methoden und Instrumente angewendet werden können.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	gemäß Seminarankündigung
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (0%) Seminararbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch oder Englisch
16	**Literaturhinweise**	Wird bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 58001	**Hauptseminar spezielle Sozialökonomik 2** Advanced seminar: Social economics 2	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Ergänzungsseminar zur Soziologie/ Sozialökonomik im Wahlpflichtbereich (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Tobias Wolbring	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	• Vertiefende Auseinandersetzung mit einem Thema aus dem Bereich der speziellen Sozialökonomik • Im Seminar setzen sich die Studierenden gründlich und auf der Basis anspruchsvoller i.d.R. englischsprachiger Fachliteratur mit einem aktuellen Thema aus
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden demonstrieren ihren souveränen Umgang mit der einschlägigen Fachliteratur und soziologischen/ sozialökonomischen Theorien und Methoden. Sie können wissenschaftliche Positionen erläutern, vertreten, kritisieren und verteidigen. Sie erwerben fundierte und detaillierte Fachkenntnisse zu spezifischen Fragestellungen in der Sozialökonomik und vertiefen ihre Kenntnisse darin, wie Methoden und Instrumente angewendet werden können.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	gemäß Seminarankündigung
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminararbeit Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminararbeit (100%) Präsentation (0%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch oder Englisch
16	**Literaturhinweise**	Wird bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 55571	**Hauptseminar Tax law** Advanced seminar: Tax law	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Hauptseminar: Hauptseminar Tax Law (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Roland Ismer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Roland Ismer
5	**Inhalt**	Ausgewählte Fragen des Steuerrechts (wechselnde und aktuelle Themenschwerpunkte)
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können ein Fachproblem zu einem spezialisierten Themenbereich auf dem aktuellen Forschungsstand mit wissenschaftlichen und juristischen Methoden bearbeiten und hierzu weitgehend eigenständig einen Lösungsvorschlag unterbreiten. Hierbei vermitteln die Studierenden Schlussfolgerungen, Informationen und Beweggründe in klarer und eindeutiger Weise, gegebenenfalls vor Fachvertretern aus der Praxis.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Bei einem Seminar zum Internationalen Steuerrecht: vorherige Belegung "Internationales Steuerrecht". Bei einem Seminar zum Umsatzsteuerrecht: vorherige Belegung" Umsatzsteuerrecht". (zumindest Grundkenntnisse in den einzelnen Thematiken)
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;3;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich Seminararbeit Seminararbeit (15 Seiten) und Präsentation (ca. 20-30 Minuten, tw. in Gruppenarbeit). Es handelt sich um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWIWI in der jeweils geltenden Fassung alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWIWI eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (30%) Seminararbeit (70%) Seminararbeit (70%) und Präsentation (30%)
12	**Turnus des Angebots**	nicht in diesem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	In Abhängigkeit vom Rahmenthema des Seminars (wird bei Vergabe der Seminararbeiten bekannt gegeben)

1	**Modulbezeichnung** 53640	**Industrielles Management** Industrial management	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	**Inhalt**	Die Veranstaltung bietet einen tiefergehenden Einblick in das Management industrieller Unternehmen. Betrachtet werden nicht nur bisherige theoretische und empirische Erkenntnisse, sondern insbesondere auch aktuelle Managementaufgaben und -methoden in einem Industriebetrieb. Die Erkenntnisse zum industriellen Management werden mit einem praktischen und aktuellen Schwerpunktthema verknüpft, um so einen Anwendungsbezug darzustellen.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erwerben ein umfassendes, detailliertes sowie spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand aus dem Bereich des industriellen Managements und die Fähigkeit, strategisch zu denken. Durch die tiefergehende Analyse eines praxisrelevanten Schwerpunktthemas erhalten die Studierenden zudem einen tiefergehenden Einblick in die aktuellen Problemfelder und Herausforderungen von Industrieunternehmen. Die erworbenen analytischen und konzeptionellen Fertigkeiten befähigen die Studierenden, komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen eigenständig zu bearbeiten.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Voigt, K.-I.: Industrielles Management, Berlin u. a., 2008.

1	**Modulbezeichnung** 54120	**Interdisziplinäres Seminar** Interdisciplinary seminar	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Interdisziplinäres Seminar (SWS)	5 ECTS
3	Lehrende		

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	**Inhalt**	Die Veranstaltung behandelt interdisziplinäre Fragestellungen des Marketings. Die genaue Themenstellung wird vor Semesterbeginn bekannt gegeben.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erlernen im Rahmen der Veranstaltung spezialisierte Fähigkeiten zur eigenständigen Strukturierung und Erarbeitung von Lösungsansätzen für interdisziplinäre Fragestellungen und erwerben darüber hinaus Soft Skills wie Team- und Diskussionsfähigkeit sowie Präsentationsfertigkeiten. Weiterhin können die Studierenden weitgehend selbstgesteuert forschungs- oder anwendungsorientierte Projekte auf Basis des im Rahmen der Veranstaltung vermittelten Fachwissens anwenden. Im Rahmen des Seminars wird eine wissenschaftliche Fragestellung eigenständig bearbeitet, ein Lösungsvorschlag nach kritischer Würdigung aller wesentlichen Aspekte entwickelt und auf wissenschaftlichem Niveau verteidigt. Die Studierenden sind dazu in der Lage, in vertiefter und kritischer Weise ihre Ergebnisse und deren Bedeutung zu reflektieren und Implikation daraus abzuleiten.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;3;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminararbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	Unregelmäßig
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	1 Semester

1	**Modulbezeichnung** 55270	**International and European trade law**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Roland Ismer
5	**Inhalt**	Basics of International and European Law: • EU Trade Law • Concept of Internal Market • Economic Freedoms and Law of Competition • Economic Globalization and the Law of the WTO • The World Trade Organization • WTO Dispute Settlement • Principles of Non-Discrimination • Rules on Market Access • Rules on Unfair Trade • Trade Liberalisation versus other societal values and interests • Supply Chain Law and anti-modern slavery legislation • WTO and EU Law
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students will • know the European Economic Law and WTO-Law as fundamental basis of the International Trade Law • be able to analyse and discuss specific aspects of European and International Economic Law on an advanced level • will be able to produce case studies • will achieve an advanced skill of analysis
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic knowledge of European Law
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	(Recommended) reading: • Nigel Foster, Foster on EU Law, 8th edn. OUP 2021

		• Van den Bossche/Prévost, Essentials of WTO Law, 2nd edn. CUP 2021 Previous editions of both books available at WISO library • Blackstone EU Legislation, OUP (previous editions sufficient, test: Is TFEU printed?)

1	**Modulbezeichnung** 54831	**International marketing**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: International Marketing (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	**Inhalt**	This course offers students a deep and specialized expertise in marketing activities in an international environment. In addition, the focus is on the evaluation, analysis and application of theoretical marketing approaches. The following topics will be discussed in particular: • The scope and challenge of international marketing • International market coverage strategy • Design of the international marketing-mix • Standardization vs. differentiation of international product, price, sales, and communication management Particular areas or regions covered in the lecture will be announced prior to the course.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The students acquire specialized and deep knowledge in the domain of international marketing. They can explain, apply and reflect on theories, concepts and empirical studies in the area of international marketing in a deepened and critical way. Foundations for the use of the marketing-mix in an international setting are taught and the students are able to bring them into question critically. Furthermore, the students are able to independently conceptualize strategic courses of action as well as scopes for design for the marketing-mix in an international context.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Registration via vhb (www.vhb.org) is necessary in order to gain access to the course and the StudOn e-learning platform.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Report *Details for the examination: Report (6 pages)*
11	**Berechnung der Modulnote**	Report (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Alon, I., Jaffe, E., Prange, C. & Vianelli, D. (2017). Global Marketing: Contemporary Theory, Practice, and Cases. 2nd ed., New York, London: Routledge 2017.

1	**Modulbezeichnung** 57130	**International trade and labor**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten. (Vorlesung mit Übung)	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Christoph Moser
5	**Inhalt**	This module deals with the consequences of globalization for the domestic labor market and discusses the winners and losers of trade liberalization. The module focuses on the impact of international economic integration on domestic wages, jobs and inequality, in particular in Germany and the United States.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students are made familiar with the main relevant concepts of international trade and aquire specialized knowledge of the labor market effects of trade liberalization. Students learn about key theoretical predictions, their empirical evidence and the empirical strategies to assess their relevance. The module focuses on topics at the intersection between international trade and labor.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Recommended prerequisites: Basic knowledge of microeconomics (e.g., Varian, Hal (2014), Intermediate Microeconomics: A Modern Approach, 9th international edition) and econometrics (e.g., Wooldridge, Jeffrey (2013), Introductory Econometrics: A Modern Approach, 5th international edition). Module compatibility: Master Economics: Specialization in Macroeconomics and Finance Master IBS: elective course (Wahlbereich): English-speaking countries; Europe Master Arbeitsmarkt und Personal: Wahlbereich Master Sozialökonomik: freier Vertiefungsbereich
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h

14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Krugman, P., M. Obstfeld and M. Melitz (2017/18), International Trade: Theory and Policy OR International Economics: Theory and Policy, 11th global edition. Further course materials will be announced in the course.

1	**Modulbezeichnung** 54440	**Issues in international political economy**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Ma-Vorl: Issues in International Political Economy (IPE) (2 SWS) (Vorlesung mit Übung)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Christoph Moser	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Christoph Moser
5	**Inhalt**	This course deals with international trade policy. The focus will be on the political and economic determinants and consequences of trade liberalization as well as trade policies that increase trade barriers. The course will provide important insights into the global governance of international trade flows, the World Trade Organization and the role of the United States, China and the European Union.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students gain an understanding of the importance and evolution of the international trading system and how it affects multinational corporations (MNCs). Students learn about different trade policy tools, their economic consequences and their political constraints, in particular in the United States, China and the European Union. Students learn to critically assess trade-related news in the media.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Recommended prerequisites: • Basic knowledge of microeconomics (e.g., Varian, Hal (2014), Intermediate Microeconomics: A Modern Approach, 9th international edition). Module compatibility: • Master IBS: core course (Pflichtbereich) • Master IBS: mandatory elective for the area “English-speaking countries”. Students who select English-speaking countries as an area study cannot take this module as a core course module, but must take it as part of their area studies. • Master Wirtschaftspädagogik, Studienrichtung II: elective course (Wahlbereich im Zweitfach Sozialkunde), core course (Pflichtbereich im Zweitfach Englisch) • Erweiterungsprüfung Berufliche Schulen/Studienfach • Wirtschaftspädagogik • Master Sozialökonomik: elective course (Wahlbereich) • Master Arbeitsmarkt und Personal: elective course (Wahlbereich) • Master Economics: Specialization in Macroeconomics and Finance, and Public economics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten) Written examination 60 min. (Klausur 60 Min.)

11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Krugman, P., M. Obstfeld and M. Melitz (2017/18), International Trade: Theory and Policy OR International Economics: Theory and Policy, 11th global edition. Further, course materials will be announced in the course.

1	**Modulbezeichnung** 54290	**Kapitalmarktorientierte Unternehmenssteuerung** Corporate management and capital markets	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Kapitalmarktorientierte Unternehmenssteuerung (MA) (2 SWS) Übung: Kapitalmarktorientierte Unternehmenssteuerung Übung (1 SWS)	5 ECTS -
3	Lehrende	Prof. Dr. Hendrik Scholz	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Hendrik Scholz
5	**Inhalt**	• Bewertung von Unternehmen (vorrangig DCF-Verfahren) • risikoorientierte Kennzahlen zur Aktienanalyse • risikoorientierte Steuerungskonzepte • Risikopolitik von Unternehmen und Banken • Instrumente zur Sicherung der Währungsrisiken von Unternehmen
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • bestimmen über DCF-Verfahren den Wert von Unternehmen bei Berücksichtigung unterschiedlicher Finanzierungspolitiken. • können die Performance von Aktienportfolios sowie Unternehmenssegmenten auf Basis fortgeschrittener Performance- und Risikokennzahlen beurteilen, miteinander vergleichen und kritisch hinterfragen. • beurteilen auf Basis von Kennzahlen wie RORAC und RAROC die Kapitalallokation von Unternehmen. • sind in der Lage, diverse Instrumente zum Hedgen von Wäh-rungsrisiken wie Futures, Optionen und Swaps zu bewerten und diese im Rahmen des Risikomanagement von Unternehmen selbstständig anzuwenden.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Berk, Jonathan / DeMarzo, Peter: Corporate Finance, Boston u. a. Drukarczyk, Jochen / Schüler, Andreas: Unternehmensbewertung, München. Fama, Eugene F. / French Kenneth R. (1993): Common Risk Factors in the Returns of Stocks and Bonds, in: Journal of Financial Economics, Vol. 33 (1), S. 3-56. Hull, John C.: Optionen, Futures und andere Derivate, Hallbergmoos.

1	**Modulbezeichnung** 57128	**Kommunikation in der digitalen Arbeitswelt** Communication in the digital work environment	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Adrian Meier Prof. Dr. Reimar Zeh
5	**Inhalt**	Digitale Medien und Kommunikation durchdringen nahezu alle Aspekte unseres täglichen Lebens, insbesondere in einer zunehmend digitalisierten Arbeitswelt. Diese Entwicklung bietet Unternehmen und Mitarbeiter:innen vielfältige Möglichkeiten der organisationsinternen Kommunikation, stellt sie jedoch auch vor große Herausforderungen. Digitale Technologien (z. B. AI, Social Media, Videochat, Big Data) versprechen effizientes Management und Kollaboration in (virtuellen) Teams. Allerdings konfrontieren sie Organisationsmitglieder auch mit digitalem Stress, Erreichbarkeitsdruck, Entgrenzung und Überwachung. Im Seminar beleuchten wir die Kommunikation von Organisationen im Zeitalter der Digitalisierung. Im Vordergrund steht die Frage, wie digitale Technologien die Kommunikation in der Arbeitswelt verändern. Wir betrachten hierbei sowohl die strategische organisationsinterne Kommunikation (bspw. Change- oder Führungs-Kommunikation) als auch die interpersonale Kommunikation aus Perspektive der Mitarbeiter:innen (bspw. Flurgespräche, Selbstpräsentation, Sozialkapital). Das Seminar verbindet wissenschaftliche Erkenntnisse der (digitalen) Organisationskommunikation und interpersonalen Kommunikation mit praktischen Anwendungsfällen. Teilnehmer:innen erlangen ein tiefes Verständnis dafür, wie digitale Technologien und Kommunikationsprozesse in Organisationen zusammenwirken, gesteuert und optimiert werden können.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben grundlegendes und spezialisiertes Wissen der Organisations- und interpersonalen Kommunikation • können organisationale Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung analysieren, einordnen und hinterfragen • üben durch Diskussionen mit Mitstudierenden und Fachvertreter:innen sowie durch praktische Fallanalysen die Fähigkeit, dieses Wissen in Organisationen strategisch anzuwenden • entwickeln die Fähigkeit, Prozesse und Herausforderungen der internen Organisationskommunikation zu analysieren, kritisch einzuordnen und Lösungen diskursiv zu erarbeiten
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4

9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat (50%) Hausarbeit (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Deutsch oder Englisch
16	**Literaturhinweise**	• Duschlbauer, T., Martin, S., & Saffarnia, P. (Eds.). (2018). Organisationskommunikation | Organisational Communication: Vol. 1. Organisationskommunikation im Zeichen der Digitalisierung. Nomos. • Einwiller, S., Sackmann, S. A., & Zerfaß, A. (2020). Handbuch Mitarbeiterkommunikation: Interne Kommunikation in Unternehmen. Springer Gabler. • Lewis, L. (2019). Organizational change: Creating change through strategic communication (2nd ed.). Wiley. • Miller, K. (2015). Organizational communication: Approaches and processes (7th ed.). Cengage Learning.

1	**Modulbezeichnung** 55810	**Konsumentenverhalten II** Consumer behavior II	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Theorieseminar: Marktpsychologisches Theorieseminar: Finanzpsychologie (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Michael Ziegler Prof. Dr. Klaus Moser Dr. Jürgen Kirsch	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	Kennenlernen aktueller Theorien und Methoden in der Markt- und Werbeforschung Kritische Betrachtung der wissenschaftlichen Grundlagen und praktischen Anwendbarkeit von Konzepten, Methoden und Instrumenten
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden besitzen umfassende und spezialisierte Kenntnisse über Theorien, Methoden und Problemlösungstechniken der Markt- und Werbepsychologie. Sie können wesentliche Theorieansätze verstehen, vermitteln und kritisch reflektieren. Sie verfassen wissenschaftliche Berichte auf publikationsreifem Niveau.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Für das Seminar: Module Einführung in Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens sowie Präsentations- und Moderationstechniken; Modul Konsumentenverhalten I; Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und methodisch anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat (0%) Hausarbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Moser, K. (Hrsg.) (2015). Wirtschaftspsychologie (2. Aufl.). Heidelberg: Springer. Aktuelle Jahrgänge der Zeitschriften Journal of Consumer Research, Journal of Consumer Psychology und Journal of Marketing

1	**Modulbezeichnung** 55110	**Konsumentenverhalten III** Consumer behavior III	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Theorieseminar: Marktpsychologisches Theorieseminar: Finanzpsychologie (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Michael Ziegler Prof. Dr. Klaus Moser Dr. Jürgen Kirsch	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	Vertiefende Auseinandersetzung mit aktuellen Theorien und Methoden der Marktpsychologie Kritische Betrachtung der wissenschaftlichen Grundlagen und praktischen Anwendbarkeit von Konzepten, Methoden und Instrumenten
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden haben detaillierte und spezialisierte Kenntnisse von Methoden und Problemlösungstechniken der Marktpsychologie. Sie verstehen wesentliche Theorieansätze, können diese erläutern, vermitteln, kritisch reflektieren und verteidigen. Sie verfassen, wissenschaftliche Berichte auf publikationsreifem Niveau.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Einführung in Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens sowie Präsentations- und Moderationstechniken; Module Konsumentenverhalten I und II; Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und methodisch anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (0%) Hausarbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Moser, K. (Hrsg.) (2015). Wirtschaftspsychologie (2. Aufl.). Heidelberg: Springer. Aktuelle Jahrgänge der Zeitschriften Journal of Consumer Research, Journal of Consumer Psychology und Journal of Marketing

1	**Modulbezeichnung** 55120	**Konsumentenverhalten IV** Consumer behavior IV	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Im aktuellen Semester werden keine Lehrveranstaltungen zu dem Modul angeboten. Für weitere Auskünfte zum Lehrveranstaltungsangebot kontaktieren Sie bitte die Modul-Verantwortlichen.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	Kennen lernen aktueller Theorien und Methoden in der Markt- und Werbeforschung Kritische Betrachtung der wissenschaftlichen Grundlagen und praktischen Anwendbarkeit von Konzepten, Methoden und Instrumenten Durchführung eines eigenen Forschungsprojekts im Bereich der Marktpsychologie
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden besitzen vertieftes und spezialisiertes Wissen der Markt- und Werbepsychologie. Sie beherrschen zentrale Methoden insbes. für den Anwendungsbereich der Markt- und Werbewirkungsforschung. Sie wissen, wie Methoden und Instrumente entwickelt und rigoros evaluiert werden können und können diese anwenden. Sie besitzen Erfahrungen in der Durchführung entsprechender Studien und können wissenschaftliche Berichte über Forschungsergebnisse auf publikationsreifem Niveau verfassen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Einführung in Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens sowie Präsentations- und Moderationstechniken; Module Konsumentenverhalten I und II; Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und methodisch anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat (0%) Hausarbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Moser, K. (Hrsg.) (2015). Wirtschaftspsychologie (2. Aufl.). Heidelberg: Springer. Aktuelle Jahrgänge der Zeitschriften Journal of Consumer Research, Journal of Consumer Psychology und Journal of Marketing

1	**Modulbezeichnung** 54251	**Konzernrechnungslegung** Accounting for consolidated financial statements	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Konzernrechnungslegung (Master / Übung) (1 SWS) Vorlesung: Konzernrechnungslegung (Master / Vorlesung) (2 SWS)	- 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Klaus Henselmann	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Henselmann
5	**Inhalt**	Inhalte der Veranstaltung sind ausgehend vom ökonomischen Zweck der Konzernrechnungslegung die Rechtsgrundlagen und die konkrete Ausgestaltung der Rechnungslegung nach HGB sowie nach IFRS. Hierzu gehören die bilanztheoretischen Grundlagen sowie die wichtigsten Konsolidierungsfragen (Pflicht zur Erstellung eines Konzernabschlusses, Konsolidierungskreis, Zweckgesellschaften, Tochterunternehmen und Vollkonsolidierung, Gemeinschaftsunternehmen und Quotenkonsolidierung, Assoziierte Unternehmen und Equity-Methode, Forderungs- und Schuldenkonsolidierung, Aufwands- und Ertragskonsolidierung, Zwischengewinneliminierung, abweichende Stichtage, Währungsumrechnung, Latente Steuern, PPA, Anteilstausch, Konzernbilanzpolitik, komplexe Konzernstrukturen.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden verfügen in diesen Bereichen über umfassendes, detailliertes und integriertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand einschließlich der praktischen Anwendung sowie eines kritischen Verständnisses der Theorien und Methoden. Die Studierenden können dieses Wissen kombinieren und zur umfassenden Lösung von Konsolidierungssachverhalten aus der Praxis verknüpfen. Dazu gehören sowohl die Lösungen nach HGB als auch nach IFRS einschließlich eines Verständnisses von Unterschieden und Gemeinsamkeiten. Die Studierenden sind in der Lage die Aussagekraft der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS in Hinblick auf eine Abbildung der Realität zu beurteilen und die momentan geltenden Rechtsnormen kritisch zu hinterfragen. Die Studierenden können demnach Werturteile abgeben, Vergleiche heranziehen und richtige Schlussfolgerungen ziehen, Prognosen erstellen und die eigenen Aussagen rechtfertigen, komplexe Problemstellungen erkennen und auf Basis der gewonnenen Erfahrung analysieren.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wird im Rahmen der Veranstaltungen bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 53344	**Labor markets: A macroeconomic perspective**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Labor Markets: A Macroeonomic Perspective (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	PD Dr. Heiko Stüber	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Christian Merkl
5	**Inhalt**	• Stylized macroeconomic facts of the labor market • The labor market and business cycle dynamics • The importance of wage rigidities
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students learn • to analyze macroeconomic stylized facts of the labor market • to critically evaluate the ability of dynamic labor market models (e.g., search and matching) to replicate business cycle facts • to evaluate macroeconomic (policy) implications.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Macroeconomics: Business Cycles, Econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (10%) Seminararbeit (90%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 20 h Eigenstudium: 130 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Pissarides, C. Equilibrium Unemployment. 2000, MIT Press, Cambridge. Chapters 1 & 9. Recent research articles

1	**Modulbezeichnung** 57131	**Labor markets in the knowledge economy** Labor Markets in the Knowledge Economy	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Labor Markets in the Knowledge Economy (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Markus Nagler	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Nagler
5	**Inhalt**	The course analyzes topics in labor economics and their connection to technological change and the knowledge economy. We will mostly discuss topics in labor economics such as labor supply and migration which are seen through a technology and knowledge economy perspective. The course is mainly based on empirical research papers: labor economics is a front-runner in the use of econometrics and data.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students know the key issues in the intersection of labor and innovation economics. They are able to assess current research in the area and are able to relate its results to fundamental policy questions. Students are acquainted with important empirical approaches in labor economics.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Recommended: Basic microeconomics, basic econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Angrist, Joshua and Jörn-Steffen Pischke (2008). Mostly Harmless Econometrics, Princeton University Press. Autor, David H. Why are there still so many jobs? The history and future of workplace automation. The Journal of Economic Perspectives 29.3 (2015): 3-30.

1	**Modulbezeichnung** 52461	**Latin America in the era of Globalisation**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Im aktuellen Semester werden keine Lehrveranstaltungen zu dem Modul angeboten. Für weitere Auskünfte zum Lehrveranstaltungsangebot kontaktieren Sie bitte die Modul-Verantwortlichen.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Gian Luca Gardini
5	**Inhalt**	The seminar is offered every semester by the Chair of Prof. Gardini, Ph.D. It deals with topics related to the role of Latin America and the challenges of the region in the era of globalization. The increasing global interdependence of economics, politics and society is shaping today's world and poses complex challenges for world politics. The course deals with the central international developments in the 21st century (such as migration movements, structural inequality, sustainable and human development, digital transformation, organized crime, (dis)integration movements like BREXIT) and discusses the role and interests of Latin America for each phenomenon.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The students: • acquire in-depth knowledge of political processes, economic changes and societal challenges in the context of globalization and integration processes. • Develop the ability to analyze and evaluate the dynamics of internal and external factors.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;3;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	elektronische Prüfung
11	**Berechnung der Modulnote**	elektronische Prüfung (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 0 h Eigenstudium: 150 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch oder Spanisch
16	**Literaturhinweise**	

1	**Modulbezeichnung** 56540	**Lebensversicherung** Life insurance	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nadine Gatzert
5	**Inhalt**	• Einführung in den Lebensversicherungsmarkt • Darstellung von klassischen und innovativen Lebensversicherungsprodukten (und den darin enthaltenen impliziten Optionen) • Versicherungsmathematische Aspekte: Bestimmung von Prämien und Deckungsrückstellungen auf Basis der typischen aktuariellen Rechnungsgrundlagen (Zins, Sterbetafeln) • Analyse und Bewertung von Fondsprodukten mit Garantien • Absicherung von Garantien in Fondsprodukten mit Kapitalanlagestrategien (u.a. Constant Proportion Portfolio Insurance)
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können • aktuelle Entwicklungen im Lebensversicherungsmarkt beurteilen und hinterfragen diese; • Prämien und Deckungsrückstellungen von klassischen Lebensversicherungsverträgen berechnen und kennen die zentralen Einflussgrößen; • klassische und fondsgebundene Lebensversicherungsprodukte mit verschiedenen Garantien bewerten und verschiedene Methoden der Bewertung vergleichen und Modellannahmen kritisch hinterfragen; • einschätzen, wie verschiedene Arten von Finanzgarantien abgesichert werden müssen und können hierfür auch Kapitalanlagestrategien anwenden; • ihre theoretischen Kenntnisse im Rahmen einer Monte-Carlo Simulation in Excel umsetzen und auf praktische Fragestellungen anwenden.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten) *Im Sommersemester besteht vorlesungsbegleitend die Möglichkeit einer freiwilligen Notenverbesserung, wobei eine Verbesserung um bis zu 0,3 Notenstufen erfolgen kann. Dazu können Studierende auf StudOn vier je ca. 10-minütige Online-Kurztests (Quizze) zur Aufbereitung des Vorlesungsstoffs bearbeiten. Die Notenverbesserung erfolgt, wenn die Quizze erfolgreich bearbeitet wurden sowie die Klausur mit der Note*

		4,0 oder besser bestanden wurde. Etwaige Quizergebnisse aus dem Sommersemester werden für eine Nachholprüfung im Wintersemester übernommen.
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Die vorbereitende Literatur und auch die weitergehende, forschungsbezogene Literatur werden im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 55310	**Logistik-Consulting** Logistics consulting	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Logistik Consulting (2 SWS) Übung: Logistik Consulting - Übung (2 SWS)	5 ECTS -
3	Lehrende	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann Christoph Küffner	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann
5	**Inhalt**	Im ersten Teil der Veranstaltung werden theoretische und empirische Grundlagen der Organisationsentwicklung, des geplanten Wandels und der Berater-Klienten-Beziehung besprochen und auf den Bereich des Logistik Consulting übertragen. Im zweiten Teil werden typische Problemstellungen für Logistikberater erläutert und ein Überblick über Standardwerkzeuge und Techniken zu deren Lösung gegeben. Ergänzende Gastvorträge von Referentinnen bzw. Referenten aus der Praxis des Logistik Consultings sollen einen Überblick über die Vielfalt der Branche geben.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden verfügen über Kompetenzen, die für die Bewältigung von Situationen im Beratungsalltag notwendig sind. Sie entdecken u.a. typische Problemstellungen von Consulting-Projekten sowie deren erfolgreiche Bearbeitung.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Produktions- und Supply Chain Management
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Fallstudie(n) Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Fallstudie(n) (40%) Klausur (60%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wird im Kurs bekanntgegeben.

1	**Modulbezeichnung** 53212	**Macroeconomics: Business cycles**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Computer Übung Macroeconomics: Business Cycles (2 SWS) Vorlesung: Macroeconomics: Business Cycles (Makro I) (2 SWS) Übung: Übung Macroeconomics: Business Cycles (2 SWS)	- 2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Timo Sauerbier Prof. Dr. Christian Merkl	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Christian Merkl
5	**Inhalt**	• Stylized facts of the business cycle • Business cycle theories • Business cycle and the labor market • Monetary theory and policy
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students • learn about modern dynamic business cycle theory • learn about dynamic labor market theory (search and matching) • apply standard techniques (e.g., intertemporal optimization, loglinearization or simple simulations) • learn about modern monetary theory • compare the implications of monetary theory with modern policy making
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Advanced Mathematics, Macroeconomics (Bachelor)
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%) Students can improve their grade through two assignments during the winter term: one programming assignment with Matlab (about 30 lines of code) and one analytical problem (about four written pages). This requires the written exam to be graded not worse than 4.0; the maximum improvement is 0.3 grades.
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Gali, J., Monetary Policy, Inflation, and the Business Cycle: An Introduction to the New Keynesian Framework and its Applications, 2015, second edition.

1	**Modulbezeichnung** 53221	**Macroeconomics: Economic growth**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Macroeconomics: Economic Growth (2 SWS) Vorlesung: Macroeconomics: Economic Growth (2 SWS)	- 5 ECTS
3	Lehrende	William Dean Prof. Dr. Thiess Büttner Dr. Boryana Madzharova	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Thiess Büttner Dr. Boryana Madzharova
5	**Inhalt**	The lecture is concerned with the development of the economy over time, in particular with economic growth. In a first step, the lecture considers how dynamic issues are dealt with in the context of traditional macroeconomics. We then go on and develop a dynamic model in which households, firms, and the government form expectations about future conditions and take account of future implications of current decisions. This model is varied to see implications of uncertainty and overlapping generations. Equipped with the necessary understanding of how to model economic development, we discuss the sources and limits of long-term economic growth.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students • learn how to derive a standard macroeconomic model from a set of optimal decisions of agents and their (intertemporal) constraints • learn how to use the model for basic predictions about effects of changes in endowments and starting conditions on short- and long-term equilibria • learn to modify the basic model to take account of uncertainty, infinite time and overlapping generations and understand the difficulties that are associated with some of these extensions • learn to apply techniques of intertemporal optimization • get acquainted with basic characteristics of economic growth • learn conditions under which the macroeconomic model is consistent with continuous economic growth • learn about the limits and determinants of economic growth
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 1
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)

12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Romer, D. (1996): Advanced Macroeconomics, 2. edition, Mc-Graw-Hill.

1	**Modulbezeichnung** 54751	**Management von Industrie 4.0** Managing industry 4.0	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Management von Industrie 4.0 (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Julian Müller Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	**Inhalt**	Die Veranstaltung bietet einen tiefergehenden Einblick in das Themengebiet Industrie 4.0 und befasst sich vornehmlich mit wirtschaftswissenschaftlichen Fragestellungen. Betrachtet werden einerseits praxisrelevante Fragestellungen auf operativer und strategischer Ebene, die ein Industrieunternehmen hinsichtlich Industrie 4.0 adressieren muss. Andererseits stützt sich die Veranstaltung auf aktuelle Forschungsergebnisse zum Thema Industrie 4.0, um so eine Brücke zwischen Wissenschaft und Praxisanwendung zu schlagen.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erwerben ein umfassendes, detailliertes sowie spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand aus dem Bereich des industriellen Managements. Durch die tiefergehende Analyse des aktuellen Themas Industrie 4.0 erhalten die Studierenden einen detaillierten Einblick in den aktuellen Transformationsprozess von Industrieunternehmen, der in einem umfangreichen und interdisziplinären Feld stattfindet. Die erworbenen analytischen und konzeptionellen Kenntnisse und Fertigkeiten befähigen die Studierenden, komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen eigenständig zu bearbeiten und auf ein aktuelles, praxisrelevantes Thema anzuwenden.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Industrielles Management
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Obermaier, R. (Hrsg.).: Industrie 4.0 als unternehmerische Gestaltungsaufgabe. Betriebswirtschaftliche, technische und rechtliche Herausforderungen, Wiesbaden, 2017.

		Voigt, K. I., & Müller, J. M. (Eds.). (2021). *Digital Business Models in Industrial Ecosystems: Lessons Learned from Industry 4.0 Across Europe*. Springer Nature.

1	**Modulbezeichnung** 57030	**Managing enterprise-wide IT architectures**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Michael Amberg Tuba Karatas Doris Zinkl
5	**Inhalt**	**Lecture: Fundamentals of Enterprise-Wide IT Architecture Management** The lecture Fundamentals of Enterprise-Wide IT Architecture Management provides the fundamentals of business process management and the underlying IT architecture. The course has a strong focus on concepts of business-IT-alignment e.g., service oriented architectures, cloud computing, and enterprise-wide IT systems as well as important paradigms to (re-) design enterprise IT architectures. **Case Study Seminar** Managers and business leaders in the field of information technology must make decisions with limited information and a swirl of business activities going on around them. They are required to evaluate options, make choices, and find solutions to the challenges they face every day. In this seminar, students will take on the perspective of a decision-maker by analyzing and discussing complex management challenges illustrated in different case studies from leading business schools.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	**Lecture: Fundamentals of Enterprise-Wide IT Architecture Management** Students • know about the major differences of process and workflow management, • know about the main models of IT Service Management and Business-IT Alignment, • can understand the impact of Big Data Technologies on Value Creation, • can assess and implement different types of Big Data Systems, • can explain the major differences of automated communication concepts like EDI, XML and EDIFCAT, • can assess process standardization in different environments. **Case Study Seminar** Students should • know about real-world challenges in the area of IT management, as well as methods for analyzing case studies, • be able to apply the vocabulary, theory, and methods they have learned in the lecture,

		• be able to develop solutions to business problems, as well as defend their solutions and discuss them critically in a group setting, • be able to present solutions to case study problems in English.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Fallstudie(n) Klausur • Lecture: written examination (60 min. – 100%) • Case Study Seminar: Presentation (2 x 15 min. – 33,33%), class participation (33,33%) and discussion paper (2 x 1 Page– 33,33%)
11	**Berechnung der Modulnote**	Fallstudie(n) (50%) Klausur (50%) • Lecture: 50% of module score • Case Study Seminar: 50% of module score
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	• Lecture: Rood, M. A. Enterprise architecture: Definition, content, and utility, in Proceedings of the Third Workshop on: Enabling Technologies: Infrastructure for Collaborative Enterprises, 1994, pp. 106-111. • Case Study Seminar: Ellet, W. The Case Study Handbook: How to Read, Discuss, and Write Persuasively About Cases. Harvard Business Review Press, 2007.

1	**Modulbezeichnung** 57060	**Managing global projects and information technology**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Managing Global Projects & Managing Information Technology (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Nils Kemmerzell Prof. Dr. Michael Amberg	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Michael Amberg Tuba Karatas Doris Zinkl
5	**Inhalt**	**Lect1/Ex1:** The traditional role of the Chief Information Officer (CIO) as gatekeeper of technology and protector of corporate information asset activities is changing. Next to the daily duties to keep the IT operations and projects running often facing shrinking budget constraints an enterprise IT manager becomes an important business partner in supporting the transformation of the traditional business to the digital age. The course has a strong focus on the role of IT within different types of enterprises and highlights IT from two different angles: IT as organizational function and IT as driver of organizational transformation. The lecture is divided into two parts (1) IT Management in enterprises (2) IT-driven business models **Lect2/Ex2:** Increasing globalization of business operations and the high importance of project structures for global operations force companies worldwide to develop and strengthen their capabilities for managing global projects. Therefore, future professionals capable of successfully coordinating projects across multiple countries and cultures will have excellent career prospects. To prepare students for the task of managing global projects, the course will focus on the following topics: • Characteristics and organization of global projects • Cultural influences (effects and remedies) • Controlling of globally distributed projects • Challenges of IS outsourcing/offshoring projects For each of these topics, students will be given an introduction to the topic (knowledge transfer) and then work on real-world examples to gain deeper insights into the topic (knowledge application). In addition, students will work in teams on a project during the semester.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	**Lect1/Ex1:** The students • describe and explain key IT Management models, • explain and evaluate design options of an IT organization and challenges of the CIO,

		• explain main organizational IT cost categories and tasks of managing IT costs, • describe components of a (digital) business model, • evaluate (digital) business models, • understand the impact of new technologies, such as Big Data Technologies, on value creation. **Lect2/Ex2:** The main goal of the course is to familiarize students with the foundations of successful management in global IT-projects. The students will: • describe the project life cycle, • evaluate challenges caused by distance in globally distributed projects and learn about the approaches of dealing with them, • evaluate IT archetypes and decision domains, • evaluate PMOs in (IT) organization analyze different collaboration tools.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	• Lect1/Ex1: None • Lect2/Ex2: Basic knowledge on project management principles and techniques
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich Hausarbeit • IIS exam-no. 70603 Lect1/Ex1: Managing information technology (2 SWS) 2,5 ECTS - Written assignment (100%) • IIS exam-no. 70604 Lect2/Ex2: Managing global projects (2 SWS) 2,5 ECTS - Presentation (2 x 15 min. – 33,33%), class participation (33,33%) and discussion paper (2 x 1 Page)
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (50%) Hausarbeit (50%) • Lect1/Ex1: 50% of module score • Lect2/Ex2: 50% of module score
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	**Lect1/Ex1** • Carr, N. G. (2003): IT doesnt matter. Harvard Business Review, 81(5), 419, 128.

		• Christensen, C. M., & Overdorf, M. (2000). Meeting the Challenge of Disruptive Change. Harvard Business Review, 78(2), 6676. **Lect2/Ex2** • Binder J.: Global Project Management: Communication, Collaboration and Management Across Borders. Gower Publishing Ltd, ISBN: 0566087065.

1	**Modulbezeichnung** 53471	**Managing intercultural relations**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	**Inhalt**	1. Relevance of Intercultural Management 2. Intercultural Management Research: Scope and Results 3. Manifestations and Functions of Culture 4. Concepts of Culture 5. Intercultural Communication and Negotiations 6. Culture and Management: Organization, Motivation and Leadership in Different Cultures 7. Intercultural Competence 8. Intercultural Training 9. Conclusions
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The participants understand and analyze modern theories and methods of management and apply these to practical problems. They get a detailed overview of the current state of comparative, cross-cultural, indigenous and post-collonial management research and evaluate theoretical and empirical studies in these areas. They are able to conceptualize and measure intercultural competence and to conduct and evaluate innovative methods of intercultural training. They learn about methodological challenges of intercultural management research and are able to asses its rigor and relevance.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	English language proficiency (C1)
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation schriftlich *Details for the examination for the lecture: Report (6 pages)* *Details for the examination for the seminar: Oral presentation (attendance mandatory)*
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (20%) schriftlich (80%) *Details: Report (Lecture): 80%; Presentation (Seminar) 20%*
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Holtbrügge, D. (2019). Managing Intercultural Relations. Nürnberg: Mimeo.

1	**Modulbezeichnung** 53231	**Mathematics for economists**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Mathematics for Economists (2 SWS)	-
3	Lehrende	Prof. Dr. Timm Oertel	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Timm Oertel
5	**Inhalt**	The main focus of this lecture is on vector spaces, eigenvalues, quadratic forms, analysis of n variables including Taylor derivatives, finite difference and differential equation as well as optimization.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The aim of this module is to practice common mathematical techniques, which are required for advanced courses in Economics.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic knowledge as known from school and typical math courses given within Bachelor programs on Economics, see for instance Sydsætter, Knut und Hammond, Peter (2008), Essential Mathematics for Economics Analysis, Prentice Hall, or the Bachelor chapters in Mosler, Karl, Rainer Dyckerhoff und Christoph Scheicher (2009), Mathematische Methoden für Ökonomen, Springer-Verlag (in German).
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Sydsætter, Knut und Hammond, Peter (2008), Further Mathematics for Economics Analysis, Prentice Hall; Mosler, Karl; Dyckerhoff, Rainer und Scheicher, Christoph (2009), Mathematische Methoden für Ökonomen, Springer Verlag (in German).

1	**Modulbezeichnung** 53107	**Microeconometrics and machine learning** Microeconometrics and Machine Learning	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn
5	**Inhalt**	Maximum Likelihood estimation, binary dependent variables, multinomial and ordered dependent variables, Tobit models, selection models, duration models, count data models, applications of machine learning in economics. Practical application of empirical methods using Stata.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Based on introductory econometrics modules students acquire specialized knowledge regarding maximum likelihood estimation and microeconometric problems, and methods of machine learning. Students learn how to apply these methods using the statistics software STATA. They discuss and evaluate the appropriateness of specific methods in the framework of practical applications and have the opportunity to voluntarily prepare written empirical homework.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic knowledge in statistics and econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%) The grade is based 100 % on a written exam. However, a voluntarily submitted homework can account for 20 % or the final grade if it improves the grade. The homework can be prepared in groups of up to two students. In the homework an empirical analysis is performed based on Stata. The final grade can be improved by up to 0.7 points. However, the exam must be passed. The homework only counts towards final grades in the semester in which they are produced, i.e. only in the summer semester.
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch

16	**Literaturhinweise**	Cameron, C. und P. K. Trivedi, 2005, Microeconometrics. Methods and Applications, Cambridge Univ. Press. Greene, William H., 2020, Econometric Analysis, 8.ed., Pearson Hastie, T., R. Tibsharani, und J., 2009, The Elements of Statistical Learning: Data Mining, Inference and Prediction, Springer. Wooldridge, J.M., 2010, Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data, 2.ed., MIT Press.

1	**Modulbezeichnung** 53191	**Microeconomics**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Microeconomics Lecture (2 SWS)	-
3	Lehrende	Prof. Dr. Johannes Rincke	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Johannes Rincke
5	**Inhalt**	Theory of the Consumer, Theory of the Firm, Partial Equilibrium, General Equilibrium, Anomalies
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students are made familiar with the fundamental concepts of microeconomics on an advanced level, including advanced formal mathematical methods. The lecture covers topics in the theory of the consumer, the theory of the firm, partial equilibrium, general equilibrium, and anomalies in behavior in relation to the standard model. In the Exercises course, students learn how to apply these concepts to selected economic problems in various settings. The module is of fundamental importance for Master students who want to advance to studying applied problems in all field of applied micro, including labor economics, public economics, and industrial organization.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic training in formal microeconomic techniques
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation (90 Minuten) Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (20%) Klausur (80%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Jehle, Geoffrey A. und Reny, Philip J. (2001), Advanced Microeconomic Theory, 2nd ed., Addison-Wesley

1	**Modulbezeichnung** 53313	**Multivariate Time Series Analysis** Multivariate time series analysis	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Jonas Dovern
5	**Inhalt**	Brief repetition of concepts of univariate time series analysis; stationary vector autoregressive (VAR) processes: basics, estimation, lag order selection, specification testing, forecasting; structural VAR models: various methods for identifying macroeconomic shocks; non-stationary/ integrated processes: spurious correlation vs. cointegration, error correction models; multivariate GARCH models.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Ability to independently analyze multivariate stationary time series using vector autoregressive processes; ability to explain the problems of identifying structural macroeconomic shocks and ability to estimate and interpret SVAR models; ability to test for spurious correlations between integrated time series and ability to specify and estimate models for cointegrated time series; ability to explain and estimate basic multivariate GARCH models; skills for using existing functions in R for time series analysis and for developing proprietary functions for analyzing multivariate time series in R.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Proficiency in univariate time series analysis and basic concepts of econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Lütkepohl, H. (2005), New Introduction to Multiple Time Series Analysis, Springer. Kilian, L. and H. Lütkepohl (2017), Structural Vector Autoregressive Analysis (Themes in Modern Econometrics), Cambridge University Press, Cambridge.

		Tsay, R.S. (2005), Analysis of Financial Time Series, 2nd edition, Wiley. (alternatively 3rd edition from 2010). Verbeek, M. (2008), A Guide to Modern Econometrics,, 3rd edition, Wiley.

1	**Modulbezeichnung** 57127	**Nachhaltigkeitskommunikation** Sustainability communication	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Im aktuellen Semester werden keine Lehrveranstaltungen zu dem Modul angeboten. Für weitere Auskünfte zum Lehrveranstaltungsangebot kontaktieren Sie bitte die Modul-Verantwortlichen.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Adrian Meier Prof. Dr. Reimar Zeh
5	**Inhalt**	Nachhaltigkeit bezieht sich auf die zukunftssichere und generationengerechte Verwendung ökologischer, sozialer und ökonomischer Ressourcen. Zum einen meint Nachhaltigkeitskommunikation das Handeln professioneller Kommunikatoren, etwa wenn Unternehmen ihr (mehr oder weniger) nachhaltiges Handeln nach Außen kommunizieren (z. B. CSR-Kommunikation, Greenwashing). Zum anderen umfasst es die Kommunikation gesellschaftlicher Akteure und Interessengruppen (z. B. Protestbewegungen, NGOs), die nachhaltiges Handeln einfordern. Schließlich sind der gesamtgesellschaftliche Diskurs um Nachhaltigkeit (bspw. zum Klimawandel) sowie die Wirkungen von Nachhaltigkeitskommunikation auf Individuen, kollektive Akteure und die Gesellschaft als Ganzes gemeint. In diesem Seminar nehmen wir nacheinander alle vier Perspektiven ein (Unternehmenskommunikation, Aktivismus, gesamtgesellschaftliche Kommunikation und Kommunikationswirkungen). Das Seminar verbindet dabei eine forschungsbasierte, diskursive Auseinandersetzung mit kleineren praktischen Kommunikationsprojekten.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen im Feld der Nachhaltigkeitskommunikation, z.B. Kommunikationsstrategien über Nachhaltigkeit, Nachhaltigkeit im gesellschaftlich-politischen Diskurs und Folgen dieser Kommunikationsprozesse. • erwerben durch die Auseinandersetzung mit dem Thema und die regelmäßige Diskussion mit Mitstudierenden und Fachvertretern Problemlösungs-, Kommunikations- und Medienkompetenzen. • entwickeln die Fähigkeit, Prozesse und Herausforderungen der Nachhaltigkeitskommunikation zu analysieren, kritisch einzuordnen und Lösungen diskursiv zu erarbeiten.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;3

9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Fallstudie(n)
11	**Berechnung der Modulnote**	Fallstudie(n) (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Deutsch oder Englisch
16	**Literaturhinweise**	Heinrich, P. (Hrsg.). (2018). CSR und Kommunikation: Unternehmerische Verantwortung überzeugend vermitteln. Springer Berlin Heidelberg. Hoppe, I., & Wolling, J. (2017). Nachhaltigkeitskommunikation. In H. Bonfadelli, B. Fähnrich, C. Lüthje, J. Milde, M. Rhomberg, & M. S. Schäfer (Hrsg.), Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation (S. 339–354). Springer Fachmedien Wiesbaden Neverla, I., & Schäfer, M. S. (Hrsg.). (2012). Das Medien-Klima. VS Verlag für Sozialwissenschaften Neverla, I., Taddicken, M., Lörcher, I., & Hoppe, I. (Hrsg.). (2019). Klimawandel im Kopf: Studien zur Wirkung, Aneignung und Online-Kommunikation. Springer Fachmedien Wiesbaden.Kümpel, A. S., Peter, C., Schnauber-Stockmann, A., & Mangold, F. (Hrsg.). (2022). Nachhaltigkeit als Gegenstand und Zielgröße der Rezeptions- und Wirkungsforschung: Aktuelle Studien und Befunde. Nomos.

1	**Modulbezeichnung** 53083	**Ökonomie der Sozialpolitik** Economics of social policy	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Matthias Wrede
5	**Inhalt**	Ausgewählte ökonomische Analysen der Sozialpolitik unter Einschluss ethischer und ökonomischer Grundlagen sowie institutioneller Aspekte
6	**Lernziele und Kompetenzen**	• Studierende kennen ausgewählte Bereiche der Sozialpolitik und können diese beschreiben und international vergleichen. • Studierende können ethische und ökonomische Grundlagen staatlicher Eingriffe in ausgewählten Bereichen sozialer Sicherung darstellen, interpretieren und diskutieren. • Studierende können Wirkungen sozialpolitisch relevanter Größen theoretisch und empirisch verstehen, bewerten und hinterfragen. • Studierende können sozialpolitische Maßnahmen unter Effizienz- und Gerechtigkeitsgesichtspunkten bewerten und hinterfragen. • Studierende geben Ihren Kommilitonen im Rahmen ihrer Präsentationen strukturiertes Feedback. • Studierende fördern die Fachkenntnisse der anderen Studierenden durch themenspezifische Diskussionsbeiträge. • Studierende erfassen, bewerten und diskutieren ausgewählte aktuelle, meist englischsprachige Forschungsarbeiten in Ihrer Seminararbeit.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Mikroökonomische und ökonometrische Kenntnisse
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (70%) Präsentation (30%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Die Literatur wird während des Kurses bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 52553	**Organizational creativity**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Zu diesem Modul sind keine Lehrveranstaltungen oder Lehrveranstaltungsgruppen hinterlegt! Wird ab dem WS 2022/23 nicht mehr angeboten!	
3	Lehrende	Zu diesem Modul sind keine Lehrveranstaltungen und somit auch keine Lehrenden hinterlegt!	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	**Inhalt**	Kreativität ist nicht nur eine bedeutende persönliche Fähigkeit, sondern auch der Ursprung von Ideen, die von Unternehmen wirtschaftlich umgesetzt werden. Im Rahmen dieser Veranstaltung werden Theorien und praktische Konzepte der organisationalen Kreativität präsentiert und diskutiert. Dabei werden die Grundlagen von Kreativität auf individueller, teambezogener und organisationaler Ebene eingeordnet. Ziel ist es, das Verständnis für Kreativität, die für die Entwicklung von Produkten, Dienstleistungen und Geschäftsmodellen notwendig ist, zu vermitteln. Die Veranstaltung wird komplementiert durch die Bearbeitung von Fallstudien in Kleingruppen sowie Gastvorträgen oder Exkursionen. Das Kursprogramm setzt sich wie folgt zusammen: • Kreativität als Wettbewerbsfaktor • Individuelle Kreativität • Teamkreativität • Organisationale Kreativität
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erlernen die Kernkonzepte der organisationalen Kreativität. Sie lernen, Ihre eigene Kreativitätsfähigkeit zu verstehen und wissen, wie Sie diese für sich selbst, in Teams und in Unternehmen einbringen und fördern können. Durch die Bearbeitung der Fallstudien in Kleingruppen wird das Übernehmen herausgehobener Verantwortung sowie die fachliche Weiterentwicklung der Studierenden gefördert.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Erfolgreich abgelegte Veranstaltung im Bereich Innovationsmanagement
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 1
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Fallstudie(n) Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Fallstudie(n) (50%) Klausur (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nicht in diesem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Sawyer, R. K. (2012) Explaining Creativity: The Science of Human Innovation. 2nd ed. Oxford University Press. Niku, S. B. (2008) Creative Design of Products and Systems. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons. Von Stamm, B. (2008) Managing innovation, design and creativity. 2nd ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

1	**Modulbezeichnung** 53055	**Panel and evaluation methods**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Panel- and Evaluation Methods (PEV)-Übung (2 SWS) Tutorium: Panel- and Evaluation Methods-Tutorium (2 SWS) Vorlesung: Panel- and Evaluation Methods (2 SWS) Übung: Panel- and Evaluation Methods Softskills (2 SWS)	- - 5 ECTS -
3	Lehrende	Dr. Selina Gangl Prof. Dr. Regina Therese Riphahn	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn
5	**Inhalt**	Endogeneity in the linear regression model; instrumental variables estimation; static and dynamic panel data models; matching; difference-in-differences estimation; regression discontinuity design; quantile regression; practical application of methods using statistics software STATA
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Based on the introductory econometrics module "Ökonometrie" students acquire specialized knowledge in panel und evaluation methods and apply it using the statistics software STATA. Students evaluate to what degree empirical patterns can be interpreted as causal and decide to what extent problems of endogeneity can be solved via panel data or exogeneous variation. Students can produce own empirical analyses.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic knowledge in statistics and econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%) 100 % written exam (a voluntarily submitted homework can account for 20 % of the final grade if it improves the grade. In the homework an empirical analysis is performed based on Stata. The final grade can be improved by up to 0.7 points. However, the exam must be passed. The homework only counts towards final grades in the semester in which they are produced, i.e. only in the winter semester.)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Wooldridge, J.M., 2010, Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data, 2.ed., MIT Press. Greene, William H., 2020, Econometric Analysis, 8. ed., Pearson, New Jersey Cameron, C.A. and P.K. Trivedi, 2005, Microeconometrics. Methods and Applications, Cambridge University Press Angrist, J. and J.-S. Pischke, 2009, Mostly Harmless Econometrics, Princeton University Press, Princeton, and Oxford. Verbeek, M., 2017, A Guide to Modern Econometrics, 5. ed., Wiley.

1	**Modulbezeichnung** 57134	**People Analytics – Data Science für Human Resources Management**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: People Analytics (4 SWS) People Analytics is organized as a self-study course. People Analytics ist als Selbstlernkurs organisiert.	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Sven Laumer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Sven Laumer
5	**Inhalt**	Decision-making is a critical task for HR departments. They not only must handle the onboarding and offboarding of an employee, but are also responsible for optimizing each stage of the employee life cycle and all the processes related to it. Hence, HR experts seek the help of precise data to determine the best course of action. In small companies, information can be easily collected and organized; however, as companies grow, and their number of employee increases, the challenges of managing a larger workforce begins to surface. Thankfully, technological advancements have brought a new set of tools that HR experts can use to aid their decision making. With the right implementation, companies can measure the effectiveness of their business strategies, optimize resources, and improve the employee experience. In this context, People Analytics is a new concept that has been established in science and in practice, which comprises of the processes of collecting, analyzing, and reporting relevant HR information to make data-driven decisions. The lecture videos are pre-recorded and available via StudOn, but make sure to register via https://kurse.vhb.org/ first. Die Entscheidungsfindung ist eine wichtige Aufgabe für Personalabteilungen. Sie müssen sich nicht nur um das Onboarding und Offboarding eines Mitarbeiters kümmern, sondern sind auch für die Optimierung jeder Phase des Mitarbeiterlebenszyklus und aller damit verbundenen Prozesse verantwortlich. Daher sind die Personalverantwortlichen auf präzise Daten angewiesen, um die beste Vorgehensweise zu bestimmen. In kleinen Unternehmen können Informationen leicht gesammelt und organisiert werden. Wenn das Unternehmen jedoch wächst und die Zahl der Mitarbeiter zunimmt, werden die Herausforderungen der Verwaltung einer größeren Belegschaft immer größer. Glücklicherweise hat der technologische Fortschritt eine Reihe neuer Instrumente hervorgebracht, die HR-Experten bei der Entscheidungsfindung helfen können. Mit der richtigen Implementierung können Unternehmen die Effektivität ihrer Geschäftsstrategien messen, Ressourcen optimieren und die Erfahrungen ihrer Mitarbeiter verbessern. In diesem Zusammenhang ist People Analytics ein neues Konzept, das sich in der Wissenschaft und in der Praxis etabliert hat. Es umfasst die Prozesse der Sammlung, Analyse und Berichterstattung relevanter HR-Informationen, um datengestützte Entscheidungen zu treffen.

		Die Vorlesungsvideos sind voraufgezeichnet und über StudOn verfügbar. Bitte melden Sie sich vorher über die https://kurse.vhb.org/ an.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students should be able to discuss why People Analytics is an important concept in the context of Human Resource Management, and differentiate between the different pillars of PA. Furthermore, they should be able to independently implement a People Analytics projects. Die Studierenden sollen erörtern können, warum People Analytics ein wichtiges Konzept im Kontext des Human Resource Managements ist, und die verschiedenen Säulen von PA unterscheiden können. Darüber hinaus sollen sie in der Lage sein, selbstständig ein People Analytics Projekt durchzuführen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	• Students should have a basic familiarity with data mining and data analytics methods and tools. • Some elementary knowledge of programming in Python and R is recommended. • Die Studierenden sollten mit den Methoden und Werkzeugen des Data Mining und der Datenanalyse grundlegend vertraut sein. • Grundlegende Kenntnisse der Programmierung in Python und R werden empfohlen.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich In this course, students will be evaluated via a project report, where they are expected to answer theoretical research questions with regard to the People Analytics pillars introduced in the second part of the lecture. Furthermore, students are also expected to implement their own data-driven solutions for each of the research questions. Case studies introduced in the lectures serve as a good guidance for this task. In diesem Kurs werden die Studenten anhand eines Projektberichts bewertet, in dem sie theoretische Forschungsfragen in Bezug auf die im zweiten Teil der Vorlesung vorgestellten Säulen der People Analytics beantworten sollen. Darüber hinaus wird von den Studierenden erwartet, dass sie ihre eigenen datengesteuerten Lösungen für jede der Forschungsfragen implementieren. Die in den Vorlesungen vorgestellten Fallstudien dienen als gute Anleitung für diese Aufgabe.
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 0 h Eigenstudium: 150 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Deutsch oder Englisch Englisch
16	**Literaturhinweise**	All relevant material will be provided in StudOn. Alle relevanten Materialien werden in StudOn zur Verfügung gestellt.

1	**Modulbezeichnung** 54650	**Performance management in teams**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: VHB-Kurs "Performance Management in Teams" (2 SWS) Tutorium: Tutorium zum VHB-Kurs "Performance Management in Teams" (0 SWS)	5 ECTS -
3	Lehrende	Dr. Colin Roth Prof. Dr. Klaus Moser	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	Performance management is a comprehensive systematic approach aimed at aligning the performance of groups and individuals with organizational goals and strategy and at achieving continuous improvement. Strategically derived performance indicators and motivational interventions such as goal setting, feedback, and participation are core elements of performance management. This course covers several topics that are relevant for the design of effective performance management systems. Furthermore, by focusing on an evidence-based approach, students will learn how to derive and assess indicators of success and how these contribute to organizational success. In a case study, students will learn how to use the Productivity Measurement and Enhancement System (ProMES) which is already used by practitioners. This course will focus on: • motivational theories and their role for productivity management in organizations • basic knowledge on performance measurement and discussion of critical aspects • practical use and development of an own ProMES system (in groups of students)
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students will learn about theories and approaches of performance assessment in organizations. They will also acquire knowledge concerning the prerequisites of successful productivity management. Furthermore, they will develop a productivity management system on their own and practice how to implement and evaluate organizational interventions that focus on productivity.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Recommended: Basic knowledge of assessment and analytical procedures of the social sciences, basic knowledge of scientific work, willingness to read extensive texts in English, English skills (minimum level: UNICERT II).
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten) Kurztest Fallstudie(n)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%) Kurztest (0%) Fallstudie(n) (0%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 0 h Eigenstudium: 150 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Pritchard, R. D. Weaver, S. J., & Ashwood, E. L. (2012). Applied Psychology Series: Evidence-based productivity improvement: A practical guide to the Productivity Measurement and Enhancement System (ProMES). London: Routledge.

1	**Modulbezeichnung** 53030	**Personalmanagement** Human resources management	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Personalmanagement - Seminar; MIM-3030 (1 SWS) Vorlesung: Personalmanagement Vorlesung (2 SWS)	1 ECTS 4 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	**Inhalt**	1. Personalmanagement als strategischer Erfolgsfaktor der Unternehmungsführung 2. Theorien des Personalmanagements 3. Akteure des Personalmanagements 4. Bedingungen des Personalmanagement 5. Instrumente des Personalmanagement 5.1. Personalbedarfsplanung und deckung 5.2. Personaleinsatz 5.3. Personalentlohnung 5.4. Personalführung 6. Effizienz des Personalmanagement
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können Probleme des Personalmanagements aus rechtlicher, ökonomischer, betriebswirtschaftlicher, organisatorischer, psychologischer und ethischer Sicht analysieren sowie Lösungsvorschläge bewerten und eigenständig entwickeln. Sie können die Auswirkungen des Personalmanagement mit Hilfe anspruchsvoller Methoden der Personalforschung prognostizieren und Gestaltungsempfehlungen ableiten Sie lernen den aktuellen internationalen Forschungsstand zum Personalmanagement kennen und sind in der Lage, theoretische und empirische Studien in diesem Bereich kritisch zu reflektieren.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Sehr gute Deutschkenntnisse (C1)
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 1
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Report Diskussionspapier (6 Seiten, 80% der Modulnote) und Präsentation (20% der Modulnote)
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (20%) Report (80%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Holtbrügge, D.: Personalmanagement, 8. Aufl., Berlin et al., 2022.

1	**Modulbezeichnung** 53162	**Personal selling**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Andreas Fürst
5	**Inhalt**	Die Lehrveranstaltung Personal Selling behandelt folgende Themenbereiche und Kernfacetten: • Erlernen individueller Verkaufsfähigkeiten: Verkaufsprozess-Management, Kundenplanung, Verkaufsgesprächsführung und Achtsamkeit, Verkaufstechniken, Sales Story Tools, Verhandlungstechniken, Abschluss-Chancen und Techniken, Kompetenter Auftritt beim Kunden, Digitaler Verkauf, Social Media Selling, etc. • Angestrebtes Empowerment im Verkauf: Entscheidungskompetenz, Motivation, Fach- und Sozialkompetenz, Management unternehmensinterner Ressourcen zum Kunden, Fokussierung im eigenen Tagesablauf, Beeinflussung der Machtverteilung in der Kundenbeziehung, etc. • Meine Rolle im Verkaufsteam: Arten von Verkaufsteams, Multifunktionale Zusammenarbeit und Schnittstellen im Verkaufsteam, Gestaltung der Teamkultur, kundenorientiertes Multilevel Selling, etc. • Verkaufsbezogene Kommunikation des Marketing-Mix: Kundennutzen, Steigerung der Wertgenerierung, Wettbewerbsvorteile, Optimierung des Share of Wallet bei Kunden, Value Based Selling, Mehrwert-orientierte Gestaltung der Kooperation mit Kunden, Neuro-Sales, Emotional Boosting, Emotionale Optimierung aller Kontaktpunkte zum Kunden-Unternehmen, etc. • Balance im Verkaufsmanagement: Balance der Verkaufsziele, Umsatz versus Profit, Balance der Vertriebsressourcen, Eigeninteressen versus Kundeninteressen, Kundenindividualisierung versus Scale Effects, Reduktion der kundenbezogenen Komplexität, Kunden-Segmentierung und Portfolio, Persönliche Balance der Herausforderungen, Rollenbalance im Verkaufsteam, Kombination von analogem und digitalem Verkauf, Sales Excellence Cockpit, etc.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden verschaffen sich einen umfassenden Überblick über die erfolgsbezogenen Facetten, Herausforderungen und Erfolgsfaktoren im modernen Verkaufsmanagement. Zudem lernen sie die notwendigen verkaufsbezogenen Fähigkeiten in ihrem anvisierten Berufsfeld kennen. Im Rahmen von sehr interaktiven Vorträgen und gegenseitig inspirierenden Diskussionen setzen sich die Studierenden mit den

		Kernfacetten des Verkaufs auseinander und wenden erlernte Methoden und Techniken in Gruppenübungen und Rollenspielen direkt an. Im Rahmen der Erarbeitung eines persönlichen Business Case setzen sich die Studierenden, über die gesamte Lehrveranstaltung hinweg, mit den zentralen Kompetenzen im Personal Selling selbstkritisch auseinander. Sie werden in die Lage versetzt, sowohl ihre eigenen Stärken (insbesondere ihre potenziellen individuellen Talente), als auch ihre persönlichen Verbesserungsmöglichkeiten im Hinblick auf die geforderten Fähigkeiten im Verkaufsmanagement zu erkennen. Diese stellen sie dann den potenziellen Chancen und Risiken in ihrem anvisierten Berufsfeld gegenüber und erarbeiten integrative Schlussfolgerungen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine; Die Teilnehmendenzahl ist begrenzt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminararbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Ausgewählte Fachartikel aus dem Harvard Business Manager und der Zeitschrift Sales Excellence (werden vom Dozenten vor jeder Lehrveranstaltung stetig aktualisiert und den Studierenden als PDF zur Verfügung gestellt)

1	**Modulbezeichnung** 53071	**Personnel economics**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten. Compulsory attendance is required for discussion and feedback processes.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn
5	**Inhalt**	The module addresses key topics of modern personnel economics research, such as hiring, contract design, motivation, training, teamwork, and group incentives.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students acquire specialized knowledge of personnel economics theories and research questions. By preparing short thesis papers and a seminar paper, students learn to evaluate and critically discuss methodological choices and substantive conclusions drawn in recent empirical research papers. Students assess theoretical approaches, applied empirical methods and results of recent research papers. Students present and scrutinize complex facts and results. They discuss the theoretical background, empirical method, and empirical evidence on personnel economics research contributions, discuss presentations of fellow students and provide constructive feedback. Compulsory attendance is required for discussion and feedback processes.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic knowledge of microeconomics and econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle VWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminararbeit schriftlich Seminar paper, thesis papers
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminararbeit (60%) schriftlich (40%) Seminar paper (group work) (60 %), thesis papers (40 %)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Garibaldi, Pietro (2006), Personnel Economics in Imperfect Labour Markets, Oxford Univ. Press.

		Neilson, William S. (2007), Personnel Economics, Pearson Educ. Inc. Lazear, Edward P. (1998), Personnel Economics, MIT Press. Selected research papers.

1	**Modulbezeichnung** 56080	**Praxisseminar** Practical seminar	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Praxisseminar (SWS)	5 ECTS
3	Lehrende		

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	**Inhalt**	Das Praxisseminar beinhaltet die eigenständige Bearbeitung einer praxisbezogenen Aufgabenstellung (in der Regel in Kooperation mit einem Praxispartner).
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Im Praxisseminar zeigen die Studierenden, dass sie in der Lage sind, ihre zuvor erworbenen theoretischen und methodischen Kompetenzen eigenständig auf eine praxisrelevante Aufgabenstellung anzuwenden. Hierbei müssen die Studierenden eigenständig die Strukturierung, Analyse, Bewertung und Entwicklung einer wissenschaftlich und methodisch fundierten Lösung zur Aufgabenstellung erarbeiten. Die Studierenden sind in der Lage, mithilfe ihres spezialisierten und vertieften Fachwissens Ideen und Konzepte zur Lösung dieses wissenschaftlichen Problems zu entwickeln. Dabei müssen sich die Studierenden neben aktuellen und sehr spezifischen Marketingkenntnissen auch Fachkenntnisse angrenzender Disziplinen (z.B. Wirtschaftsinformatik u.v.w.) eigenständig erschließen. Die Studierenden führen das Projekt auf der Basis breiter und spezialisierter Forschungsmethodik durch. Die Lernprozesse können sie dabei selbständig gestalten, reflektieren und methodsch erweitern.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Nach Maßgabe der anbietenden Lehrstühle. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Kernbereich gehört, vorranging behandlet. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalität auf der Hompage des Lehrstuhls.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;3;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminararbeit+Vortrag
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminararbeit+Vortrag (100%)
12	**Turnus des Angebots**	Unregelmäßig
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 55521	**Praxisseminar mit Prof. Dr. Heinrich v. Pierer** Practical seminar with Prof. Dr. Heinrich v. Pierer	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Praxisseminar mit Prof. Dr. Heinrich v. Pierer (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Prof. Dr. Heinrich Pierer Michael Mertel	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	**Inhalt**	In dem Seminar erarbeiten die Studierenden zu wechselnden Rahmenfragestellungen in Gruppen eigenständig Seminararbeiten deren Ergebnisse im Rahmen von zwei Blockterminen vorgetragen, verteidigt und diskutiert werden.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erarbeiten in Gruppen weitgehend selbstgesteuert und autonom Analysen zu komplexen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen. Hierzu führen die Studierenden Dokumentanalysen und Literaturrecherchen durch und entscheiden weitgehend eigenständig über die zu verwendenden Analysemethoden. Das Ziel ist die Erarbeitung, Strukturierung und Darstellung von detailliertem und spezialisiertem Wissen auf dem aktuellen Erkenntnisstand zu der jeweils ausgeschriebenen Fragestellung. Die erarbeiteten Ergebnisse werden anschließend gemeinsam von der Gruppe in dem Seminar vertreten und vor Fachvertretern verteidigt. Durch die Bearbeitung der Fallstudien in Kleingruppen wird das Übernehmen herausgehobener Verantwortung sowie die fachliche Weiterentwicklung der Studierenden gefördert.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;3;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (70%) Präsentation (30%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Kursspezifische Literatur.

1	**Modulbezeichnung** 54011	**Principles of marketing I**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Marketing Theorie (Master) (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer
5	**Inhalt**	Es werden die unterschiedlichen theoretischen Ansätze in der Marketingforschung vorgestellt. Inhaltliche Schwerpunkte sind u. a. wissenschaftstheoretische Grundlagen und Theorien zum Konsumentenverhalten.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können wissenschaftliche Grundlagen sowie spezialisiertes und vertieftes Fachwissen zu den theoretischen Ansätzen und Modellen der Marketingforschung unterscheiden, erläutern und anwenden. Im Besonderen können die Studierenden in kritischer Weise Theorien, Terminologien, Besonderheiten, Grenzen und Lehrmeinungen der Marketingforschung erläutern und reflektieren. Weiterhin können eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher Probleme entwickelt werden, um spezifische Problemstellungen im Marketing zu bearbeiten.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L., C., Piercy, N. J. (2022): Grundlagen des Marketing, 8. Aufl., Hallbergmoos. Kroeber-Riel, W., Gröppel-Klein, A. (2019): Konsumentenverhalten, 11. Aufl., München. Kuß, A. (2013): Marketing-Theorie Eine Einführung, 3. Aufl., Wiesbaden.

1	**Modulbezeichnung** 54262	**Principles of marketing II**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Produkt- und Preismanagement (2 SWS) Übung: Produkt- und Preismanagement ÜB (1 SWS)	5 ECTS -
3	Lehrende	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	**Inhalt**	Das Modul vermittelt sowohl wissenschaftliche Grundlagen als auch spezialisiertes und vertieftes Fachwissen aus den Bereichen Produkt- und Preismanagement. Der Inhalt orientiert sich an der aktuellen Marketingforschung und bezieht empirische Forschungserkenntnisse ein. Studierende erhalten ein vertieftes Verständnis für die Aspekte des Produkt- und Preismanagements und deren Besonderheiten. Außerdem werden Kenntnisse über die praktische Anwendung des Produkt- und Preismanagements sowie Implikationen für Unternehmen vermittelt. Produktmanagement beschäftigt sich insbesondere mit: • Grundlegenden Aspekten des (digitalen) Produktmanagements • Innovationsmanagement • Projektmanagement • Management etablierter Produkte • Markenmanagement Preismanagement behandelt: • Allgemeine Grundlagen des Preismanagements • Grundlagen der klassischen Preistheorie • Verhaltenswissenschaftliche Grundlagen • Preisbestimmung • Preisdurchsetzung
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können in vertiefter und kritischer Weise Konzepte, Theorien, Besonderheiten und Methoden aus den Bereichen Produkt- und Preismanagement erläutern, anwenden und bewerten. Auf Grundlage ihres Wissens sind die Studierenden dazu befähigt, mögliche Problemfelder in den beiden Bereichen selbständig zu identifizieren und eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher und beruflicher Probleme zu entwickeln und diese mit Blick auf deren Bedeutung und Auswirkung zu hinterfragen. Zudem sind die Studierenden in der Lage, eigenständig zu entscheiden, welche quantitativen Methoden aus den Bereichen Produkt- und Preismanagement für welche Fragestellungen geeignet sind und diese Methoden anwenden. Dafür müssen sie die Eignung und Voraussetzungen zur Anwendung der Methode unter Berücksichtigung alternativer Methoden beurteilen sowie die Methode adäquat anwenden.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3

9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Leistungsschein Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Leistungsschein (0%) Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 50 h Eigenstudium: 100 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Diller, H. (2021), Pricing: Prinzipien und Prozesse der betrieblichen Preispolitik, 5. Aufl., Stuttgart. Homburg, Ch. (2020), Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, 7. Aufl., Wiesbaden. Monroe, K. B. (2003), Pricing - Making Profitable Decisions, 3rd ed., Boston. Simon, H., Fassnacht, M. (2016), Preismanagement - Strategie, Analyse, Entscheidung, Umsetzung, 4. Aufl., Wiesbaden.

1	**Modulbezeichnung** 54052	**Principles of marketing IV**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Marketingseminar (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	**Inhalt**	Die Studierenden arbeiten sich in eine aktuelle Fragestellung in der Marketingforschung ein (z.B. auf den Gebieten Marktforschung, Preismanagement, Produkt- und Innovationsmanagement und Konsumentenverhalten).
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können weitgehend eigenständig Forschungsfragen mit Hilfe qualitativer oder quantitativer Methoden beantworten. Die Studierenden können sich eigenständig Wissen über wissenschaftliche Fachthemen erschließen und dieses anwenden. Sie können wissenschaftliche Studien aus international referierten Marketingjournals kritisch reflektieren und Studienergebnisse in den Gesamtkontext einordnen sowie deren Beitrag zur wissenschaftlichen Forschung gewichten. Die Studierenden können eigenständige Ideen zur Lösung wissenschaftlicher Probleme entwickeln und verteidigen. Die Studierenden können die Ergebnisse ihrer Ausarbeitungen auf einem wissenschaftlichen Niveau präsentieren und bereichsspezifische wie auch übergreifende Diskussionen führen. Die Studierenden können im Hinblick auf die Anfertigung der Masterarbeit Ziele für die eigene Entwicklung definieren sowie eigene Stärken und Schwächen reflektieren.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Studien- und Prüfungsleistungen aller Pflichtmodule des 1. Semesters erfolgreich erbracht. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Pflichtbereich gehört, vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls. **Das Marketingseminar wird regelmäßig im Wintersemester angeboten, vereinzelt auch im Sommersemester.**
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3;2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminararbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Englisch
16	**Literaturhinweise**	Literaturangaben erfolgen durch den Lehrstuhl vor Beginn des Semesters.

1	**Modulbezeichnung** 54062	**Principles of marketing V**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Marketingseminar (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Andreas Fürst	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Andreas Fürst
5	**Inhalt**	Die Studierenden arbeiten sich in eine aktuelle Fragestellung in der Marketingforschung ein (z.B. auf den Gebieten Kundenmanagement, Industriegütermarketing und Vertriebspolitik).
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können weitgehend eigenständig Forschungsfragen mit Hilfe qualitativer oder quantitativer Methoden beantworten. Die Studierenden können sich eigenständig Wissen über wissenschaftliche Fachthemen erschließen und dieses anwenden. Sie können wissenschaftliche Studien aus international referierten Marketingjournals kritisch reflektieren und Studienergebnisse in den Gesamtkontext einordnen sowie deren Beitrag zur wissenschaftlichen Forschung gewichten. Die Studierenden können eigenständige Ideen zur Lösung wissenschaftlicher Probleme entwickeln und verteidigen. Die Studierenden können die Ergebnisse ihrer Ausarbeitungen auf einem wissenschaftlichen Niveau präsentieren und bereichsspezifische wie auch übergreifende Diskussionen führen. Die Studierenden können im Hinblick auf die Anfertigung der Masterarbeit Ziele für die eigene Entwicklung definieren sowie eigene Stärken und Schwächen reflektieren.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Studien- und Prüfungsleistungen aller Pflichtmodule des 1. Semesters erfolgreich erbracht. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Pflichtbereich gehört, vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls. **Das Marketingseminar wird regelmäßig im Wintersemester angeboten, vereinzelt auch im Sommersemester.**
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminararbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Englisch
16	**Literaturhinweise**	Literaturangaben erfolgen durch den Lehrstuhl vor Beginn des Semesters.

1	**Modulbezeichnung** 54072	**Principles of marketing VI**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Hauptseminar: Marketingseminar (Master) (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer
5	**Inhalt**	Die Studierenden arbeiten sich in eine aktuelle Fragestellung der Marketingforschung ein (z.B. auf den Gebieten Dienstleistungsmarketing, Finanzdienstleistungsmarketing, Kunden- und Vertriebsmanagement).
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können weitgehend eigenständig Forschungsfragen mit Hilfe qualitativer oder quantitativer Methoden beantworten. Die Studierenden können sich eigenständig Wissen über wissenschaftliche Fachthemen erschließen und dieses anwenden. Sie können wissenschaftliche Studien aus international referierten Marketingjournals kritisch reflektieren und Studienergebnisse in den Gesamtkontext einordnen sowie deren Beitrag zur wissenschaftlichen Forschung gewichten. Die Studierenden können eigenständige Ideen zur Lösung wissenschaftlicher Probleme entwickeln und verteidigen. Die Studierenden können die Ergebnisse ihrer Ausarbeitungen auf einem wissenschaftlichen Niveau präsentieren und bereichsspezifische wie auch übergreifende Diskussionen führen. Die Studierenden können im Hinblick auf die Anfertigung der Masterarbeit Ziele für die eigene Entwicklung definieren sowie eigene Stärken und Schwächen reflektieren.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Studien- und Prüfungsleistungen aller Pflichtmodule des 1. Semesters erfolgreich erbracht. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Pflichtbereich gehört, vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls. **Das Marketingseminar wird regelmäßig im Wintersemester angeboten, vereinzelt auch im Sommersemester.**
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminararbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h

14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Englisch
16	**Literaturhinweise**	Literaturangaben erfolgen durch den Lehrstuhl vor Beginn des Semesters.

1	**Modulbezeichnung** 53930	**Prüfungstechnik** Auditing rules and standards	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Prüfungstechnik (Master) (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Peter Bömelburg	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Peter Bömelburg
5	**Inhalt**	Inhalte der Veranstaltung sind Theorie und Praxis der Durchführung von Prüfungen, insbesondere Abschlussprüfungen. Dazu gehören Prüfungsarten im Überblick, Berufsrecht, Vorgaben zur Abschlussprüfung nach HGB und internationalen Standards, Planung und Durchführung der Abschlussprüfung, Qualitätssicherung, Besonderheiten der Konzernabschlussprüfung, Einsatz von IT bei der Prüfung.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden verfügen in diesen Bereichen über umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand einschließlich der praktischen Anwendung sowie eines kritischen Verständnisses der Theorien und Methoden. Die Studierenden können dieses Wissen kombinieren und zur umfassenden Beurteilung von konkreten Situationen aus der Praxis anwenden. Dazu gehört es auch, die erforderlichen Informationen zu beschaffen, Analysemodelle zu entwickeln, erforderliche Auswertungen auszuwählen, Vergleiche vorzunehmen, das Gesamtergebnis zu begründen und verteidigen sowie die Belastbarkeit der Ergebnisse zu hinterfragen.Sie beherrschen Software zur Unterstützung des Prüfungsprozesses. Diese Kompetenz wird im Rahmen eines Tutoriums durch Übungen am PC mit speziell installierter Software vermittelt. Dazu ist die Anwesenheit notwendig.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;3;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 57455	**Regeneration and sustainable development**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	**Inhalt**	The seminar provides content on the basics of regenerative practices across different industries and context. The course is divided into three general blocks. The first block of sessions will provide context into the importance of regeneration considering the limitations of currents frameworks such as corporate philanthropy, corporate social responsibility and corporate sustainability management. The second block of sessions will concentrate in understanding the regenerative principles, the importance of socio-ecological systems and circularity. The third block of sessions will focus on analysing regeneration/ circularity in practice by looking at: i) Innovative business models that include regenerative practices and/or circularity ii) Transitions towards regeneration in agrofood systems. iii) Industrial ecology and circular practices iv) Risk management practices for climate change Students will have a mid term presentation and final presentation where they will have identify an innovative business model that integrates regeneration/circularity. In addition, they will have to document in detail the aspects of the model.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	At the end of the seminar students will be able to: • Criticize and frame the limits of our current system • Articulate the root causes of todays wicked problems • Describe the underlying principles of regeneration and circularity • Define characteristics of regenerative and circular enterprises • Contrast traditional enterprises with innovative business/ practices models based on regeneration and/circularity
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Previous courses on sustainability management are recommended but not required.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (50%) Präsentation (50%)

12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	All necessary materials will be provided via StudOn

1	**Modulbezeichnung** 52930	**Seminar: Behavioral economics 1**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Seminar Behavioral Economics 1 (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Veronika Grimm Xiaoyu Zhou	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Veronika Grimm
5	**Inhalt**	The seminar sheds light on various issues in market and institution design focusing on selected applications. Market and institution design applies methods of game theory and (behavioral) economics to develop effective market rules. In this seminar, the focus will lie on market rules of various markets such as labor-markets or markets in the sector of health or public economics. In different market environments, phenomena like trust, social preferences, or bounded rationality are important. Understanding these aspects is of key importance for specifying the details of a particular market environment. In the seminar, we will analyse the peculiarities of selected markets and their implications for the effective organization of those markets from a theoretical and/or behavioural perspective.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students • Analyze the peculiarities of markets and their operating mode within the frame of complex theoretic and behavioral models, • Discuss the validity of those models based on experimental or empirical studies, • Evaluate, based on the literature, different market and institution designs, • Autonomously analyze complex questions and develop solution concepts • Are able to write a relevant theoretic or empirical scientific essay, • Develop their presentation skills.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Solid knowledge of microeconomics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;3;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	mündlich Präsentation Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	mündlich (20%) Präsentation (30%) Seminararbeit (50%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h

14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Changing recent scientific literature

1	**Modulbezeichnung** 52990	**Seminar energy markets**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Seminar Energy Markets (4 SWS) Seminar: Seminar Energy Markets (4 SWS)	5 ECTS 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Karl Gregor Zöttl Prof. Dr. Mario Liebensteiner Prof. Dr. Veronika Grimm	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Veronika Grimm Prof. Dr. Mario Liebensteiner Ulrike Pfefferer Prof. Dr. Karl Gregor Zöttl
5	**Inhalt**	It is the purpose of the seminar to deepen the understanding of the economic interaction of the players and institutions in liberalized energy markets. The participants learn and develop the tools for an autonomous economic assessment of currently discussed policies in liberalized electricity markets (e.g. changed support schemes for renewables, changed network tariff systems, impact of capacity markets). In cooperation with experts from the industry, students are also confronted with the practitioners perspective which requires a more detailed application of the economic concepts employed. The course aims at students in the field of economics /business as well as students in the fields of engineering and mathematics. In the final workshop, all Students present and mutually discuss their results together with practitioners from the industry. The ability to communicate also beyond the classical limits of each discipline is an important qualification for the students careers, which should be stimulated in the context of this seminar. Language of the course in the summer term is German (due to cooperation with practice partners), and in the winter term English.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The students • learn fundamental concepts and models which allow to analyze the economic interaction at energy markets, • Learn to autonomously apply those methods, • Conceptualize coherent analysis of current policy discussion of how to design energy markets, • In close exchange with a practitioner from industry, learn to apply in meaningful way the conceptual analysis and discussions to real world problems. • Develop their presentation skills.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	The students should be familiar with the mathematical methods acquired during their Bachelor degree. Admission requirements for Winter Term (at least one of the follwoing courses must have been passed): Economics of Climate Change

		Quantitative Methods in Energy Market Modelling Empirical Environmental Economics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Summer Term: German (due to cooperation with practice partners), Winter Term: English
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	mündlich Seminararbeit Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	mündlich (20%) Seminararbeit (50%) Präsentation (30%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Englisch
16	**Literaturhinweise**	Daniel Kirschen and Goran Strbac: Power System Economics, Wiley 2004. Steven Stoft: Power System Economics, Wiley 2002. Wolfgang Ströbele, Wolfgang Pfaffenberger, Michael Heuterkes: Energiewirtschaft, Oldenbourg 2010.

1	**Modulbezeichnung** 52950	**Seminar: Public economics 1**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Thiess Büttner Prof. Dr. Sarah Necker Prof. Dr. Matthias Wrede
5	**Inhalt**	Topics in Public Economics
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students • study selected parts of the academic literature in public economics (mostly from scientific journals) and learn how to deal with this literature • learn how to identify relevant contributions in large bodies of economic literature • learn about current approaches and methods in public economics • learn how to read economic papers and to evaluate and assess contributions, regarding both theory and empiry • learn how to draw conclusions from the academic literature in terms of policy implications and critically analyse these findings • learn how to structure and write an academic thesis in economics expand their skillset in presenting research and presentation techniques and actively participate in academic discussion
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	All techniques and methods that are part of the curriculum in the first semester
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Will be provided together with the topic announcements.

1	**Modulbezeichnung** 52960	**Seminar: Public economics 2**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Seminar Public Economics (3 SWS)	-
3	Lehrende	William Dean Annalisa Tassi Prof. Dr. Thiess Büttner	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Thiess Büttner Prof. Dr. Sarah Necker Prof. Dr. Matthias Wrede
5	**Inhalt**	Topics in Public Economics
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students • study selected parts of the academic literature in public economics (mostly from scientific journals) and learn how to deal with this literature • learn how to identify relevant contributions in large bodies of economic literature • learn about current approaches and methods in public economics • learn how to read economic papers and to evaluate and assess contributions, regarding both theory and empiry • learn how to draw conclusions from the academic literature in terms of policy implications and critically analyse these findings • learn how to structure and write an academic thesis in economics • expand their skillset in presenting research and presentation techniques and actively participate in academic discussion
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	All techniques and methods that are part of the curriculum in the first semester
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch

16	**Literaturhinweise**	Will be provided together with the topic announcements.

1	**Modulbezeichnung** 55511	**Seminar zum Genossenschaftswesen** Seminar on cooperatives	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	**Inhalt**	Im Rahmen des Moduls wird in Kooperation mit dem Genossenschaftsverband Bayern die Genossenschaft als besondere Form der Unternehmung näher betrachtet. Ziel der Veranstaltung ist es sowohl die Bedeutung und Entwicklung der Genossenschaften aufzuzeigen, als auch auf aktuelle Forschungs- und Praxisprobleme tiefergehend einzugehen. Neben einem einführenden Teil (in Vorlesungsform), der insbesondere das Genossenschaftswesen und seine Besonderheiten aus der theoretischen Perspektive näher erläutert, ist die eigenständige Bearbeitung und Präsentation einer zuvor definierten praxisrelevanten Fragestellung weiterer Bestandteil des Seminars.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Im Rahmen des Moduls erhalten die Studierenden einen tiefergehenden Einblick in die aktuellen Problemfelder und Herausforderungen von genossenschaftlichen Unternehmen und verfügen somit über ein spezialisiertes und detailliertes Wissen über das Genossenschaftswesen. Durch erworbene analytische und konzeptionelle Fertigkeiten sind sie ferner in der Lage komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen eigenständig zu bearbeiten und die richtigen Methoden und Strukturierungsansätze zur Bewältigung dieser Aufgaben zu finden und erfolgreich anzuwenden. Konkret entwickeln die Studierenden insbesondere die Fähigkeit: • die besonderen Planungs- und Gestaltungsprobleme von Genossenschaften zu verstehen • nach relevantem Wissen und Informationen zu recherchieren, diese zu bewerten, zu verdichten und zu strukturieren sowie - die geeigneten strategischen Analyseinstrumente und -methoden zur Bewältigung des konkreten Praxisproblems zu finden, diese zielführend anzuwenden sowie • Handlungsalternativen aufzuzeigen. Durch die Zusammenarbeit im Team sind die Studierenden ferner in der Lage: • zielorientiert mit anderen zusammenzuarbeiten und vernetzt zu denken, • sich rational und verantwortungsbewusst mit Interessens- und Kommunikationskonflikten im Rahmen der Gruppenarbeit auseinanderzusetzen, aber auch mit Unterschieden in Denk- und Handlungsmustern umzugehen • in klarer und eindeutiger Weise die gewonnenen Erkenntnisse sprachlich und visuell zu vermitteln sowie überzeugend zu präsentieren

		• sowie komplexe fachbezogene Probleme und Lösungen gegenüber Dritten argumentativ zu vertreten
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (50%) Hausarbeit (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Kursspezifische Literatur

1	**Modulbezeichnung** 55850	**Seminar zur Arbeitsmarktsoziologie** Seminar in labor market sociology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Seminar zur Arbeitsmarktsoziologie (2 SWS) ***Es besteht Anwesenheitspflicht.***	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Hans Dietrich	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham
5	**Inhalt**	• Vertiefung zentraler Theorien, Methoden und Themenfelder der Arbeitsmarktsoziologie • Eigenständig Erarbeitung von Themenfeldern, Forschungsfragen und Forschungsdesigns
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben vertiefte Kenntnisse über Arbeitsmarktsoziologie, d.h. den Zusammenhang gesellschaftlicher Rahmenbedingungen und Prozesse des Arbeitsmarktes • erwerben Kompetenz, Forschungsfragen in diesem Bereich anhand von Literatur und Daten eigenständig zu analysieren • erwerben vertiefte Kompetenz zur kritischen Beurteilung von politischen Programmen und Maßnahmen im Bereich des Arbeitsmarktes
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundlegende Kenntnisse der Arbeitsmarktsoziologie
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Referat
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (100%) Referat (0%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Abraham, Martin, und Thomas Hinz (Hrsg.) (2018): Arbeitsmarktsoziologie. 3. Aufl., Opladen: Westdeutscher Verlag.

1	**Modulbezeichnung** 56180	**Seminar zur Bildungssoziologie** Seminar in sociology of education	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Seminar zur Bildungssoziologie (2 SWS) ***Es besteht Anwesenheitspflicht.***	5 ECTS
3	Lehrende	Martin Völker Dr. Jacqueline Kroh	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	• Vertiefung zentraler Theorien, Methoden und Themenfelder der Bildungssoziologie • Eigenständige Erarbeitung von Themenfeldern, Forschungsfragen und Forschungsdesigns
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • haben vertiefte Kenntnisse der Bildungssoziologie, d.h. über den Zusammenhang zwischen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, dem Bildungssystem und wirtschaftlichen Prozessen • besitzen die Kompetenz, Forschungsfragen in diesem Bereich anhand von Literatur eigenständig zu analysieren • besitzen die Kompetenz, die Anwendung von Methoden und Daten auf eigene Forschungsfragen zu diskutieren • erwerben vertiefte Kompetenz zur kritischen Beurteilung empirischer Evidenz im Bereich der soziologischen Bildungsforschung • erwerben vertiefte Kompetenz zur Diskussion von Strategien zur Steuerung des Bildungssystems und seiner Organisationen aus bildungssoziologischer Perspektive
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat (0%) Hausarbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Kopp, Johannes (2009) Bildungssoziologie. Eine Einführung anhand empirischer Studien. Wiesbaden: VS Verlag

1	**Modulbezeichnung** 52270	**Seminar zur Organisationspsychologie** Seminar in organizational psychology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Im aktuellen Semester werden keine Lehrveranstaltungen zu dem Modul angeboten. Für weitere Auskünfte zum Lehrveranstaltungsangebot kontaktieren Sie bitte die Modul-Verantwortlichen.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	• wechselnde Themen und Schwerpunkte. • Auseinandersetzung mit theoretischen Grundlagen und konkreten Instrumenten der Personalarbeit, der Arbeitspsychologie und der Organisationsentwicklung aus psychologischer (verhaltenswissenschaftlicher) Sicht
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden demonstrieren ihren souveränen Umgang mit der einschlägigen Fachliteratur und organisationspsychologischen Theorien und Methoden. Die Studierenden erwerben fundierte Kenntnisse über Theorien und Methoden der Personalarbeit, der Arbeitspsychologie und der Organisationsentwicklung. Sie können die operativen Fragen und Methoden in das strategische Management eines Unternehmens einordnen. Sie können die bearbeiteten Theorien, Methoden und Verfahren kritisch reflektieren, beurteilen und anwenden. Sie lernen, wie Methoden und Instrumente entwickelt und rigoros evaluiert werden können.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungsmethoden und von Korrelations- und Regressionsrechnung bzw. Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie, Präsentationstechniken, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher (meistens englischsprachiger) Materialien, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (100%) Präsentation (0%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Schuler, H. & Moser, K. (Hrsg.) (2014). Lehrbuch Organisationspsychologie (5. Auflage). Bern: Huber. Schuler, H: & Kanning, U. P. (Hrsg.) (2014), Lehrbuch der Personalpsychologie (3. Auflage). Göttingen: Hogrefe. Ulich, E. (2011). Arbeitspsychologie. Stuttgart: Poeschel. Hacker, W. (1998). Allgemeine Arbeitspsychologie. Bern: Huber. Aktuelle Jahrgänge der Zeitschriften Journal of Applied Psychology, Journal of Occupational and Organizational Psychology und Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie

1	**Modulbezeichnung** 55860	**Seminar zur Wirtschaftssoziologie** Sociology of economics	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten. ***Es besteht Anwesenheitspflicht.***	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	• Vertiefung zentraler Theorien, Methoden und Themenfelder der Wirtschaftssoziologie • Eigenständige Erarbeitung von Themenfeldern, Forschungsfragen und Forschungsdesigns
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • haben vertiefte Kenntnisse über den Zusammenhang zwischen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und wirtschaftlichen Prozessen • besitzen umfassende Kompetenz, Forschungsfragen in diesem Bereich anhand von Literatur und Daten eigenständig zu analysieren • erwerben vertiefte Kompetenz zur kritischen Beurteilung von politischen Programmen und Maßnahmen im Bereich der Wirtschaft • verfügen über vertiefte Kenntnisse zur Beurteilung und Anwendung von Strategien zur Steuerung von Organisationen im Wirtschaftsprozess
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat (0%) Hausarbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Portes, Alejandro (2010) Economic Sociology. A systematic inquiry. Princeton, NJ: Princeton University Press. Smelser, Neil, and Richard

		Swedberg (Eds.). 2005. The Handbook of Economic Sociology. Second Edition. New York: Russell Sage Foundation.

1	**Modulbezeichnung** 57176	**Semiparametric methods in econometrics and applications**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Semiparametric Methods in Econometrics and Applications (2 SWS) (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Bernd Fitzenberger Leonie Wicht	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Bernd Fitzenberger
5	**Inhalt**	This course presents nonparametric and semiparametric regression techniques which are part of the tool set of modern microeconometric methods and applications. The course covers saturated OLS regression, kernel density estimation, nonparametric regression, partially linear models, semiparametric selection models, inverse probability weighting, penalized regression models as well as parametric and nonparametric quantile regression as basic tools. These methods are used for cross-section data and longitudinal data. Students will familiarize themselves with applying the methods based on selected applications in economic research papers.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students • learn how to learn to think of regression as modelling conditional expectations and features of conditional distribution • learn how that there is a bias and variance trade-off between choosing a flexible regression specification and obtaining precise estimates in light of the curse-of-dimensionality • learn that flexible regression methods require the choice of tuning parameters and how to use statistical approaches to choose the tuning parameters • learn how semiparametric methods are applied in real world econometric studies
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Master level Einführung in die Ökonometrie (Introduction into econometrics) (mandatory) and a further course (recommended) in microeconometrics such as Panel and Evaluation Methods or Mikroökonometrie und Maschinelles Lernen.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Pagan, A. and A. Ullah (1999): Nonparametric Econometrics, Cambridge University Press. Wooldridge, J. M. (2010): Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data. 2nd edition, Cambridge, MA: MIT Press.

1	**Modulbezeichnung** 57241	**Service innovation**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Kathrin Möslein Prof. Dr. Angela Roth
5	**Inhalt**	Services now account for over 80% of all transactions in developed economies, but typically receive much less R&D attention than products. Developing service innovations demands a clear strategy from businesses with four interlocking core elements: search, selection, implementation and evaluation of innovative concepts. If even one of these phases is not been clearly thought through, the entire innovation process is likely to collapse. This course focuses on successful approaches, methods, tools and efforts to develop service innovations.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The students can: • learn about items, notions, characteristics and special features in innovation management for services, service design methods and cases. • learn to judge and discuss innovation management tasks and alternative solutions with respect to the specialties of services. • experience methods of service design by themselves in interactive lectures, gain a feeling for suitable methods and learn to reflect different effects. • apply their knowledge and competences in solving cases and thereby analyze selected issues of managing, developing and innovating services. • work together in international small work groups, present their results in English, give feedback to other students work and discuss different solution approaches.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	• Basic understanding of product and service business processes • General knowledge on management and strategy • Openness to work interactively and in interdisciplinary and international teams
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (30%) Seminararbeit (70%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Specific literature will be listed in the course

1	**Modulbezeichnung** 53800	**Sonderbilanzen und Sonderprüfungen** Accounting and auditing for special events	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Sonderbilanzen und Sonderprüfungen (Master / Vorlesung) (2 SWS) Übung: Sonderbilanzen und Sonderprüfungen (Master / Übung) (1 SWS)	5 ECTS -
3	Lehrende	Prof. Dr. Klaus Henselmann	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Henselmann
5	**Inhalt**	Gegenstand der Veranstaltung sind Situationen, in denen die Aufstellung einer Sonderbilanz oder eine Sonderprüfung des Unternehmens verpflichtend zu erfolgen hat oder freiwillig erfolgen kann. Hierzu gehören u.a. Gründung, Kapitalbeschaffung, Kauf und Verkauf, Börseneinführung, Unternehmenskrisen, Insolvenz, Sanierung, Strukturänderungen sowie Auseinandersetzung und Liquidation.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden verfügen in diesen Bereichen über umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand einschließlich der praktischen Anwendung sowie eines kritischen Verständnisses der Theorien und Methoden. Dazu gehören sowohl die Lösungen nach HGB als auch nach IFRS einschließlich eines Verständnisses von Unterschieden und Gemeinsamkeiten. Die Studierenden sind in der Lage die Aussagekraft der Rechnungslegung nach HGB und IFRS in Hinblick auf eine Abbildung der Realität zu beurteilen und die momentan geltenden Rechtsnormen kritisch zu hinterfragen. Die Studierenden können dieses Wissen kombinieren und zur umfassenden Beurteilung von konkreten Unternehmen aus der Praxis anwenden. Dazu gehört es auch, die erforderlichen Informationen zu beschaffen, Analysemodelle zu entwickeln, erforderliche Auswertungen auszuwählen, Vergleiche vorzunehmen, das Gesamtergebnis zu begründen und verteidigen sowie die Belastbarkeit der Ergebnisse zu hinterfragen. Die Studierenden können zugehörige Dokumente und Rechenwerke selbst erstellen oder ihnen vorgelegte Dokumente und Rechenwerke analysieren, beurteilen und die getroffenen Annahmen hinterfragen. [Die Studierenden können demnach Werturteile abgeben, Vergleiche heranziehen und richtige Schlussfolgerungen ziehen, Prognosen erstellen und die eigenen Aussagen rechtfertigen, komplexe Problemstellungen erkennen und auf Basis der gewonnenen Erfahrung analysieren.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse der handelsrechtlichen und internationalen Rechnungslegung
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 55960	**Spatial economics**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Matthias Wrede
5	**Inhalt**	Urban Economics, Trade, Mobility, and Agglomeration, Spatial Concentration, Regional Policy
6	**Lernziele und Kompetenzen**	After successful completion of this course, • Students are able to describe and to internationally compare the regional patterns of major economic activities in terms of stylized facts. • Students are able to present, interpret, and discuss selected theories in regional and urban economics. • Students are able to apply and assess selected empirical methods in spatial economics. • Students are able to assess empirical tests of selected hypotheses from theories in regional and urban economics to evaluate and critically examine their informative value. • Students are able to discuss and evaluate regional political implications of selected economic theories in regional and urban economics. • Students will assess, evaluate and discuss selected recent research papers in English.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Microeconomics and Econometrics I recommended
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten) Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (80%) Präsentation (20%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Will be announced in the course.

1	**Modulbezeichnung** 53500	**Spezialfragen der Rechnungslegung** Advanced financial accounting	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Henselmann
5	**Inhalt**	Gegenstand der Veranstaltung ist die Behandlung komplexer Bilanzierungssachverhalte in der Rechnungslegung nach HGB und IFRS. Hierzu gehören u.a. die Abgrenzung von Eigen- und Fremdkapital, die Bilanzierung von Finanzinstrumenten sowie Sicherungsgeschäften, Pensionszusagen, Leasingverhältnisse und anteilsbasierte Vergütungsformen.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden verfügen in diesen Bereichen über umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand einschließlich der praktischen Anwendung sowie eines kritischen Verständnisses der Theorien und Methoden. Dazu gehören sowohl die Lösungen nach HGB als auch nach IFRS einschließlich eines Verständnisses von Unterschieden und Gemeinsamkeiten. Die Studierenden sind in der Lage, die Aussagekraft der Rechnungslegung nach HGB und IFRS in Hinblick auf eine Abbildung der Realität zu beurteilen und die momentan geltenden Rechtsnormen kritisch zu hinterfragen. Die Studierenden können dieses Wissen kombinieren und zur umfassenden Beurteilung von konkreten Unternehmen aus der Praxis anwenden. Dazu gehört es auch, die erforderlichen Informationen zu beschaffen, Analysemodelle zu entwickeln, erforderliche Auswertungen auszuwählen, Vergleiche vorzunehmen, das Gesamtergebnis zu begründen und verteidigen sowie die Belastbarkeit der Ergebnisse zu hinterfragen. Die Studierenden können zugehörige Dokumente und Rechenwerke selbst erstellen oder ihnen vorgelegte Dokumente und Rechenwerke analysieren, beurteilen und die getroffenen Annahmen hinterfragen. [Die Studierenden können demnach Werturteile abgeben, Vergleiche heranziehen und richtige Schlussfolgerungen ziehen, Prognosen erstellen und die eigenen Aussagen rechtfertigen, komplexe Problemstellungen erkennen und auf Basis der gewonnenen Erfahrung analysieren.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse der handelsrechtlichen und internationalen Rechnungslegung
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)

11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 58021	**Spezielle Kommunikationswissenschaft II** Advanced communication research II	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Zu diesem Modul sind keine Lehrveranstaltungen oder Lehrveranstaltungsgruppen hinterlegt!	
3	Lehrende	Zu diesem Modul sind keine Lehrveranstaltungen und somit auch keine Lehrenden hinterlegt!	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Adrian Meier Prof. Dr. Reimar Zeh
5	**Inhalt**	Die Seminare Spezielle Kommunikationswissenschaft vertiefen einen aktuellen Forschungsschwerpunkt der Kommunikationswissenschaft. Mögliche Schwerpunkte liegen bspw. in den Bereichen: • Kommunikation & Technologie • Medienpsychologie • Medieninhaltsforschung • Medienrezeptionsforschung • Medienwirkungsforschung • Medienwandel & -innovationen • Medien, Kommunikation & (psychische) Gesundheit • Medien, Kommunikation & Arbeitswelt • Medien, Kommunikation & Umwelt/Klima • Politische Kommunikation • Unternehmenskommunikation/PR • Wissenschaftskommunikation
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben vertieftes Wissen in einem aktuellen kommunikationswissenschaftlichen Forschungsfeld. • können selbstständig die relevanten theoretischen Ansätze bereichsspezifisch und -übergreifend sowohl mit Mitstudierenden bzw. Fachvertretern als auch Laien diskutieren. • können die Relevanz von Forschungsergebnissen für Gesellschaft, Organisationen und Individuen einschätzen und auf andere Situationen übertragen. • entwickeln die Fähigkeit, aktuelle kommunikations- oder medienpraktische Problemstellungen zu analysieren und zu lösen. • können die diskutierten Ansätze und Theorien auf Szenarien aus der Berufswelt übertragen und selbstständig Hypothesen hierzu formulieren und geeignete Hypothesentests entwickeln. • erwerben durch die Auseinandersetzung mit dem Thema Problemlösungs-, Kommunikations- und Medienkompetenzen, die Bedeutung für unterschiedliche Berufsfelder im Bereich Kommunikation und Medien besitzen
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2

9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20172 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (50%) Präsentation (50%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch oder Englisch
16	**Literaturhinweise**	

1	**Modulbezeichnung** 53965	**Steuerbilanzen**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Steuerbilanzen (2 SWS) Übung: Übung Steuerbilanzen (2 SWS) Tutorium: Tutorium Steuerbilanzen (0 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Frank Hechtner Jessica Kander	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Frank Hechtner
5	**Inhalt**	Das Modul stellt die unterschiedlichen Formen der steuerlichen Gewinnermittlung mittels des Betriebsvermögensvergleichs dar. Hierbei liegt der Fokus auf der steuerbilanziellen Gewinnermittlung mittels der Steuerbilanz. Inhaltlich wird auf die Themenkomplexe Formen der steuerlichen Gewinnermittlung, Konzeption der Steuerbilanz, Bilanzierung und Bewertung der aktiven und passiven Wirtschaftsgüter, Korrekturen des Bilanzergebnisses, Einkommensermittlung bei Mitunternehmerschaften, Sonder- und Ergänzungsbilanzen eingegangen.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können die unterschiedlichen Regelungen zur steuerlichen Gewinnermittlung mittels Betriebsvermögensvergleich anwenden. Sie können die Bemessungsgrundlage für die Ertragsteuern systematisch darstellen und insgesamt ermitteln. Darüber hinaus sind sie in der Lage, den steuerlichen Gewinn anhand einzelner Sachverhalte zu ermitteln. Ferner besitzen sie die Kompetenz, sich vertieft mit einzelnen steuerlichen Sondervorschriften zur Gewinnermittlung auseinandersetzen zu können.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Es wird empfohlen, dass die Veranstaltungen Steuerliche Gewinnermittlung und Unternehmenssteuerrecht belegt wurden.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Scheffler, W., Besteuerung von Unternehmen, Band II: Steuerbilanz, 9. Auflage 2018

1	**Modulbezeichnung** 54300	**Steuerliche Gewinnermittlung** Tax accounting	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Tutorium: Tutorium Steuerliche Gewinnermittlung (0 SWS) Vorlesung: Steuerliche Gewinnermittlung (2 SWS) Übung: Übung Steuerliche Gewinnermittlung (2 SWS)	- 2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Lukas Schmidt Sophia Maier	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Frank Hechtner
5	**Inhalt**	Das Modul führt als Grundlage in die Betriebswirtschaftliche Steuerlehre ein und vermittelt grundlegende Kenntnisse der Ertragsbesteuerung mit Bezug zu unterschiedlichen ökonomischen Aktivitäten. Es werden die wesentlichen Konzepte der Einkunftsarten, der steuerlichen Gewinnermittlung innerhalb der Gewinn- und der Überschusseinkunftsarten sowie Grundzüge der steuerbilanziellen Gewinnermittlung dargestellt.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erwerben ein Grundverständnis für ökonomische Fragestellungen im Kontext der betriebswirtschaftlichen Steuerlehre. Die Studierenden können die Bemessungsgrundlage für die Einkommensteuer systematisch darstellen und ermitteln sowie einen Bezug zu ökonomischen Fragestellungen herstellen. Darüber hinaus sind sie in der Lage, den steuerlichen Gewinn innerhalb der Gewinn- und der Überschusseinkunftsarten anhand einzelner Sachverhalte zu ermitteln. Ferner besitzen sie die Kompetenz, sich mit systematischen Fragestellungen innerhalb der steuerlichen Gewinnermittlung auseinandersetzen zu können.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Scheffler, W., Besteuerung von Unternehmen, Band I: Ertrag-, Substanz- und Verkehrsteuern, 14. Auflage 2020 Birk, D., Desens, M., Tappe, H., Steuerrecht, 23. Auflage 2020

1	**Modulbezeichnung** 54101	**Strategic communication**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Strategic Communication (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Julius Klingelhöfer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Adrian Meier Prof. Dr. Reimar Zeh
5	**Inhalt**	• Kommunikationsstrategien • Kommunikatorforschung • Rezeption und Wirkung von strategischer Kommunikation • Persuasive Kommunikation • Psychologische Grundlagen der strategischen Kommunikation
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben fundierte Kenntnisse aus verschiedenen Bereichen der strategischen Kommunikation, z.B. Kommunikations-strategien, Nutzung, Rezeption und Wirkung von strategischer Kommunikation • erwerben durch die Auseinandersetzung mit dem Thema und die regelmäßige Diskussion mit Mitstudierenden und Fachvertretern Problemlösungs-, Kommunikations- und Medienkompetenzen, die Bedeutung für unterschiedliche Berufsfelder im Bereich Kommunikation und Medien besitzen • entwickeln die Fähigkeit, strategische Kommunikations-prozesse und -probleme zu analysieren und Lösungen diskursiv zu behandeln • können strategische Kommunikation zum Einsatz bringen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Fallstudie(n)
11	**Berechnung der Modulnote**	Fallstudie(n) (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch oder Englisch
16	**Literaturhinweise**	

1	**Modulbezeichnung** 56220	**Strategic supply management**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Tutorium: Stud. Tutorium: Strategic Supply Management (1 SWS) Vorlesung: Strategic Supply Management (4 SWS) Übung: Übung Strategic Supply Management (2 SWS)	- 5 ECTS -
3	Lehrende	Christopher Münch Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann
5	**Inhalt**	Die Kernkompetenzen die dieser Kurs vermittelt, fokussieren sich um die grundlegenden Elemente des strategischen Beschaffungsmanagements. Hierzu gehören Themen wie die Berücksichtigung von Risiken und Unsicherheiten in Supply Chains, das organisationsübergreifende Beziehungsmanagement, die Entwicklung von Supply Chains in Wachstumsmärkten und die Schaffung nachhaltiger grüner Supply Chains.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Teilnehmer werden in alle wesentlichen Aspekte der (strategischen) Beschaffung, inkl. der Leistungsmessung und Steuerung eingeführt. Hierbei wird ein Schwerpunkt auf den Transfer der theoretischen Grundlagen auf praktische Anwendung gelegt. Dies wird anhand von Praxisbeispielen und praxisnahen Fallstudien sichergestellt.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Fallstudie(n) Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Fallstudie(n) (30%) Klausur (70%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Van Weele, A (2010) Purchasing and Supply Chain Management, 5. Auflage, Cengage, London. Weitere Literatur wird spezifische in der jeweiligen Veranstaltung bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 52610	**Strategisches Innovationsmanagement** Strategic innovation management	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Zu diesem Modul sind keine Lehrveranstaltungen oder Lehrveranstaltungsgruppen hinterlegt!	
3	Lehrende	Zu diesem Modul sind keine Lehrveranstaltungen und somit auch keine Lehrenden hinterlegt!	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	**Inhalt**	In dem Seminar, welches vom Vorsitzenden des Vorstandes der DATEV eG, Herrn Dr. Robert Mayr, begleitet wird, erarbeiten die Studierenden zu wechselnden Rahmenfragestellungen in Gruppen Seminararbeiten. Die Ergebnisse dieser werden dann im Rahmen von zwei Blockterminen vorgetragen, verteidigt und diskutiert.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erarbeiten in Gruppen weitgehend selbstgesteuert und autonom Analysen zu komplexen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen im Kontext des strategischen Innovationsmanagements. Hierzu führen die Studierenden Dokumentanalysen und Literaturrecherchen durch und entscheiden weitgehend eigenständig über die zu verwendenden Analysemethoden. Das Ziel ist die Erarbeitung, Strukturierung und Darstellung von detailliertem und spezialisiertem Wissen auf dem aktuellen Erkenntnisstand zu der jeweils ausgeschriebenen Fragestellung. Die erarbeiteten Ergebnisse werden anschließend gemeinsam von der Gruppe in dem Seminar vertreten und vor Herrn Dr. Robert Mayer und Herrn Prof. Dr. Voigt verteidigt. Durch die Bearbeitung der Fallstudien in Kleingruppen wird das Übernehmen herausgehobener Verantwortung sowie die fachliche Weiterentwicklung der Studierenden gefördert.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;3;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (70%) Präsentation (30%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Kursspezifische Literatur

1	**Modulbezeichnung** 52761	**Strategische Vorausschau in Theorie und Praxis** Strategic forecasting in theory and practice	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Strategische Vorausschau in Theorie und Praxis (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Christopher Münch Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann
5	**Inhalt**	Trend- und Zukunftsforschung etabliert sich zunehmend als eigener Fach-/Funktionsbereich in Organisationen. In der Wirtschaft und bei Verbänden untersuchen Corporate Foresight-Experten die Zukunft von Industrien, Märkten, neuen Geschäftsmodellen oder aber der Wettbewerbslandschaft. Im öffentlichen Bereich werden im Sinne der regionalen Vorausschau vor allem die Stadt- und Raumentwicklung, gesellschaftliche und technologische Fragestellungen adressiert. Auch auf Bundesebene (s. BMBF Foresight Prozess) und in den Rahmenforschungsprogrammen der EU (s. European forward-looking activities) spielt die strategische Vorausschau inzwischen eine herausragende Rolle. Dieses Seminar vermittelt die Grundlagen der strategischen Vorausschau. Jede der drei Phasen des Vorausschau-Prozesses (Scanning, Foresight, Transfer) wird im Detail behandelt. Teilnehmer erhalten einen Überblick über die Methoden der Zukunftsforschung. Ein besonderer Fokus liegt auf der Szenariotechnik. Mittels vieler praktischer Beispiele wird gezeigt, wie heutige Entscheider aller Organisationen systematisch Zukunftsszenarien entwickeln und auf den eigenen Organisationskontext transferieren können. Zusätzlich bieten renommierte Gastredner der Zukunftsforschung den Teilnehmenden einen praxisnahen Einblick in die Methoden der strategischen Vorausschau.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden entwickeln ein nachhaltiges Verständnis für das Management von Dynamik und Komplexität. Nach Abschluss des Seminars ist man in der Lage: • Organisationen auf zukünftigen Wandel vorzubereiten • Systematisch neue Trends und schwache Signale aufzuspüren • Die Relevanz und Validität neuer Entwicklungen für eine Organisation zu bewerten • Die potenziellen Implikationen von Entwicklungen zu projizieren • Szenarien in einer strukturierten und systematischen Weise zu entwickeln • Szenarien im organisationalen Kontext einzusetzen • Den Mehrwert von Corporate Foresight zu illustrieren Die erlernten Inhalte können vielfältig im organisationalen Kontext eingesetzt werden, z.B. in Unternehmensentwicklung/ Strategieberatung, Innovations- und Risikomanagement. Eine Anwesenheitspflicht begründet sich für alle Teilnehmer des Seminars

		in der Präsentation der Ergebnisse, der regelmäßigen Darstellung und Diskussion der Seminararbeit und den damit verbundenen Feedbackschleifen in der Veranstaltung.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine (Kenntnisse zu Strategie/Innovation jedoch hilfreich)
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;3;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminararbeit Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminararbeit (60%) Präsentation (40%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 20 h Eigenstudium: 130 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	von der Gracht, H. (2013) Survive: So bleiben Manager auch in Zukunft erfolgreich. Redline Wirtschaft. Kressenbrock, N. G., Salcher, M. & von der Gracht, H. (2015) Herausforderung Energie: Der Energieführerschein für die Entscheider von Morgen. Redline Wirtschaft.

1	**Modulbezeichnung** 53763	**Supply chain management research seminar**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Supply chain management research seminar (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Christoph Küffner	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann
5	**Inhalt**	Gegenstand dieser Veranstaltung stellen wechselnde Themen aus Forschung und Praxis im Supply Chain Management dar. Dieses Seminar soll dazu dienen, aktuelle Forschungsfragen und Konzepte im Supply Chain Management anwendungsorientiert zu bearbeiten. Anhand wissenschaftlicher Methoden sollen diese Forschungsansätze aufbereitet und abschließend deren mögliche Übertragung in die Praxis diskutiert werden.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erlangen vertiefte Kenntnisse im Bereich der Forschung im Supply Chain Management und deren Auswirkungen auf die Praxis und die Fähigkeit, vorgestellte Theorien zu verstehen. Sie erlernen durch die eigenständige Bearbeitung wechselnder, forschungsorientierter Themen eine analytische Vorgehensweise und spezifische Fachkenntnisse zur Argumentation und Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Produktions- und Supply Chain Management;
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;3;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (30%) Seminararbeit (70%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Englisch
16	**Literaturhinweise**	Wird im Kurs bekanntgegeben.

1	**Modulbezeichnung** 52130	**Sustainability management and corporate functions**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Advanced Sustainability Management and Corporate Functions (2 SWS) Vorlesung: Advanced Sustainabiliy Management and Corporate Functions (2 SWS)	- 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Markus Beckmann	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	**Inhalt**	This lecture provides an advanced perspective on Corporate Sustainability Management. The lecture starts with a short recap of sustainability management basics (What is sustainability? Why is sustainability increasingly important for business? What are key concepts of sustainability management?) Following this brief recap of the concepts of sustainability and sustainability management, we take a closer look at selected corporate functions such as strategy, marketing, or supply chain management. For each function, we look at the key drivers for corporate sustainability, relevant management tools, best-practice cases, and will discuss risks and opportunities involved in corporate management. Throughout the lecture, we will follow the concept of integrated sustainability management, thus integrating the three pillars of sustainability: economy, natural environment, and society, into the core of a business.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students will acquire: • advanced knowledge in sustainability management, especially in the selected functional areas • discursive and reflective competencies in regards to societally relevant questions • practical insights for implementing sustainability in real-life applications • insights on potential challenges during the implementation of sustainability management
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3;5
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	elektronische Prüfung (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	elektronische Prüfung (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Readings will be provided via StudOn.

1	**Modulbezeichnung** 53450	**Technology and innovation management**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	**Inhalt**	Technologien und Innovationen sind die Basis des Erfolgs und Wachstums eines jeden Unternehmens. Dieser Kurs behandelt Theorien, Konzepte und Werkzeuge des Technologie- und Innovationsmanagements. Spezielle Themen sind z.B. ökonomische Entscheidungstatbestände im Technologiemanagement bzw. im disruptiven technologischen Wandel, Erfolgsfaktoren von Innovationen, die Gestaltung von Innovationsprozessen, Timing-Strategien, die Öffnung des Innovationsmanagements nach außen sowie die Innovation ganzer Geschäftsmodelle. Die Themen werden außerdem mit praktischen und aktuellen Schwerpunktthemen verknüpft um so einen Anwendungsbezug darzustellen.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	In diesem Modul lernen die Studierenden ein umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen sowie den aktuellen Erkenntnisstand im Bereich des Technologie- und Innovationsmanagements kennen. Nach Abschluss des Moduls können sie die bedeutende Rolle von Technologien und Innovationen als Wettbewerbsvorteil für Industrie- und Dienstleistungsunternehmen einschätzen und bewerten. Dieses Wissen wird durch zahlreiche praktische Beispiele vertieft. Des Weiteren sind die Studierenden dann in der Lage, das Wissen über die Methoden und Konzepte des Technologie- und Innovationsmanagements erfolgreich auf neuartige, konkrete praktische Probleme zu transferieren und diese dort zur Problemstrukturierung und -lösung einzusetzen. Sie können somit Sachverhalte in diesem Bereich einschätzen und hinterfragen. Die erworbenen analytischen und konzeptionellen Fertigkeiten befähigen die Studierende komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen eigenständig zu bearbeiten und die richtigen Methoden und Strukturierungsansätze zur Bewältigung von Aufgaben im Technologie- und Innovationsmanagement zu finden und erfolgreich anzuwenden.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)

11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Deutsch oder Englisch Englisch
16	**Literaturhinweise**	Ahmed, P.; Shepherd, C.: Innovation Management Context, Strategies, systems and processes, Pearson, Essex, 2010. Voigt, K.-I.: Industrielles Management, 1. Aufl., Berlin u. a., 2008.

1	**Modulbezeichnung** 57174	**Technology-based service innovation**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Technology-based Service Innovation (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Michael Mertel	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	**Inhalt**	Im Seminar erarbeiten die Studierenden ein Konzept für eine technologiebasierte Dienstleistungsinnovation, wobei sich das Seminar in drei Phasen gliedert. In der ersten Phase werden den Studierenden Grundlagen des Service Design Thinkings vermittelt sowie gemeinsam die für das Seminar geeigneten Methoden der strategischen Analyse rekapituliert. Die zweite Phase umfasst die strategische Analyse einer ausgewählten Branche (B2B oder B2C) in Gruppenarbeit, wobei verschiedene Methoden des Strategischen Managements um Einsatz kommen. Ziel dieser Phase ist der Erwerb von grundlegenden Branchenkenntnissen sowie das Verständnis von zukünftigen Herausforderungen und relevanten Technologien. Die dritte Phase des Seminars besteht aus kreativer Arbeit. Durch Einsatz des Service Design Thinkings werden aus Nutzersicht Innovationspotenziale für Dienstleistungen in den Gruppen erarbeitet. Hierbei sollen verschiedene Methoden des Design Thinkings ausgewählt und angewendet werden. Die dabei erarbeiteten Ideen werden bewertet, diskutiert und die beste als Dienstleistungskonzept detailliert ausgearbeitet.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • wissen um die Herausforderungen des Managements und der Entwicklung von innovativen Dienstleistungen • sind fähig unter Anwendung von Methoden eine strategische Analyse durchzuführen • beherrschen die Anwendung von designorientierten Innovationsmethoden und Kreativtechniken zur Entwicklung von Dienstleistungsinnovationen • sind in der Lage verschiedene Ideen für eine Dienstleistungsinnovation zu entwickeln und diese systematisch zu bewerten • sind in der Lage dieses Wissen auf ein konkrete Branche anzuwenden und basierend hierauf eine Dienstleistungsinnovation zu entwickeln, auszuarbeiten und zu präsentieren
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (30%) Hausarbeit (70%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Busse, D. (2005). Innovationsmanagement industrieller Dienstleistungen. Wiesbaden: Gabler. Roger, L. M. (2009). Design of Business: Why Design Thinking is the Next Competitive Advantage. Boston: Harvard Business Review Press Stickdorn, M. (2012). This is Service Design Thinking: Basics, Tools, Cases. Amsterdam : BIS Publishers Voigt, K-I. (2008). Industrielles Management. Berlin: Springer.

1	**Modulbezeichnung** 56792	**The Economics of Health Insurance** The economics of health insurance	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Harald Tauchmann
5	**Inhalt**	The course covers the economics of health care taking a microeconomic perspective. The course focusses on the market for health insurance and its imperfections that originate from the specific characteristics of health as a commodity and result in market failure and hence undesirable market outcomes such as adverse selection, moral hazard, and risk selection. Based on the theoretical analysis implications for the question of how to design a health (insurance) system are derived.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The students • learn to analyze the market for health insurance • acquire knowledge about the institutions of the German health insurance system and how to assess them from a theoretical perspective • test the theoretical predictions using empirical analyses
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Solid skills in microeconomics, basic skills in econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Wahlmodul: Spezielle VWL Master of Science Sozialökonomik 2013 Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Zweifel, P., Breyer, F., Kifmann, M. (2009): Health Economics, Springer 2nd ed.

1	**Modulbezeichnung** 52300	**Theorieseminar zur Wirtschaftspsychologie** Theory seminar: business psychology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Seminar zur Organisationspsychologie: Digitaler Stress (2 SWS) Theorieseminar: Marktpsychologisches Theorieseminar: Konsumentenverhalten (2 SWS)	5 ECTS 5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Jürgen Kirsch Dr. Michael Ziegler	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	a. Vertiefende Auseinandersetzung mit Themen der Wirtschaftspsychologie (Personalpsychologie, Organisationspsychologie, Konsumentenverhalten) b. Im Theorieseminar setzen sich die Studierenden gründlich und auf der Basis anspruchsvoller i.d.R. englischsprachiger Fachliteratur mit einem aktuellen Thema auseinander, stellen dies mündlich vor und verfassen eine in Form und Niveau an eine Fachpublikation angelehnte Hausarbeit c. Die Themen wechseln semesterweise.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden gehen souverän mit der einschlägigen deutsch- wie englischsprachigen Fachliteratur sowie wirtschaftspsychologischen Theorien und Methoden um. Sie können wissenschaftliche Positionen erläutern, vertreten, kritisieren und verteidigen. Sie besitzen detaillierte Fachkenntnisse nach dem neuesten Kenntnisstand zu spezifischen Fragestellungen in der Wirtschaftspsychologie und besitzen fachliche und konzeptionelle Fertigkeiten zur Entwicklung und Evaluation entsprechender Methoden und Instrumente.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Besuch vorbereitender Module aus den Bereichen Personalpsychologie, Organisationspsychologie oder Konsumentenverhalten. Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungsmethoden und von Korrelations- und Regressionsrechnung bzw. Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie, Präsentationstechniken, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (100%) Präsentation (0%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch oder Englisch
16	**Literaturhinweise**	Wird bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 52153	**The supply of medical services**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Harald Tauchmann
5	**Inhalt**	In this course the market for medical services and in particular the supply of services from physicians and hospitals is analyzed. The focus is on behavioral incentives and how they are shaped by the characteristics of health as a special good as well as by institutional settings. Topics to be covered are supplier induced demand, quality-quantity-relationship in hospitals and optimal reimbursement schemes. The course will also cover individual health behavior. Throughout the course microeconomic models will be used.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students • understand the behavior of phsysicians from a microeconomic perspective • can evaluate governmental regulations in health care markets • can discuss reforms in the health care sector
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Solid knowledge of microeconomics and some basic knowledge of econometrics is recommended.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Zweifel, P., Breyer, F., Kifmann, M. (2009): Health Economics, Springer, 2. Aufl.

1	**Modulbezeichnung** 53882	**Umsatzsteuerrecht** VAT	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Roland Ismer
5	**Inhalt**	Umsatzsteuerrecht auf nationaler sowie europäischer Ebene. • steuerbare Leistungen • Steuerbefreiungen einschließlich Optionsmöglichkeiten • Bemessungsgrundlage • Festlegung des Steuerschuldners • Vorsteuerabzug • Besteuerungsverfahren • Anwendung der einschlägigen europäischen Rechtsakte, insbesondere der Mehrwertsteuersystemrichtlinie und der EuGH-Rechtsprechung
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erschließen die sowohl für das Steueraufkommen als auch für die Beratungspraxis immer wichtigere Umsatzsteuer. Zudem beurteilen die Studierenden die Einwirkungen des Europarechts auf das innerstaatliche Recht. Weiterhin können die Studierenden unter Berücksichtigung der Systematik der Gesetze steuerliche Fallgestaltungen erfassen, beurteilen und systematisch lösen. Unter Anwendung juristischer Methoden auf fortgeschrittenem Niveau sowie Übertragung steuerrechtlicher nationaler und europäischer Rechtsprechung und aktueller wissenschaftlicher Literatur können die Studierenden steuerliche Fallgestaltungen gutachterlich prüfen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse Steuerrecht
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Tipke/Lang, Steuerrecht; Terra/Kajus, A Guide to the European VAT Directive: jeweils aktuelle Auflage; Weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 54630	**Ungleichheit in modernen Gesellschaften** Inequality in modern society	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten. ***Es besteht Anwesenheitspflicht.***	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	Im Rahmen dieses Moduls werden die Ursachen, Folgen und Dynamiken sozialer Ungleichheit in modernen Gesellschaften thematisiert. Im Mittelpunkt stehen a) Theorien der Ungleichheitsentstehung und der Ungleichheitsfolgen b) empirische Analysen der Ungleichheit c) (sozial-)politische Konsequenzen
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Aufbauend auf grundlegenden Kenntnissen der Soziologie und der Sozialstrukturanalyse besitzen die Studierenden nach Beendigung des Kurses • die Fähigkeit zur fortgeschrittenen theoretischen Analyse ungleichheitsrelevanter Themen und Prozesse, • die Kompetenz, fortgeschrittene empirische Analysen nachzuvollziehen und zu kritisieren, • die Fähigkeit, praktische Konsequenzen aus wissenschaftlichen Analysen in verschiedenen Feldern zu ziehen, die Fähigkeit, diese Kompetenzen auf andere Bereiche anzuwenden.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse der soziologischen Theorie, der Regressionsanalyse sowie der Sozialstrukturanalyse
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	DiPrete, T. A., & Eirich, G. M. (2006). Cumulative advantage as a mechanism for inequality: A review of theoretical and empirical

		developments. Annu. Rev. Sociol., 32, 271-297. Neckerman, K. M., & Torche, F. (2007): Inequality: Causes and consequences. Annu. Rev. Sociol., 33

1	**Modulbezeichnung** 56460	**Unternehmenssteuerrecht** Company taxation	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Roland Ismer
5	**Inhalt**	• Vertiefte Darstellung von Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer • Besonderes Gewicht auf Standardprobleme wie verdeckte Gewinnausschüttungen, verdeckte Einlagen und Hinzurechnungstatbestände • Grundlagen der Besteuerungskonzeption der Personengesellschaft • Grundlagen des Umwandlungssteuerrechts
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können unter Berücksichtigung der Systematik der Gesetze Fallfragen erfassen, beurteilen und systematisch lösen. Unter Anwendung juristischer Methoden auf fortgeschrittenem Niveau sowie Übertragung wissenschaftlicher Literatur zu aktuellen Forschungsfragen können die Studierenden die steuerlichen Fallgestaltungen gutachterlich prüfen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 54328	**Urbane Arbeits- und Wohnungsmärkte** Urban Labor and Housing Markets	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Urban Labor and Housing Markets (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Matthias Wrede Dr. Andreas Mense	

4	**Modulverantwortliche/r**	Dr. Andreas Mense
5	**Inhalt**	Empirische Evidenz zu urbanen Arbeitsmärkten und deren Interaktion mit dem lokalen Wohnungsmarkt; empirische Evidenz zu Wohnungspolitiken und deren Effekte auf den Arbeitsmarkt, das Arbeitsangebot, die Wohnortwahl, und individuelle Erwerbsbiographien
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Nach dem Kurs • verstehen die Studierenden die wesentlichen ökonomischen Konzepte zur Untersuchung von urbanen Arbeits- und Wohnungsmärkten, und wenden diese an • können die Studierenden aktuelle empirische Forschungspapiere zum Thema verstehen, bewerten und diskutieren • verstehen die Studierenden wichtige Besonderheiten urbaner Arbeitsmärkte und wie diese mit dem lokalen Wohnungsmarkt interagieren • können die Studierenden Vor- und Nachteile wichtiger Politikmaßnahmen auf dem Wohnungsmarkt anhand der empirischen Evidenz diskutieren, insbesondere im Hinblick auf die Wechselwirkungen mit dem Arbeitsmarkt
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation bzw. Referat/Klausur **Method of Examination**: Written exam (60 minutes) and presentation during the lecture; written exam must be passed individually.
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation bzw. Referat/Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 40 h Eigenstudium: 110 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch

16	**Literaturhinweise**	Chetty, R., Hendren, N., Katz, L. (2016). The Effects of Exposure to Better Neighborhoods on Children: New Evidence from the Moving to Opportunity Experiment. *American Economic Review*, 106(4): 855–902. Dauth, W., Findeisen, S., Moretti, E., Suedekum, J. (2022). Matching in Cities. *Journal of the European Economic Association* 20(4), 1478-1521. Jacob, B., Ludwig, J. (2012). The Effects of Housing Assistance on Labor Supply: Evidence from a Voucher Lottery. *American Economic Review* 102(1), 272-304. Metcalf, G. (2018). Sand Castles Before the Tide? Affordable Housing in Expensive Cities. The Journal of Economic Perspectives, 32(1), 59-80. Pollakowski, H. O., Weinberg, D.H., Andersson, F., Haltiwanger, J.C., Palloni, G., Kutzbach, M.J. (2022). Childhood Housing and Adult Outcomes: A Between-Siblings Analysis of Housing Vouchers and Public Housing. *American Economic Journal: Economic Policy*, 14(3): 235-72. De la Roca, J., Puga, D. (2017). Learning by Working in Big Cities. The Review of Economic Studies 84(1), 106–142.

1	**Modulbezeichnung** 56470	**Versicherungs- und Risikotheorie** Risk and insurance theory	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Versicherungs- und Risikotheorie (1 SWS) Vorlesung: Versicherungs- und Risikotheorie (2 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Nadine Gatzert	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nadine Gatzert
5	**Inhalt**	Einführend: Entscheidung bei Sicherheit, Unsicherheit, Risiko; Risikomessung, Risikowahrnehmung, Risikobeeinflussung (Vorgehen und Methoden); Risikobewertung am Beispiel der Versicherungsnachfrage (individuell und aus Unternehmenssicht); Risikobewertung am Beispiel des Versicherungsangebots (Risikotheorie, Schadenprozessmodellierung, Optionspreis-Modell); Problematik der Informationsasymmetrien (Adverse Selektion, Moral Hazard); Enterprise Risk Management (Bedeutung und Rahmenwerke, Risikostrategie, Risikoidentifikation und -bewertung, Governance, Risikokultur); Emerging Risks.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • haben vertiefte Kenntnisse über die zentralen Konzepte der Risikobewertung sowie der Versicherungs- und Risikotheorie, können diese beurteilen und hinterfragen; • können ihre theoretischen Kenntnisse auf konkrete Fragestellungen anwenden; • erlernen den Umgang mit und die Bewertung von Risiken in Unternehmen; • können die theoretischen Kenntnisse zur Risikomessung im Rahmen einer Monte-Carlo Simulation in Excel umsetzen; • lernen interaktiv im Rahmen von Workshops in Gruppen aktuelle Fragestellungen im Kontext der Versicherungs- und Risikotheorie zu strukturieren, zu erarbeiten und zu präsentieren; • entwickeln und vertiefen dabei ihre Kompetenzen in der Teamarbeit.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Die vorbereitende und weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 56231	**Versorgungsmanagement I** Health services management I	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Versorgungsmanagement I (3 SWS) ***Es besteht Anwesenheitspflicht.***	5 ECTS
3	Lehrende	Lucie Aretz	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	**Inhalt**	Durch die Einführung des Digitale-Versorgung-Gesetzes soll die Digitalisierung im deutschen Gesundheitswesen vorangetrieben werden. Seitdem sind unter anderem Gesundheits-Apps und Digitale Gesundheitsanwendungen (DiGAs) weitläufig diskutierte Themen. Das Seminar im WS 23/24 findet in Zusammenarbeit mit einer bereits in den App-Stores erhältlichen Gesundheits-App statt, die sich aktuell auch auf dem Weg zur Zertifizierung zur DiGA befindet. In dieser Veranstaltung liegt der Fokus auf der vertieften Betrachtung der zunehmenden Digitalisierung im Gesundheitswesen und den sich daraus ergebenden nachhaltigen Veränderungen in den Behandlungsmöglichkeiten. Die Studierenden haben die Möglichkeit, mittels verschiedener methodischer Ansätze die vielfältigen Facetten der Gesundheits-App zu analysieren (z.B. Kosten(-vorteile), Patientenperspektive etc.)
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erhalten einen Einblick in die verschiedenen Facetten der Versorgung mit Gesundheits-Apps und können diese diskutieren und gegenüberstellen • können mit den erlernten Methoden umgehen und diese selbstständig auf Fragestellungen anwenden bzw. übertragen • können eine vorgegebene Themenstellung eigenständig bearbeiten und die Ergebnisse schriftlich und mündlich präsentieren • können von Studierenden vorgebrachte Ergebnisse angemessen bewerten und Feedback formulieren
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse im Gesundheitsmanagement (aber keine formale Voraussetzung). Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Die Anmeldung erfolgt per Mail an Lena.Jaegers@fau.de, der Anmeldezeitraum wird rechtzeitig bekannt gegeben.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (30%) Hausarbeit (70%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Schöffski / Graf von der Schulenburg (Hrsg.): Gesundheitsökonomische Evaluationen, 3. oder 4. Aufl., Berlin u. a., 2007, 2008 oder 2012.

1	**Modulbezeichnung** 54270	**Vertriebs- und Kommunikationsmanagement** Communications and sales management	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Übungen zum Vertriebs- und Kommunikationsmanagement (1 SWS) Vorlesung: Vertriebs- und Kommunikationsmanagement (2 SWS)	- 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Andreas Fürst	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Andreas Fürst
5	**Inhalt**	Das Modul vermittelt den Studierenden vertiefende Kenntnisse idealtypischer organisationaler, strategischer und operativer Prozesse des Vertriebs- und Kommunikationsmanagements. Neben dieser theoretischen Fundierung der beiden Themenkomplexe wird zusätzlich Bezug auf die Relevanz der einzelnen Komponenten in der Praxis genommen. Vertriebsmanagement beschäftigt sich insbesondere mit: • Organisationalen Fragestellungen des Vertriebsmanagements (z.B. Gestaltung und Optimierung von Vertriebsorganisationen) • Strategischen Fragestellungen des Vertriebsmanagements (z.B. Definition von Vertriebszielen, Gestaltung der Beziehung zu Vertriebspartnern) • Operativen Fragestellungen des Vertriebsmanagements (z.B. Mitarbeiterführung im Vertrieb, Umsetzung der Vertriebs-strategie) Kommunikationsmanagement beschäftigt sich insbesondere mit: • Organisationalen Fragestellungen des Kommunikations-managements (z.B. Auswahl des Dienstleisters) • Strategischen Fragestellungen des Kommunikations-managements (z.B. Ziele und Zielgruppen der Kommunikation, Budgetierung) • Operativen Fragestellungen des Kommunikationsmanagements (z.B. Gestaltung der Kommunikationsmaßnahmen, Kontrolle der Kommunikationswirkung)
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erwerben ein umfassendes Fachwissen auf dem aktuellsten Stand der Marketingforschung unter Einbezug empirischer Forschungskenntnisse. Studierende können in vertiefter und kritischer Weise Theorien, Terminologien, Besonderheiten und Grenzen des Vertriebs- und Kommunikationsmanagements erläutern, anwenden und reflektieren. Studierende können Konzepte, Theorien und Methoden aus den Bereichen des Vertriebs- und Kommunikationsmanagements kritisch beurteilen und auf Praxisfragestellungen anwenden. Sie können mögliche Problemfelder in diesen Bereichen selbstständig identifizieren und evidenzbasierte, qualitative Lösungsansätze auf Basis verschiedener Handlungsoptionen ausarbeiten.

7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Bruhn, M. (2019), Kommunikationspolitik: Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen, 9. Auflage, München. Diller, H., Fürst, A., Ivens, B. (2011), Grundprinzipien des Marketing, 3. Auflage, Nürnberg. Homburg, Ch. (2020), Marketingmanagement: Strategie Instrumente Umsetzung Unternehmensführung, 7. Auflage, Wiesbaden. Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M., Eisenbeiß, M. (2019), Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 13. Auflage, Wiesbaden. Schweiger, G., Schrattenecker, G. (2021), Werbung, 10. erw. Auflage, Konstanz.

1	**Modulbezeichnung** 52310	**Wirtschaftspsychologie Projektseminar** Project seminar on business psychology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Projektseminar: Projektseminar Wirtschaftspsychologie: Das Impostor-Phänomen (2 SWS)	-
3	Lehrende	Dr. Rosemarie Gauglitz Dr. Michael Ziegler	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	d. Vertiefende Auseinandersetzung mit Themen der Wirtschaftspsychologie (Personalpsychologie, Organisationspsychologie, Konsumentenverhalten) e. Auf der Basis vorgegebener Themen werden empirische Studien alleine oder in kleinen Gruppen durchgeführt. f. Die Themen wechseln semesterweise
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden demonstrieren ihren souveränen Umgang mit der einschlägigen Fachliteratur und wirtschaftspsychologischen Theorien und Methoden. Sie können wissenschaftliche Positionen erläutern, vertreten, kritisieren und verteidigen. Sie erwerben fundierte Fachkenntnisse zu spezifischen Fragestellungen in der Wirtschaftspsychologie und vertiefen ihre Kenntnisse darin, wie Methoden und Instrumente entwickelt und evaluiert werden können.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Besuch vorbereitender Module aus den Bereichen Personalpsychologie, Organisationspsychologie oder Konsumentenverhalten. Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungsmethoden und von Korrelations- und Regressionsrechnung bzw. Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie, Präsentationstechniken, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Projekt-/Praktikumsbericht
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (0%) Projekt-/Praktikumsbericht (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch oder Englisch

16	**Literaturhinweise**	Wird bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 53330	**Workshop capital markets research**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Workshop Capital Markets Research (3 SWS) Die Anwesenheit in der Lehrveranstaltung ist Voraussetzung für die Prüfungsteilnahme	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Hendrik Scholz	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Hendrik Scholz
5	**Inhalt**	In diesem Seminar lesen, präsentieren und diskutieren die Studierenden aktuelle Forschungsarbeiten aus dem Gebiet der Finanzierung, die in international führenden Zeitschriften erscheinen bzw. erschienen sind.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erarbeiten sich in Gruppen durch eigenständige Recherche und Ausarbeitung von Präsentationen zu hochrangigen, internationalen Publikationen neues Wissen, das sie den Teilnehmern des Seminars vermitteln. • können ihre zuvor in Vorlesungen erworbenen theoretischen Kenntnisse im Rahmen interaktiver Präsentationen anwenden. • beurteilen quantitative Methoden, die in aktuellen Forschungsarbeiten zum Einsatz kommen und wenden ausgewählte Methoden an exemplarischen Datensätzen an. • geben und erhalten im Rahmen offener Diskussionen zu den Präsentationen ein wertschätzendes Feedback über die erbrachte Leistung.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Vertiefte Kenntnisse im Bereich Finance.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich Präsentation/Präsentationspapier (tw. in Gruppenarbeit) und Diskussionsbeitrag *Es handelt sich um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWIWI in der jeweils geltenden Fassung alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWIWI eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.*
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%) Präsentation/Präsentationspapier (50 %) und Diskussionsbeitrag (50 %)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 53910	**Workshop: Finance**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten. Die Anwesenheit in der Lehrveranstaltung ist Voraussetzung für die Prüfungsteilnahme.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Hendrik Scholz
5	**Inhalt**	In diesem Seminar lesen, präsentieren und diskutieren die Studierenden aktuelle Forschungsarbeiten aus dem Gebiet der Finanzierung, die in international führenden Zeitschriften erscheinen bzw. erschienen sind.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erarbeiten sich in Gruppen durch eigenständige Recherche und Ausarbeitung von Präsentationen zu hochrangigen, internationalen Publikationen neues Wissen, das sie den Teilnehmern des Seminars vermitteln. • können ihre zuvor in Vorlesungen erworbenen theoretischen Kenntnisse im Rahmen interaktiver Präsentationen anwenden. • beurteilen quantitative Methoden, die in aktuellen Forschungsarbeiten zum Einsatz kommen und wenden ausgewählte Methoden an exemplarischen Datensätzen an. • geben und erhalten im Rahmen offener Diskussionen zu den Präsentationen ein wertschätzendes Feedback über die erbrachte Leistung.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Vertiefte Kenntnisse im Bereich Finance
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich Präsentation/Präsentationspapier (tw. in Gruppenarbeit) und Diskussionsbeitrag *Es handelt sich um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWIWI in der jeweils geltenden Fassung alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWIWI eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.*
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%) Präsentation/Präsentationspapier (50 %) und Diskussionsbeitrag (50 %)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

Sozialökonomischer Vertiefungsbereich

1	**Modulbezeichnung** 54171	**Advanced marketing management V**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Andreas Fürst
5	**Inhalt**	In vielen Branchen (z.B. Konsumgüterbranche, Handel, verarbeitendes Gewerbe) findet ein wesentlicher Teil der Transaktionen zwischen Unternehmen und organisationalen Kunden (wiederum Unternehmen bzw. öffentliche Institutionen) statt. Die Veranstaltung verdeutlicht die Besonderheiten des Business-to-Business Marketing auf Nachfrager- und Anbieterseite. Die Studierenden lernen im Rahmen der Vorlesung zunächst Strukturen, Prozesse und Akteure auf B2B-Märkten kennen. Vor diesem Hintergrund entwickeln sie im zweiten Teil der Veranstaltung Lösungsansätze zu ausgewählten Fallstudien aus der Praxis.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden verfügen über vertiefendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen im Fach Business-to-Business Marketing. Sie können die Besonderheiten des Business-to-Business Marketings auf Nachfrager- und Anbieterseite erläutern und kritisch hinterfragen. Darüber hinaus können sie im Rahmen der Be- bzw. Erarbeitung von Fallstudien das in der Vorlesung vermittelte Wissen vertiefen und praktisch anwenden. Sie können neue Lösungskonzepte entwickeln und auf einem wissenschaftlichen Niveau verteidigen. Durch die Be- bzw. Erarbeitung der Fallstudien in Kleingruppen können die Studierenden kooperativ und verantwortlich arbeiten sowie das eigene Kooperationsverhalten in Gruppen kritisch reflektieren und erweitern.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine; Die Teilnehmendenzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Pflichtbereich gehört, vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur Fallstudie(n)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (50%) Fallstudie(n) (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Backhaus, K., Voeth, M. (2014), Industriegütermarketing, 10. Aufl., München. Homburg, Ch. (2020), Marketingmanagement: Strategie Instrumente Umsetzung Unternehmensführung, 7. Aufl., Wiesbaden.

1	**Modulbezeichnung** 54170	**Advanced marketing management V: Business-to-business marketing**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Zu diesem Modul sind keine Lehrveranstaltungen oder Lehrveranstaltungsgruppen hinterlegt!	
3	Lehrende	Zu diesem Modul sind keine Lehrveranstaltungen und somit auch keine Lehrenden hinterlegt!	

4	**Modulverantwortliche/r**	
5	**Inhalt**	keine Inhaltsbeschreibung hinterlegt!
6	**Lernziele und Kompetenzen**	keine Beschreibung der Lernziele und Kompetenzen hinterlegt!
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20172
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur Fallstudie(n)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (50%) Fallstudie(n) (50%)
12	**Turnus des Angebots**	keine Angaben zum Turnus des Angebots hinterlegt!
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: ?? h (keine Angaben zum Arbeitsaufwand in Präsenzzeit hinterlegt) Eigenstudium: ?? h (keine Angaben zum Arbeitsaufwand im Eigenstudium hinterlegt)
14	**Dauer des Moduls**	?? Semester (keine Angaben zur Dauer des Moduls hinterlegt)
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	

1	**Modulbezeichnung** 52161	**Angewandte empirische Gesundheitsökonomie** Applied empirical health economics	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Blockseminar Angewandte Empirische Gesundheitsökonomie (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Harald Tauchmann	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Harald Tauchmann
5	**Inhalt**	Das Projektseminar soll an die angewandte empirische Forschung im Bereich Gesundheitsökonomik heranführen. Hierfür stehen zwei Optionen zur Wahl. Zum einen die Replikation und ggf. Erweiterung einer empirischen gesundheitsökonomischen Forschungsarbeit, die von der BetreuerIn zugewiesen wird. Zum anderen kann eigenständig eine empirische Arbeit durchgeführt werden, die sich an jeweils einem Kapitel des Lehrbuchs Jones, A. et al. (2013): Applied Health Economics orientiert. Die einzelnen Kapitel des Buches behandeln jeweils eine Fragestellung der empirischen Gesundheitsökonomik, wie z.B. Inequality in health wobei im Vordergrund steht, wie Methoden der empirischen Wirtschaftsforschung und Ökonometrie (z.B. verallgemeinerte Lorenzkurven, Probitregression für geordnete Kategorien, Intervallregression) für die Auseinandersetzung mit der jeweiligen Fragestellung verwendet und mit der Software Stata® praktisch angewendet werden können. Die TeilnehmerInnen des Projektseminars arbeiten selbständig (aber mit Unterstützung) im PC-Pool an ihrem Thema. Optional wird im Vorfeld ein Stata® Crashkurs angeboten, mit dem Stata-Kenntnisse erworben, aufgefrischt und vertieft werden können. Die TeilnehmerInnen schreiben eine Seminararbeit, in der sie ihr Vorgehen und Ihre Ergebnisse dokumentieren, und stellen diese in einem Blockseminar vor.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • lernen für konkrete Fragestellungen der empirischen Gesundheitsökonomik relevante Methoden kennen und anzuwenden, bzw. vertiefen ihre in anderen Veranstaltungen erworbene Methodenkompetenz • erwerben die Kompetenz, eigenständig Forschungsfragen der empirischen Gesundheitsökonomie zu bearbeiten • lernen empirische Forschungsergebnisse darzustellen und zu diskutieren
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Solide Grundkenntnisse in Mikroökonometrie und Grundkenntnisse der ökonometrischen Software Stata® sollten vorhanden sein. Zu Beginn der Veranstaltung wird optional ein Stata® Blockkurs angeboten.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Seminararbeit

11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (35%) Seminararbeit (65%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Deutsch oder Englisch Englisch
16	**Literaturhinweise**	Jones A., Rice, N. Bago dUva, T. & Balia, S. (2013): Applied Health Economics, 2nd ed., Routledge.

1	**Modulbezeichnung** 53010	**Arbeitsmarktsoziologie** Labor market sociology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Einführung in die Arbeitsmarktsoziologie (2 SWS) Masterseminar: Einführung in die Arbeitsmarktsoziologie (3 SWS) ***Es besteht Anwesenheitspflicht.***	- 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Martin Abraham	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham
5	**Inhalt**	Einführung in zentrale Theorien, Methoden und Themenfelder der Arbeitsmarktsoziologie. Zudem werden ausgewählte Themen vertieft erörtert.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben umfassende Kenntnisse über Grundfragen der Arbeitsmarktsoziologie • erwerben detaillierte Kenntnisse über den Zusammenhang gesellschaftlicher Rahmenbedingungen und Prozesse des Arbeitsmarktes • erwerben Kompetenzen zur kritischen Beurteilung von politischen Programmen und Maßnahmen im Bereich des Arbeitsmarktes
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (0%) Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Abraham, Martin, und Thomas Hinz (Hrsg.) (2018): Arbeitsmarktsoziologie. 3. Aufl., Opladen: Westdeutscher Verlag.

1	**Modulbezeichnung** 55922	**Arbeitsmarkt und Haushalt** Labor market and household decisions	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Arbeitsmarkt und Haushalt (SWS) ***Es besteht Anwesenheitspflicht.***	-
3	Lehrende	Prof. Dr. Martin Abraham	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham
5	**Inhalt**	• Vertiefung zentraler Theorien, Methoden und Themenfelder im Bereich Arbeitsmarkt und Haushalt • Eigenständig Erarbeitung von Themenfeldern und Forschungsfragen • Diskussion von Forschungsdesigns, aktueller Befunde, gesellschaftlicher Implikat
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse und spezialisiertes Wissen über einen Teilbereich der Arbeitsmarktsoziologie, d.h. den Zusammenhang von Haushalt/Familie und Prozesse des Arbeitsmarktes. Sie erwerben umfassende und spezialisierte Kompetenz, Forschungsfragen in diesem Bereich anhand von Literatur und Daten eigenständig zu analysieren. Sie können empirische Forschungsarbeiten im Bereich des Arbeitsmarktes kritisch beurteilen. Sie können Fragestellungen und Befunde in Gruppenarbeit konzise präsentieren und sozialpolitische Schlussfolgerungen mit den Teilnehmenden argumentativ diskutieren.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundlegende Kenntnisse der Arbeitsmarktsoziologie Die Teilnehmerzahl ist auf maximal 20 Studierende begrenzt.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat (30%) Hausarbeit (70%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Abraham, Martin, und Thomas Hinz (Hrsg.) (2018): Arbeitsmarktsoziologie. 3. Aufl., Opladen: Westdeutscher Verlag.

1	**Modulbezeichnung** 56512	**Bedürfnisse von Arbeitnehmer*innen - das Beispiel Diversity** Needs of employees - the example of diversity	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Bedürfnisse von ArbeitnehmerInnen- das Beispiel Diversity (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Werner Widuckel	

4	**Modulverantwortliche/r**	Annika Ebert Prof. Dr. Werner Widuckel Doris Zinkl
5	**Inhalt**	Aufbereitung, Interpretation und Diskussion von aktuellen Themen und Studien zur Veränderung von Belegschaftsstrukturen als Herausforderungen für das Personalmanagement
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden lernen anhand aktueller Literatur, Themen und Studien, wissenschaftliche Befunde zu analysieren und zu interpretieren und hieraus mögliche Schlussfolgerungen für die Handlungsfelder des Personalmanagements zu ziehen. Zielsetzung ist die Befähigung zur kritischen Reflexion und Bewertung wissenschaftlicher Erkenntnisse und deren mögliche Aufnahme in die personalpolitische Praxis.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse der Handlungsfelder des Personalmanagements
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;3;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (70%) Präsentation (30%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wechselnde aktuelle Forschungsliteratur

1	**Modulbezeichnung** 53281	**Behavioral economics**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Nima Farhang-Damghani Prof. Dr. Veronika Grimm
5	**Inhalt**	The course provides a theoretical and empirical introduction to "Behavioral Economics". This relatively new area of economics research wants to identify important deviations from classical economics models' predictions and extend existing models to account for these findings. The course will take place on Zoom.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	In the course, we introduce experimental economics method and its use for behavioral-oriented research. Students learn to use empirical and experimental studies as complements to theory in the study of strategic interactions.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Completed Bachelor's degree in Economics or a related discipline, Microeconomics I, and II
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 26 h Eigenstudium: 78 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Angnar, E. (2016). A course in behavioral economics. Palgrave-McMillan. Second edition. Journal articles, announcement on chair website

1	**Modulbezeichnung** 53460	**Change management**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Sebastian Junge
5	**Inhalt**	This module focuses on one of the most important management tasks: to achieve change in organizations. It deals with systematic approaches to influence individuals, teams and the organization as a whole in a desired way in order to develop a company from its current to a future state. The currently ongoing digital transformation makes this particularly worthwhile. Digitalization drives change and thus represents a great challenge, but also offers tremendous opportunities. The module provides participants with a systematic approach in order to (1) successfully initiate and implement organizational changes and (2) successfully guide an organization through a change process. Participants will be provided with theoretical concepts and practical tools for managing organizational change (e.g. research on cognitive biases, trait theory, motivation theory, affective events theory, emotional intelligence, and organizational ambidexterity).
6	**Lernziele und Kompetenzen**	At the end of this module, students are familiar with the tasks and challenges of managing change in organizations. The participants develop an understanding of the importance of successful leadership during organizational change as well as evaluate situations, which are related to organizational change.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Bazerman, M., Moore, D.: Judgement in Managerial Decision Making, 8th ed., Hoboken 2017. Greenberg, J.: Managing Behavior in

		Organizations, 6th ed., Boston 2013. Kahneman, D.: Thinking, Fast and Slow, 1st ed., New York 2013. Robbins, S., Judge, T.: Organizational Behavior, 17th ed., Boston 2017.

1	**Modulbezeichnung** 57150	**Data science**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Data Science (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer Dr. Benedikt Mangold	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	**Inhalt**	Das Modul thematisiert essenzielle Methodiken, die der klassischen statistischen und ökonometrischen Datenanalysen üblicherweise vorgeschaltet sind. Diese Methodiken umfassen • die Akquise von Daten, • das Überprüfen der Daten auf Sinnhaftigkeit bzw. der Umgang mit fehlenden Datenpunkten, • eine deskriptive und graphische Voranalyse der Daten Weiterhin werden die grundliegenden Konzepte des Maschinellen Lernens erläutert und anhand einfacher Beispiele illustriert. Alle o.g. Methodiken werden in der Programmiersprache Python umgesetzt.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden bekommen einen Einblick in die Prozesse die notwendig sind um einen Datensatz anzufertigen, welcher dann Startpunkt für weitere statistische und ökonometrische Datenanalysen sein kann. Dafür werden die zu den einzelnen Prozessschritten gehörigen Problemstellungen aufgezeit, diskutiert und Lösungsansätze am Rechner nachvollzogen. Anschließend sind Studierende in der Lage, Datensätze (z. B. aus frei verfügbaren Datenquellen) zu erstellen, aufzubereiten, zu interpretieren und zu bewerten. Dieses Können ermächtigt Studierende, sich eigene Datensätze abzuleiten, mit deren Hilfe Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher und beruflicher Probleme entwickeln werden können. Die Studierenden verfügen über ein grundliegendes Verständnis der Programmiersprache Python
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Python Grundlagen (Python 3); Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende des Master in Marketing vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;3;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 25 h Eigenstudium: 50 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	https://wiki.python.org/moin/BeginnersGuide/NonProgrammers

1	**Modulbezeichnung** 57125	**Data Science: Foundations, tools and applications in Socio-economics and Marketing**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Data Science: Foundations, Tools, Applications in Socio-Economics and Marketing (2 SWS) Übung: Data Science: Foundations, Tools, Applications in Socio-Economics and Marketing (2 SWS)	5 ECTS 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Malte Reichelt Prof. Dr. Tobias Wolbring Tilman Wörz	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	The lecture provides an overview over foundations, tools and applications of data science in the areas of socio-economics and marketing. Different types of data sources and general tools how to analyze them will be discussed. Furthermore, exemplary studies applying those kinds of data and analysis tools for a variety of topics will be discussed in the lecture.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The students will • gain an overview over the foundations and tools of data science • broaden their understanding of the potentials and pitfalls of these tools • advance their critical thinking about empirical evidence • learn to connect theoretical considerations and empirical analyses • apply the tools to specific research questions
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Firm knowledge of regression analysis, in particular linear regression, is recommended.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30h Eigenstudium: 90h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Salganik, Matthew J. (2017): Bit by Bit: Social Research in the Digital Age. Princeton University Press.

1	**Modulbezeichnung** 53111	**Datenerhebung und Datenstrukturen in der Arbeitsmarktforschung** Collection and structures of data in labor market research	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten. ***Es besteht Anwesenheitspflicht.***	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham
5	**Inhalt**	In der empirischen Arbeitsmarktforschung werden häufig komplexe Daten verwendet, die insbesondere zeitliche Strukturen beinhalten. Gegenstand dieses Moduls ist die Vermittlung grundsätzlicher Erhebungsdesigns solcher Daten, deren Aufbereitung sowie deren Auswertung mit Verfahren der Panel- und Ereignisdatenanalyse.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben Kenntnisse über die Erhebung von Daten in diesem Bereich • erwerben spezialisierte und vertiefte Kompetenz in der Datenaufbereitung • erwerben vertiefte Kompetenzen in der Analyse von Ereignis- und Paneldaten • erwerben vertiefte Kompetenzen im Umgang mit Stata
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	• Grundkenntnisse in Stata sowie bereits praktische Erfahrung (bspw. in einer Hausarbeit oder Abschlussarbeit) • Kenntnisse von OLS und logistischer Regression
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich (33%) Seminararbeit (67%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Blossfeld, H. P., Golsch, K., & Rohwer, G. (2012). Event history analysis with Stata. Psychology Press. Cameron, A. C., & Trivedi, P. K. (2010).

		Microeconometrics Using Stata (Vol. 2). College Station, TX: Stata press.

1	**Modulbezeichnung** 52360	**Datenermittlung** Data collection	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Jonas Dovern
5	**Inhalt**	Vom Design einer Erhebung, ihrer Durchführung bis zur Hochrechnung bzw. Gewichtung der Daten. Dabei beschäftigt sich die Veranstaltung insbesondere mit folgenden Inhalten: Erhebungsformen (schriftlich, telefonisch, online, etc.) Systematische Fehler und Stichprobenfehler Qualitative und quantitative Forschung Fragebogenerstellung Grundzüge der Stichprobentheorie Datenprüfung Hochrechnung und Gewichtung: IPF-Methode, linear weighting Grundzüge des Datenschutzrechts
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden sollen in der Lage sein, zu analysieren, welche Problemfelder bei der Datenerhebung bestehen und Lösungsmöglichkeiten dafür entwickeln. Sie sollen weiter in der Lage sein, die Vor- und Nachteile der verschiedenen Möglichkeiten zu bewerten und so zu sachgerechten Lösungen zu kommen. Die Studierenden sollen darüber hinaus unterscheiden, welches Verfahren für welche Fragestellung geeignet ist. Sie sollen die Voraussetzungen für die Anwendung dieser Verfahren kennen und prüfen können sowie in der Lage sein, die Verfahren zu konzipieren und die Ergebnisse angemessen zu interpretieren.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Kenntnisse der Statistik, wie sie im Grundstudium der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften vermittelt werden.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 25 h Eigenstudium: 125 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	

1	**Modulbezeichnung** 57330	**Development economics**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Development Economics Exercise (2 SWS)	-
3	Lehrende	Lea Mayer Prof. Dr. Johannes Rincke	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Johannes Rincke
5	**Inhalt**	The lecture covers the principles of modern development economics and, using various examples from the current literature, highlights the core topics, the methodological challenges, and the key findings derived in this sub-discipline of economics. The lecture covers decisions of individuals and households and thus has a clear microeconomic focus. A core topic of the lecture is why poor individuals and households are often struggling to leave poverty and to advance to more adequate living conditions, and which policies can help to overcome poverty traps. In the exercise course, the focus is on advanced empirical methods and their application to problems of development. Students work with data sets and replicate core findings from the literature.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The module aims at providing students with a comprehensive set of advanced conceptual and methodological tools to analyse problems in development economics. Specifically, students get an overview of modern development economics and the history of thought in this sub-discipline learn how to analyse specific problems in development economics, based on the current journal literature deal intensively with applied methods in modern development economics, in particular with experimental methods and advanced methods of data analysis learn to understand, evaluate and replicate empirical studies in development economics
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Completion of all compulsory courses in the MSE program, in particular Microeconomics, Applied Econometrics, and Mathematics for Economists
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation (60 Minuten) Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (50%) Klausur (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h

14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Selection of journal articles, provided on StudOn

1	**Modulbezeichnung** 56900	**Die psychologische Bedeutung von Arbeit**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: VHB-Kurs "Die psychologische Bedeutung von Arbeit" (2 SWS) Tutorium: Tutorium zum VHB-Kurs "Die psychologische Bedeutung von Arbeit" (0 SWS)	- -
3	Lehrende	Dr. Rosemarie Gauglitz	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	Das gegenwärtige gesellschaftliche System wird häufig als Arbeitsgesellschaft bezeichnet. Zugrunde liegt die Annahme, dass die moderne Erwerbsarbeit eine entscheidende Größe im Leben der meisten Menschen darstellt und ihre Gedanken, Empfindungen und ihr Verhalten entscheidend prägt. In einer Online-Vorlesung wird ein einführender Überblick in wesentliche Ansätze und Befunde der Forschung zur psychologischen Bedeutung von Arbeit gegeben. Der Fokus wird nicht nur auf theoretischen Konzepten und empirischen Befunden liegen, sondern es werden auch praktische Empfehlungen abgeleitet und die Perspektiven von Experten, Praktikern und Betroffenen einbezogen. Außerdem erfolgt eine Verknüpfung von Forschung und Praxis indem die Studierenden basierend auf ihren erworbenen Kenntnissen einen eigenen Interviewleitfaden zu einer Thematik aus der Vorlesung entwerfen und ein Interview mit einer betroffenen Person durchführen werden.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden lernen Theorien und Modelle zur psychologischen Bedeutung der Arbeit kennen und entwickeln ein vertieftes Verständnis für grundlegende Methoden und zentrale Befunde dieses Forschungsfelds. Zudem lernen sie die eigene Einstellung gegenüber der Erwerbsarbeit und die eigenen arbeitsbezogenen Lebens- und Karrierepläne kritisch zu reflektieren. Sie erwerben darüber hinaus fundierte Kenntnisse zu wichtigen Interventionsarten im Kontext von Erwerbsarbeit und werden darauf vorbereitet, ihre erworbenen Kenntnisse in der eigenen beruflichen Praxis anzuwenden.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungs- und Auswertungsmethoden, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher (englischsprachiger) Materialien, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten) Diskussionsbeitrag Fallstudie(n)

11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (60%) Diskussionsbeitrag (0%) Fallstudie(n) (40%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 0 h Eigenstudium: 150 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Moser, K., Paul, K., Soucek, R., & Wolff, H.-G. (2014). Planung und Evaluation organisationspsychologischer Interventionen. In H. Schuler & K. Moser (Hrsg.), Lehrbuch Organisationspsychologie (5. Auflage, S. 699-756). Huber: Bern. Paul, K. I. & Moser, K. (2015). Arbeitslosigkeit. In K. Moser (Hrsg.), Wirtschaftspsychologie (2. Auflage, S. 263-281). Springer: Berlin. Schaper, N. (2014). Wirkungen von Arbeit. In F. W. Nerdinger, G. Blickle, & N. Schaper (3. Auflage, S. 517-539). Arbeits- und Organisationspsychologie. Springer: Heidelberg. Wegge, J., Endsche, J., & Diestel, S. (2014). Arbeitsgestaltung. In H. Schuler & K. Moser (Hrsg.), Lehrbuch Organisationspsychologie (5. Auflage, S. 643-695). Huber: Bern.

1	**Modulbezeichnung** 57126	**Digital behavioral data**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Digital behavioral data (2 SWS) Seminar: Digital Behavioral Data (SWS)	5 ECTS -
3	Lehrende	Christoph Adrian	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Adrian Meier
5	**Inhalt**	In this seminar, students will be introduced to working with digital behavioral data (DBD). DBD refers to digital traces of human behavior that are knowingly or unknowingly left in online environments (e.g., social media, messengers, entertainment media, or digital collaboration tools). These rich data are increasingly available to social scientific research in the public interest but can also be used to derive strategic insights for business decisions. Students will learn how to work with DBD alongside the entire research process, from data collection, preprocessing and analysis, to reporting and provision (e.g., via open science tools). Students will first get a comprehensive overview of the ways in which DBD can be collected (e.g., APIs, usage logging, mock-up virtual environments, or data donations), as well as the requirements for data protection, research ethics, and data quality. Afterwards, students will practice and apply their newly gained knowledge in small projects on use cases from media and communication research. In doing so, they learn about key computational methods via which large digital behavioral datasets (e.g., texts, images, usage behavior logs) can be processed and analyzed. By completing this module, participants will get an up-to-date overview and practical insights into how to harness the potential of observational data traces to better understand media users' behavior in digital environments.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students will • overview and understand central opportunities of DBD and accompanying challenges for data collection and preprocessing • evaluate the strengths and weaknesses of different ways of collecting DBD • get to know and understand central requirements for data protection, research ethics, and data quality • get to know and overview key computational social science methods to analyze DBD • practice and apply knowledge on DBD, statistics, and data analysis in small projects of their own
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Interest in social scientific perspectives on media, communication, and digital technologies. Basic knowledge of working with statistical software such as Stata, R, Python, or SPSS is required. Students are recommended, but not required, to also visit the lecture Data Science: Foundations, Tools, Applications in Socio-Economics and Marketing.

		Registration takes place via StudOn.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Portfolio
11	**Berechnung der Modulnote**	Portfolio (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch oder Englisch
16	**Literaturhinweise**	• Engel, U., Quan-Haase, A., Liu, S. X., & Lyberg, L. (Eds.). (2022). Handbook of computational social science: Theory, case studies and ethics (Vol. 1). Routledge. • Engel, U., Quan-Haase, A., Liu, S. X., & Lyberg, L. (2022). Handbook of computational social science: Data science, statistical modelling, and machine learning methods (Vol. 2). Routledge. • GESIS - Leipniz-Institut für Sozialwissenschaften. (2022). Digitale Verhaltensdaten. https://www.gesis.org/institut/digitale-verhaltensdaten • Salganik, M. J. (2019). Bit by bit: Social research in the digital age. Princeton University Press. • van Atteveldt, W., Trilling, D., & Arcíla Calderón, C. (2022). Computational analysis of communication: A practical introduction to the analysis of texts, networks, and images with code examples in Python and R. Wiley Blackwell.

1	**Modulbezeichnung** 56210	**Digital change management**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Sven Laumer
5	**Inhalt**	Lecture: This module provides an organizational and social perspective of the digital transformation. It introduces theories and methods to analyze, visualize, and discuss challenges of the acceptance of the digital transformation. Case study: Using research methods (interviews, surveys) students should investigate a digital transformation project and analyze its design and acceptance. The results should be presented as an own case study (case study paper, presentation). The case study is conducted as group work.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students can analyze, visualize and discuss consequences of the digital transformation for individuals and organizations as well as its implementation challenges. Students are able to design an implementation project to focus especially on end-users.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich Klausur (60 Minuten) (schriftlich = Case Study)
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich (50%) Klausur (50%) (schriftlich = Case Study - evaluated as a group)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 80 h Eigenstudium: 70 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Alter, S. (2013). Work System Theory: Overview of Core Concepts, Extensions, and Challenges for the Future. Journal of the Association for Information Systems, 14 (2), 72-121 Kotter, J.P. (2005). Out Iceberg is Melting. St.Martins Press, Kotter, J.P. (2010). Leading Change, Harvard Business Press Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G., and Davis, F. D. 2003. User acceptance of information technology: toward a unified view, MIS Q (27:3), pp. 425478.

1	**Modulbezeichnung** 56170	**Einführung in die Bildungssoziologie** Introduction to the sociology of education	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten. ***Es besteht Anwesenheitspflicht.***	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	• Vertiefung zentraler Theorien, Methoden und Themenfelder der Bildungssoziologie
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • haben vertiefte Kenntnisse der Bildungssoziologie, d.h. über den Zusammenhang zwischen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, dem Bildungssystem und wirtschaftlichen Prozessen • besitzen die Kompetenz, Forschungsfragen in diesem Bereich anhand von Literatur und Daten eigenständig zu analysieren • erwerben vertiefte Kompetenz zur kritischen Beurteilung von politischen Programmen und Maßnahmen im Bereich der Bildung • haben vertiefte Kenntnisse zur Beurteilung und Anwendung von Strategien zur Steuerung des Bildungssystems und seiner Organisationen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Becker (2011). Lehrbuch der Bildungssoziologie Wiesbaden: VS Verlag

1	**Modulbezeichnung** 57086	**Electronic human resources management**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Electronic Human Resources Management (E-HRM) (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Sven Laumer Tina Wölfl	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Sven Laumer
5	**Inhalt**	Die Unterlagen zur Vorlesung und Übung sind auf *Englisch* und *Deutsch* verfügbar. This course focuses on the use and development of digital technologies for the management of human resources in an organizational context. The lecture and the content provided will address theories, methods and digital technologies and provide students with the necessary knowledge for the identification (discovery), design (development), diffusion (diffusion) and evaluation (impact) of digital innovations in human resource management. This phase of knowledge transfer uses an e-learning module, which combines different media. In the context of the application of the knowledge transferred, students are instructed to lead discussions on exercises or case studies. For this purpose, problems from the practice of human resources work are described and students should discuss them with the theories and methods presented or develop suggestions for the use of digital technologies. In the context of knowledge implementation, students are accompanied by a case study analysis to apply the theories and methods. In the virtual design, the case study of the FAUBank will be used in the course for this purpose. Agenda: • Part A: Fundamentals of strategic and electronic HRM • Part B: Social Media • Part C: Data-driven approaches and their use in HRM • Part D: Challenges and opportunities of E-HRM Der Kurs beschäftigt sich mit dem Management einer der wichtigsten Ressourcen im Unternehmen: dessen MitarbeiterInnen. Neben der Vermittlung von Grundlagen zum Human Resources Management (HRM) wird insbesondere auf den Einsatz und die Entwicklung von digitalen Technologien eingegangen und betrachtet, wie digitale Arbeitssysteme das Personalmanagement verändern. Dabei wird auf Grundlagen des strategischen und elektronischen Human Resources eingegangen und es wird der Einsatz von Social Media im HR-Bereich betrachtet. Zudem werden datengetriebene Ansätze und deren Nutzung im HR sowie Herausforderungen und Chancen von elektronischem Human Resources Management (E-HRM) diskutiert.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The general learning and qualification objective of the module is to enable students to gain knowledge about the use and development of digital technologies in human resources management, to explain the effects of digital technologies on human resources management (HRM) and to design digital innovations for HRM.

		Das generelle Lern- und Qualifikationsziel des Moduls ist es, Studierende Wissen über den Einsatz und die Entwicklung von digitalen Technologien im Personalwesen erlangen, Auswirkungen digitaler Technologien auf Human Resources Management (HRM) erklären und digitale Innovationen für HRM gestalten können.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Registration via the vhb (www.vhb.org) is necessary to gain access to the StudOn course. Die Anmeldung über die vhb (www.vhb.org) ist notwendig, um Zugang zum StudOn Kurs zu erhalten.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;3;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 80 h Eigenstudium: 70 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch oder Englisch
16	**Literaturhinweise**	References are provided during the lectures

1	**Modulbezeichnung** 53370	**Empirische Arbeitsmarktforschung** Empirical labor market research	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Empirische Arbeitsmarktforschung (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Bianca Willert Prof. Dr. Claus Schnabel	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Claus Schnabel
5	**Inhalt**	Mittels vorgegebener Datensätze werden ökonometrische Analysemethoden auf aktuelle Fragestellungen der Arbeitsmarktökonomik angewendet und diese eigenständig empirisch untersucht.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden lernen, Arbeitsmarktstudien kompetent zu interpretieren, zu bewerten und zu hinterfragen. Sie verstehen quantitative Methoden differenziert einzusetzen, Hypothesen zu bilden und diese empirisch zu überprüfen. Durch eigenes Arbeiten am PC werden sie in die Lage versetzt, selbständig Forschungsdesigns zu entwickeln, ökonometrische Analysen durchzuführen und deren Ergebnisse aufzubereiten. Zudem verstehen sie es, Erkenntnisse aus fremden oder eigenen empirischen Arbeiten prägnant darzustellen, kritisch zu bewerten und der (Fach-) Öffentlichkeit zu vermitteln.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse in Arbeitsmarktökonomik und Ökonometrie
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Praktische Prüfung/Test Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Praktische Prüfung/Test (20%) Hausarbeit (80%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wechselnde aktuelle Forschungsliteratur

1	**Modulbezeichnung** 55701	**Grundlagen der Organisationspsychologie** Organizational psychology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Übung zur Organisationspsychologie: Teamentwicklung (1 SWS) Vorlesung: Organisationspsychologie (2 SWS) Bei der Übung besteht Anwesenheitspflicht.	2 ECTS 3 ECTS
3	Lehrende	Dr. Rosemarie Gauglitz Klaus Richter	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	• Vertiefende Wissensvermittlung zu Grundfragen, theoretischen Grundlagen und konkreten Instrumenten der Personalarbeit, der Arbeitspsychologie und der Organisationsentwicklung aus psychologischer (verhaltenswissenschaftlicher) Sicht • Kennenlernen und Bewerten aktueller Instrumente und Verfahren • Kritische Betrachtung der wissenschaftlichen Grundlagen und praktischen Anwendbarkeit von Konzepten, Methoden und Instrumenten • Übung: Vertiefung ausgewählter Literatur anhand von ausgewählten Fallstudien. Einübung verschiedener Instrumente und Techniken der organisationspsychologischen Praxis in gemeinsamen Rollenspielen und Methoden der Selbsterfahrung in der Gruppe • Schwerpunkte von Vorlesung und Übung: Gruppenarbeit, Organisationsdiagnose und -entwicklung, Bedeutung von Arbeit, Arbeitslosigkeit, Arbeitsanalyse und -gestaltung, Stress, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erwerben fundierte Kenntnisse über Theorien und Methoden der Personalarbeit und der Organisationsentwicklung. Sie können die operativen Fragen und Methoden in das strategische Management eines Unternehmens einordnen. Sie können die vorgestellten Theorien, Methoden und Verfahren kritisch reflektieren, beurteilen und anwenden. Sie lernen, wie Methoden und Instrumente entwickelt und rigoros evaluiert werden können.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungsmethoden und von Korrelations- und Regressionsrechnung bzw. Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie, Präsentationstechniken, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre von (meistens englischsprachigen) Materialien für die Übung, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Leistungsschein Diskussionsbeitrag Klausur (90 Minuten) Leistungsschein entspricht Versuchspersonenstunde
11	**Berechnung der Modulnote**	Leistungsschein (0%) Diskussionsbeitrag (0%) Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Schuler, H. & Moser, K. (Hrsg.) (2019). Lehrbuch Organisationspsychologie (6. Auflage). Bern: Huber. Schuler, H. & Kanning, U. P. (Hrsg.) (2014), Lehrbuch der Personalpsychologie (3. Auflage). Göttingen: Hogrefe. Ulich, E. (2011). Arbeitspsychologie. Stuttgart: Poeschel. Hacker, W. (1998). Allgemeine Arbeitspsychologie. Bern: Huber. Aktuelle Jahrgänge der Zeitschriften Journal of Applied Psychology, Journal of Occupational and Organizational Psychology und Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie

1	**Modulbezeichnung** 57128	**Kommunikation in der digitalen Arbeitswelt** Communication in the digital work environment	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Adrian Meier Prof. Dr. Reimar Zeh
5	**Inhalt**	Digitale Medien und Kommunikation durchdringen nahezu alle Aspekte unseres täglichen Lebens, insbesondere in einer zunehmend digitalisierten Arbeitswelt. Diese Entwicklung bietet Unternehmen und Mitarbeiter:innen vielfältige Möglichkeiten der organisationsinternen Kommunikation, stellt sie jedoch auch vor große Herausforderungen. Digitale Technologien (z. B. AI, Social Media, Videochat, Big Data) versprechen effizientes Management und Kollaboration in (virtuellen) Teams. Allerdings konfrontieren sie Organisationsmitglieder auch mit digitalem Stress, Erreichbarkeitsdruck, Entgrenzung und Überwachung. Im Seminar beleuchten wir die Kommunikation von Organisationen im Zeitalter der Digitalisierung. Im Vordergrund steht die Frage, wie digitale Technologien die Kommunikation in der Arbeitswelt verändern. Wir betrachten hierbei sowohl die strategische organisationsinterne Kommunikation (bspw. Change- oder Führungs-Kommunikation) als auch die interpersonale Kommunikation aus Perspektive der Mitarbeiter:innen (bspw. Flurgespräche, Selbstpräsentation, Sozialkapital). Das Seminar verbindet wissenschaftliche Erkenntnisse der (digitalen) Organisationskommunikation und interpersonalen Kommunikation mit praktischen Anwendungsfällen. Teilnehmer:innen erlangen ein tiefes Verständnis dafür, wie digitale Technologien und Kommunikationsprozesse in Organisationen zusammenwirken, gesteuert und optimiert werden können.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben grundlegendes und spezialisiertes Wissen der Organisations- und interpersonalen Kommunikation • können organisationale Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung analysieren, einordnen und hinterfragen • üben durch Diskussionen mit Mitstudierenden und Fachvertreter:innen sowie durch praktische Fallanalysen die Fähigkeit, dieses Wissen in Organisationen strategisch anzuwenden • entwickeln die Fähigkeit, Prozesse und Herausforderungen der internen Organisationskommunikation zu analysieren, kritisch einzuordnen und Lösungen diskursiv zu erarbeiten
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4

9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat (50%) Hausarbeit (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Deutsch oder Englisch
16	**Literaturhinweise**	• Duschlbauer, T., Martin, S., & Saffarnia, P. (Eds.). (2018). Organisationskommunikation | Organisational Communication: Vol. 1. Organisationskommunikation im Zeichen der Digitalisierung. Nomos. • Einwiller, S., Sackmann, S. A., & Zerfaß, A. (2020). Handbuch Mitarbeiterkommunikation: Interne Kommunikation in Unternehmen. Springer Gabler. • Lewis, L. (2019). Organizational change: Creating change through strategic communication (2nd ed.). Wiley. • Miller, K. (2015). Organizational communication: Approaches and processes (7th ed.). Cengage Learning.

1	**Modulbezeichnung** 55810	**Konsumentenverhalten II** Consumer behavior II	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Theorieseminar: Marktpsychologisches Theorieseminar: Finanzpsychologie (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Michael Ziegler Prof. Dr. Klaus Moser Dr. Jürgen Kirsch	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	Kennenlernen aktueller Theorien und Methoden in der Markt- und Werbeforschung Kritische Betrachtung der wissenschaftlichen Grundlagen und praktischen Anwendbarkeit von Konzepten, Methoden und Instrumenten
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden besitzen umfassende und spezialisierte Kenntnisse über Theorien, Methoden und Problemlösungstechniken der Markt- und Werbepsychologie. Sie können wesentliche Theorieansätze verstehen, vermitteln und kritisch reflektieren. Sie verfassen wissenschaftliche Berichte auf publikationsreifem Niveau.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Für das Seminar: Module Einführung in Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens sowie Präsentations- und Moderationstechniken; Modul Konsumentenverhalten I; Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und methodisch anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat (0%) Hausarbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Moser, K. (Hrsg.) (2015). Wirtschaftspsychologie (2. Aufl.). Heidelberg: Springer. Aktuelle Jahrgänge der Zeitschriften Journal of Consumer Research, Journal of Consumer Psychology und Journal of Marketing

1	**Modulbezeichnung** 55110	**Konsumentenverhalten III** Consumer behavior III	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Theorieseminar: Marktpsychologisches Theorieseminar: Finanzpsychologie (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Michael Ziegler Prof. Dr. Klaus Moser Dr. Jürgen Kirsch	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	Vertiefende Auseinandersetzung mit aktuellen Theorien und Methoden der Marktpsychologie Kritische Betrachtung der wissenschaftlichen Grundlagen und praktischen Anwendbarkeit von Konzepten, Methoden und Instrumenten
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden haben detaillierte und spezialisierte Kenntnisse von Methoden und Problemlösungstechniken der Marktpsychologie. Sie verstehen wesentliche Theorieansätze, können diese erläutern, vermitteln, kritisch reflektieren und verteidigen. Sie verfassen, wissenschaftliche Berichte auf publikationsreifem Niveau.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Einführung in Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens sowie Präsentations- und Moderationstechniken; Module Konsumentenverhalten I und II; Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und methodisch anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (0%) Hausarbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Moser, K. (Hrsg.) (2015). Wirtschaftspsychologie (2. Aufl.). Heidelberg: Springer. Aktuelle Jahrgänge der Zeitschriften Journal of Consumer Research, Journal of Consumer Psychology und Journal of Marketing

1	**Modulbezeichnung** 55120	**Konsumentenverhalten IV** Consumer behavior IV	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Im aktuellen Semester werden keine Lehrveranstaltungen zu dem Modul angeboten. Für weitere Auskünfte zum Lehrveranstaltungsangebot kontaktieren Sie bitte die Modul-Verantwortlichen.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	Kennen lernen aktueller Theorien und Methoden in der Markt- und Werbeforschung Kritische Betrachtung der wissenschaftlichen Grundlagen und praktischen Anwendbarkeit von Konzepten, Methoden und Instrumenten Durchführung eines eigenen Forschungsprojekts im Bereich der Marktpsychologie
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden besitzen vertieftes und spezialisiertes Wissen der Markt- und Werbepsychologie. Sie beherrschen zentrale Methoden insbes. für den Anwendungsbereich der Markt- und Werbewirkungsforschung. Sie wissen, wie Methoden und Instrumente entwickelt und rigoros evaluiert werden können und können diese anwenden. Sie besitzen Erfahrungen in der Durchführung entsprechender Studien und können wissenschaftliche Berichte über Forschungsergebnisse auf publikationsreifem Niveau verfassen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Einführung in Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens sowie Präsentations- und Moderationstechniken; Module Konsumentenverhalten I und II; Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und methodisch anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat (0%) Hausarbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Moser, K. (Hrsg.) (2015). Wirtschaftspsychologie (2. Aufl.). Heidelberg: Springer. Aktuelle Jahrgänge der Zeitschriften Journal of Consumer Research, Journal of Consumer Psychology und Journal of Marketing

1	**Modulbezeichnung** 57127	**Nachhaltigkeitskommunikation** Sustainability communication	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Im aktuellen Semester werden keine Lehrveranstaltungen zu dem Modul angeboten. Für weitere Auskünfte zum Lehrveranstaltungsangebot kontaktieren Sie bitte die Modul-Verantwortlichen.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Adrian Meier Prof. Dr. Reimar Zeh
5	**Inhalt**	Nachhaltigkeit bezieht sich auf die zukunftssichere und generationengerechte Verwendung ökologischer, sozialer und ökonomischer Ressourcen. Zum einen meint Nachhaltigkeitskommunikation das Handeln professioneller Kommunikatoren, etwa wenn Unternehmen ihr (mehr oder weniger) nachhaltiges Handeln nach Außen kommunizieren (z. B. CSR-Kommunikation, Greenwashing). Zum anderen umfasst es die Kommunikation gesellschaftlicher Akteure und Interessengruppen (z. B. Protestbewegungen, NGOs), die nachhaltiges Handeln einfordern. Schließlich sind der gesamtgesellschaftliche Diskurs um Nachhaltigkeit (bspw. zum Klimawandel) sowie die Wirkungen von Nachhaltigkeitskommunikation auf Individuen, kollektive Akteure und die Gesellschaft als Ganzes gemeint. In diesem Seminar nehmen wir nacheinander alle vier Perspektiven ein (Unternehmenskommunikation, Aktivismus, gesamtgesellschaftliche Kommunikation und Kommunikationswirkungen). Das Seminar verbindet dabei eine forschungsbasierte, diskursive Auseinandersetzung mit kleineren praktischen Kommunikationsprojekten.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen im Feld der Nachhaltigkeitskommunikation, z.B. Kommunikationsstrategien über Nachhaltigkeit, Nachhaltigkeit im gesellschaftlich-politischen Diskurs und Folgen dieser Kommunikationsprozesse. • erwerben durch die Auseinandersetzung mit dem Thema und die regelmäßige Diskussion mit Mitstudierenden und Fachvertretern Problemlösungs-, Kommunikations- und Medienkompetenzen. • entwickeln die Fähigkeit, Prozesse und Herausforderungen der Nachhaltigkeitskommunikation zu analysieren, kritisch einzuordnen und Lösungen diskursiv zu erarbeiten.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;3

9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Fallstudie(n)
11	**Berechnung der Modulnote**	Fallstudie(n) (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Deutsch oder Englisch
16	**Literaturhinweise**	Heinrich, P. (Hrsg.). (2018). CSR und Kommunikation: Unternehmerische Verantwortung überzeugend vermitteln. Springer Berlin Heidelberg. Hoppe, I., & Wolling, J. (2017). Nachhaltigkeitskommunikation. In H. Bonfadelli, B. Fähnrich, C. Lüthje, J. Milde, M. Rhomberg, & M. S. Schäfer (Hrsg.), Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation (S. 339–354). Springer Fachmedien Wiesbaden Neverla, I., & Schäfer, M. S. (Hrsg.). (2012). Das Medien-Klima. VS Verlag für Sozialwissenschaften Neverla, I., Taddicken, M., Lörcher, I., & Hoppe, I. (Hrsg.). (2019). Klimawandel im Kopf: Studien zur Wirkung, Aneignung und Online-Kommunikation. Springer Fachmedien Wiesbaden.Kümpel, A. S., Peter, C., Schnauber-Stockmann, A., & Mangold, F. (Hrsg.). (2022). Nachhaltigkeit als Gegenstand und Zielgröße der Rezeptions- und Wirkungsforschung: Aktuelle Studien und Befunde. Nomos.

1	**Modulbezeichnung** 53083	**Ökonomie der Sozialpolitik** Economics of social policy	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Matthias Wrede
5	**Inhalt**	Ausgewählte ökonomische Analysen der Sozialpolitik unter Einschluss ethischer und ökonomischer Grundlagen sowie institutioneller Aspekte
6	**Lernziele und Kompetenzen**	• Studierende kennen ausgewählte Bereiche der Sozialpolitik und können diese beschreiben und international vergleichen. • Studierende können ethische und ökonomische Grundlagen staatlicher Eingriffe in ausgewählten Bereichen sozialer Sicherung darstellen, interpretieren und diskutieren. • Studierende können Wirkungen sozialpolitisch relevanter Größen theoretisch und empirisch verstehen, bewerten und hinterfragen. • Studierende können sozialpolitische Maßnahmen unter Effizienz- und Gerechtigkeitsgesichtspunkten bewerten und hinterfragen. • Studierende geben Ihren Kommilitonen im Rahmen ihrer Präsentationen strukturiertes Feedback. • Studierende fördern die Fachkenntnisse der anderen Studierenden durch themenspezifische Diskussionsbeiträge. • Studierende erfassen, bewerten und diskutieren ausgewählte aktuelle, meist englischsprachige Forschungsarbeiten in Ihrer Seminararbeit.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Mikroökonomische und ökonometrische Kenntnisse
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (70%) Präsentation (30%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Die Literatur wird während des Kurses bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 54650	**Performance management in teams**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: VHB-Kurs "Performance Management in Teams" (2 SWS) Tutorium: Tutorium zum VHB-Kurs "Performance Management in Teams" (0 SWS)	5 ECTS -
3	Lehrende	Dr. Colin Roth Prof. Dr. Klaus Moser	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	Performance management is a comprehensive systematic approach aimed at aligning the performance of groups and individuals with organizational goals and strategy and at achieving continuous improvement. Strategically derived performance indicators and motivational interventions such as goal setting, feedback, and participation are core elements of performance management. This course covers several topics that are relevant for the design of effective performance management systems. Furthermore, by focusing on an evidence-based approach, students will learn how to derive and assess indicators of success and how these contribute to organizational success. In a case study, students will learn how to use the Productivity Measurement and Enhancement System (ProMES) which is already used by practitioners. This course will focus on: • motivational theories and their role for productivity management in organizations • basic knowledge on performance measurement and discussion of critical aspects • practical use and development of an own ProMES system (in groups of students)
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students will learn about theories and approaches of performance assessment in organizations. They will also acquire knowledge concerning the prerequisites of successful productivity management. Furthermore, they will develop a productivity management system on their own and practice how to implement and evaluate organizational interventions that focus on productivity.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Recommended: Basic knowledge of assessment and analytical procedures of the social sciences, basic knowledge of scientific work, willingness to read extensive texts in English, English skills (minimum level: UNICERT II).
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten) Kurztest Fallstudie(n)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%) Kurztest (0%) Fallstudie(n) (0%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 0 h Eigenstudium: 150 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Pritchard, R. D. Weaver, S. J., & Ashwood, E. L. (2012). Applied Psychology Series: Evidence-based productivity improvement: A practical guide to the Productivity Measurement and Enhancement System (ProMES). London: Routledge.

1	**Modulbezeichnung** 54011	**Principles of marketing I**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Marketing Theorie (Master) (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer
5	**Inhalt**	Es werden die unterschiedlichen theoretischen Ansätze in der Marketingforschung vorgestellt. Inhaltliche Schwerpunkte sind u. a. wissenschaftstheoretische Grundlagen und Theorien zum Konsumentenverhalten.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können wissenschaftliche Grundlagen sowie spezialisiertes und vertieftes Fachwissen zu den theoretischen Ansätzen und Modellen der Marketingforschung unterscheiden, erläutern und anwenden. Im Besonderen können die Studierenden in kritischer Weise Theorien, Terminologien, Besonderheiten, Grenzen und Lehrmeinungen der Marketingforschung erläutern und reflektieren. Weiterhin können eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher Probleme entwickelt werden, um spezifische Problemstellungen im Marketing zu bearbeiten.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L., C., Piercy, N. J. (2022): Grundlagen des Marketing, 8. Aufl., Hallbergmoos. Kroeber-Riel, W., Gröppel-Klein, A. (2019): Konsumentenverhalten, 11. Aufl., München. Kuß, A. (2013): Marketing-Theorie Eine Einführung, 3. Aufl., Wiesbaden.

1	**Modulbezeichnung** 54262	**Principles of marketing II**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Produkt- und Preismanagement (2 SWS) Übung: Produkt- und Preismanagement ÜB (1 SWS)	5 ECTS -
3	Lehrende	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	**Inhalt**	Das Modul vermittelt sowohl wissenschaftliche Grundlagen als auch spezialisiertes und vertieftes Fachwissen aus den Bereichen Produkt- und Preismanagement. Der Inhalt orientiert sich an der aktuellen Marketingforschung und bezieht empirische Forschungserkenntnisse ein. Studierende erhalten ein vertieftes Verständnis für die Aspekte des Produkt- und Preismanagements und deren Besonderheiten. Außerdem werden Kenntnisse über die praktische Anwendung des Produkt- und Preismanagements sowie Implikationen für Unternehmen vermittelt. Produktmanagement beschäftigt sich insbesondere mit: • Grundlegenden Aspekten des (digitalen) Produktmanagements • Innovationsmanagement • Projektmanagement • Management etablierter Produkte • Markenmanagement Preismanagement behandelt: • Allgemeine Grundlagen des Preismanagements • Grundlagen der klassischen Preistheorie • Verhaltenswissenschaftliche Grundlagen • Preisbestimmung • Preisdurchsetzung
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können in vertiefter und kritischer Weise Konzepte, Theorien, Besonderheiten und Methoden aus den Bereichen Produkt- und Preismanagement erläutern, anwenden und bewerten. Auf Grundlage ihres Wissens sind die Studierenden dazu befähigt, mögliche Problemfelder in den beiden Bereichen selbständig zu identifizieren und eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher und beruflicher Probleme zu entwickeln und diese mit Blick auf deren Bedeutung und Auswirkung zu hinterfragen. Zudem sind die Studierenden in der Lage, eigenständig zu entscheiden, welche quantitativen Methoden aus den Bereichen Produkt- und Preismanagement für welche Fragestellungen geeignet sind und diese Methoden anwenden. Dafür müssen sie die Eignung und Voraussetzungen zur Anwendung der Methode unter Berücksichtigung alternativer Methoden beurteilen sowie die Methode adäquat anwenden.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3

9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Leistungsschein Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Leistungsschein (0%) Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 50 h Eigenstudium: 100 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Diller, H. (2021), Pricing: Prinzipien und Prozesse der betrieblichen Preispolitik, 5. Aufl., Stuttgart. Homburg, Ch. (2020), Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, 7. Aufl., Wiesbaden. Monroe, K. B. (2003), Pricing - Making Profitable Decisions, 3rd ed., Boston. Simon, H., Fassnacht, M. (2016), Preismanagement - Strategie, Analyse, Entscheidung, Umsetzung, 4. Aufl., Wiesbaden.

1	**Modulbezeichnung** 54327	**Seminar on Labour and Education Economics**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Seminar on Labour and Education Economics (3 SWS) It is mandatory to participate in the seminar on the presentation days.	5 ECTS
3	Lehrende		

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Nagler Prof. Dr. Michael Oberfichtner
5	**Inhalt**	During the seminar, participants will discuss a broad range of current topics in labor economics and economics of education. The seminar has two consecutive parts. In the first part, students write a thesis (15 pages) under the guidance of their advisor. In an introductory session, students learn about the principles of scientific work and the scope of analysis that is expected. The thesis elaborates on the literature (see the list of topics for the main article(s) to be covered). Students are expected to search for additional literature and then work independently on their topic. Advisors provide close guidance during this process.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students • study selected parts of the academic literature in labour and education economics and learn how to deal with this literature • learn how to identify relevant contributions in large bodies of economic literature • learn about up-to-date methods (theory and empirics) in labour and education economics • learn how to read economic papers and to evaluate and assess contributions, both in terms of theory and empirical methods • learn how to delineate conclusions from the academic literature in terms of policy implications and recommendations • learn how to structure and write academic theses in economics • expand their skills in terms of presentation techniques and participation in academic discussion
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	All techniques and methods that are part of the curriculum in the first two semester of the study program MSE
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Seminararbeit Diskussionsbeitrag
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (30%) Seminararbeit (50%) Diskussionsbeitrag (20%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Will be provided

1	**Modulbezeichnung** 52950	**Seminar: Public economics 1**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Thiess Büttner Prof. Dr. Sarah Necker Prof. Dr. Matthias Wrede
5	**Inhalt**	Topics in Public Economics
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students • study selected parts of the academic literature in public economics (mostly from scientific journals) and learn how to deal with this literature • learn how to identify relevant contributions in large bodies of economic literature • learn about current approaches and methods in public economics • learn how to read economic papers and to evaluate and assess contributions, regarding both theory and empiry • learn how to draw conclusions from the academic literature in terms of policy implications and critically analyse these findings • learn how to structure and write an academic thesis in economics expand their skillset in presenting research and presentation techniques and actively participate in academic discussion
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	All techniques and methods that are part of the curriculum in the first semester
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Will be provided together with the topic announcements.

1	**Modulbezeichnung** 52960	**Seminar: Public economics 2**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Seminar Public Economics (3 SWS)	-
3	Lehrende	William Dean Annalisa Tassi Prof. Dr. Thiess Büttner	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Thiess Büttner Prof. Dr. Sarah Necker Prof. Dr. Matthias Wrede
5	**Inhalt**	Topics in Public Economics
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students • study selected parts of the academic literature in public economics (mostly from scientific journals) and learn how to deal with this literature • learn how to identify relevant contributions in large bodies of economic literature • learn about current approaches and methods in public economics • learn how to read economic papers and to evaluate and assess contributions, regarding both theory and empiry • learn how to draw conclusions from the academic literature in terms of policy implications and critically analyse these findings • learn how to structure and write an academic thesis in economics • expand their skillset in presenting research and presentation techniques and actively participate in academic discussion
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	All techniques and methods that are part of the curriculum in the first semester
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch

16	**Literaturhinweise**	Will be provided together with the topic announcements.

1	**Modulbezeichnung** 55850	**Seminar zur Arbeitsmarktsoziologie** Seminar in labor market sociology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Seminar zur Arbeitsmarktsoziologie (2 SWS) ***Es besteht Anwesenheitspflicht.***	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Hans Dietrich	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham
5	**Inhalt**	• Vertiefung zentraler Theorien, Methoden und Themenfelder der Arbeitsmarktsoziologie • Eigenständig Erarbeitung von Themenfeldern, Forschungsfragen und Forschungsdesigns
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben vertiefte Kenntnisse über Arbeitsmarktsoziologie, d.h. den Zusammenhang gesellschaftlicher Rahmenbedingungen und Prozesse des Arbeitsmarktes • erwerben Kompetenz, Forschungsfragen in diesem Bereich anhand von Literatur und Daten eigenständig zu analysieren • erwerben vertiefte Kompetenz zur kritischen Beurteilung von politischen Programmen und Maßnahmen im Bereich des Arbeitsmarktes
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundlegende Kenntnisse der Arbeitsmarktsoziologie
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Referat
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (100%) Referat (0%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Abraham, Martin, und Thomas Hinz (Hrsg.) (2018): Arbeitsmarktsoziologie. 3. Aufl., Opladen: Westdeutscher Verlag.

1	**Modulbezeichnung** 56180	**Seminar zur Bildungssoziologie** Seminar in sociology of education	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Seminar zur Bildungssoziologie (2 SWS) ***Es besteht Anwesenheitspflicht.***	5 ECTS
3	Lehrende	Martin Völker Dr. Jacqueline Kroh	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	• Vertiefung zentraler Theorien, Methoden und Themenfelder der Bildungssoziologie • Eigenständige Erarbeitung von Themenfeldern, Forschungsfragen und Forschungsdesigns
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • haben vertiefte Kenntnisse der Bildungssoziologie, d.h. über den Zusammenhang zwischen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, dem Bildungssystem und wirtschaftlichen Prozessen • besitzen die Kompetenz, Forschungsfragen in diesem Bereich anhand von Literatur eigenständig zu analysieren • besitzen die Kompetenz, die Anwendung von Methoden und Daten auf eigene Forschungsfragen zu diskutieren • erwerben vertiefte Kompetenz zur kritischen Beurteilung empirischer Evidenz im Bereich der soziologischen Bildungsforschung • erwerben vertiefte Kompetenz zur Diskussion von Strategien zur Steuerung des Bildungssystems und seiner Organisationen aus bildungssoziologischer Perspektive
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat (0%) Hausarbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Kopp, Johannes (2009) Bildungssoziologie. Eine Einführung anhand empirischer Studien. Wiesbaden: VS Verlag

1	**Modulbezeichnung** 52270	**Seminar zur Organisationspsychologie** Seminar in organizational psychology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Im aktuellen Semester werden keine Lehrveranstaltungen zu dem Modul angeboten. Für weitere Auskünfte zum Lehrveranstaltungsangebot kontaktieren Sie bitte die Modul-Verantwortlichen.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	• wechselnde Themen und Schwerpunkte. • Auseinandersetzung mit theoretischen Grundlagen und konkreten Instrumenten der Personalarbeit, der Arbeitspsychologie und der Organisationsentwicklung aus psychologischer (verhaltenswissenschaftlicher) Sicht
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden demonstrieren ihren souveränen Umgang mit der einschlägigen Fachliteratur und organisationspsychologischen Theorien und Methoden. Die Studierenden erwerben fundierte Kenntnisse über Theorien und Methoden der Personalarbeit, der Arbeitspsychologie und der Organisationsentwicklung. Sie können die operativen Fragen und Methoden in das strategische Management eines Unternehmens einordnen. Sie können die bearbeiteten Theorien, Methoden und Verfahren kritisch reflektieren, beurteilen und anwenden. Sie lernen, wie Methoden und Instrumente entwickelt und rigoros evaluiert werden können.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungsmethoden und von Korrelations- und Regressionsrechnung bzw. Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie, Präsentationstechniken, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher (meistens englischsprachiger) Materialien, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (100%) Präsentation (0%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Schuler, H. & Moser, K. (Hrsg.) (2014). Lehrbuch Organisationspsychologie (5. Auflage). Bern: Huber. Schuler, H: & Kanning, U. P. (Hrsg.) (2014), Lehrbuch der Personalpsychologie (3. Auflage). Göttingen: Hogrefe. Ulich, E. (2011). Arbeitspsychologie. Stuttgart: Poeschel. Hacker, W. (1998). Allgemeine Arbeitspsychologie. Bern: Huber. Aktuelle Jahrgänge der Zeitschriften Journal of Applied Psychology, Journal of Occupational and Organizational Psychology und Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie

1	**Modulbezeichnung** 55860	**Seminar zur Wirtschaftssoziologie** Sociology of economics	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten. ***Es besteht Anwesenheitspflicht.***	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	• Vertiefung zentraler Theorien, Methoden und Themenfelder der Wirtschaftssoziologie • Eigenständige Erarbeitung von Themenfeldern, Forschungsfragen und Forschungsdesigns
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • haben vertiefte Kenntnisse über den Zusammenhang zwischen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und wirtschaftlichen Prozessen • besitzen umfassende Kompetenz, Forschungsfragen in diesem Bereich anhand von Literatur und Daten eigenständig zu analysieren • erwerben vertiefte Kompetenz zur kritischen Beurteilung von politischen Programmen und Maßnahmen im Bereich der Wirtschaft • verfügen über vertiefte Kenntnisse zur Beurteilung und Anwendung von Strategien zur Steuerung von Organisationen im Wirtschaftsprozess
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat (0%) Hausarbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Portes, Alejandro (2010) Economic Sociology. A systematic inquiry. Princeton, NJ: Princeton University Press. Smelser, Neil, and Richard

		Swedberg (Eds.). 2005. The Handbook of Economic Sociology. Second Edition. New York: Russell Sage Foundation.

1	**Modulbezeichnung** 55960	**Spatial economics**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Matthias Wrede
5	**Inhalt**	Urban Economics, Trade, Mobility, and Agglomeration, Spatial Concentration, Regional Policy
6	**Lernziele und Kompetenzen**	After successful completion of this course, • Students are able to describe and to internationally compare the regional patterns of major economic activities in terms of stylized facts. • Students are able to present, interpret, and discuss selected theories in regional and urban economics. • Students are able to apply and assess selected empirical methods in spatial economics. • Students are able to assess empirical tests of selected hypotheses from theories in regional and urban economics to evaluate and critically examine their informative value. • Students are able to discuss and evaluate regional political implications of selected economic theories in regional and urban economics. • Students will assess, evaluate and discuss selected recent research papers in English.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Microeconomics and Econometrics I recommended
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten) Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (80%) Präsentation (20%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Will be announced in the course.

1	**Modulbezeichnung** 58021	**Spezielle Kommunikationswissenschaft II** Advanced communication research II	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Zu diesem Modul sind keine Lehrveranstaltungen oder Lehrveranstaltungsgruppen hinterlegt!	
3	Lehrende	Zu diesem Modul sind keine Lehrveranstaltungen und somit auch keine Lehrenden hinterlegt!	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Adrian Meier Prof. Dr. Reimar Zeh
5	**Inhalt**	Die Seminare Spezielle Kommunikationswissenschaft vertiefen einen aktuellen Forschungsschwerpunkt der Kommunikationswissenschaft. Mögliche Schwerpunkte liegen bspw. in den Bereichen: • Kommunikation & Technologie • Medienpsychologie • Medieninhaltsforschung • Medienrezeptionsforschung • Medienwirkungsforschung • Medienwandel & -innovationen • Medien, Kommunikation & (psychische) Gesundheit • Medien, Kommunikation & Arbeitswelt • Medien, Kommunikation & Umwelt/Klima • Politische Kommunikation • Unternehmenskommunikation/PR • Wissenschaftskommunikation
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben vertieftes Wissen in einem aktuellen kommunikationswissenschaftlichen Forschungsfeld. • können selbstständig die relevanten theoretischen Ansätze bereichsspezifisch und -übergreifend sowohl mit Mitstudierenden bzw. Fachvertretern als auch Laien diskutieren. • können die Relevanz von Forschungsergebnissen für Gesellschaft, Organisationen und Individuen einschätzen und auf andere Situationen übertragen. • entwickeln die Fähigkeit, aktuelle kommunikations- oder medienpraktische Problemstellungen zu analysieren und zu lösen. • können die diskutierten Ansätze und Theorien auf Szenarien aus der Berufswelt übertragen und selbstständig Hypothesen hierzu formulieren und geeignete Hypothesentests entwickeln. • erwerben durch die Auseinandersetzung mit dem Thema Problemlösungs-, Kommunikations- und Medienkompetenzen, die Bedeutung für unterschiedliche Berufsfelder im Bereich Kommunikation und Medien besitzen
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2

9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20172 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (50%) Präsentation (50%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch oder Englisch
16	**Literaturhinweise**	

1	**Modulbezeichnung** 54101	**Strategic communication**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Strategic Communication (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Julius Klingelhöfer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Adrian Meier Prof. Dr. Reimar Zeh
5	**Inhalt**	• Kommunikationsstrategien • Kommunikatorforschung • Rezeption und Wirkung von strategischer Kommunikation • Persuasive Kommunikation • Psychologische Grundlagen der strategischen Kommunikation
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben fundierte Kenntnisse aus verschiedenen Bereichen der strategischen Kommunikation, z.B. Kommunikations-strategien, Nutzung, Rezeption und Wirkung von strategischer Kommunikation • erwerben durch die Auseinandersetzung mit dem Thema und die regelmäßige Diskussion mit Mitstudierenden und Fachvertretern Problemlösungs-, Kommunikations- und Medienkompetenzen, die Bedeutung für unterschiedliche Berufsfelder im Bereich Kommunikation und Medien besitzen • entwickeln die Fähigkeit, strategische Kommunikations-prozesse und -probleme zu analysieren und Lösungen diskursiv zu behandeln • können strategische Kommunikation zum Einsatz bringen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Fallstudie(n)
11	**Berechnung der Modulnote**	Fallstudie(n) (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch oder Englisch
16	**Literaturhinweise**	

1	**Modulbezeichnung** 52300	**Theorieseminar zur Wirtschaftspsychologie** Theory seminar: business psychology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Seminar zur Organisationspsychologie: Digitaler Stress (2 SWS) Theorieseminar: Marktpsychologisches Theorieseminar: Konsumentenverhalten (2 SWS)	5 ECTS 5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Jürgen Kirsch Dr. Michael Ziegler	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	a. Vertiefende Auseinandersetzung mit Themen der Wirtschaftspsychologie (Personalpsychologie, Organisationspsychologie, Konsumentenverhalten) b. Im Theorieseminar setzen sich die Studierenden gründlich und auf der Basis anspruchsvoller i.d.R. englischsprachiger Fachliteratur mit einem aktuellen Thema auseinander, stellen dies mündlich vor und verfassen eine in Form und Niveau an eine Fachpublikation angelehnte Hausarbeit c. Die Themen wechseln semesterweise.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden gehen souverän mit der einschlägigen deutsch- wie englischsprachigen Fachliteratur sowie wirtschaftspsychologischen Theorien und Methoden um. Sie können wissenschaftliche Positionen erläutern, vertreten, kritisieren und verteidigen. Sie besitzen detaillierte Fachkenntnisse nach dem neuesten Kenntnisstand zu spezifischen Fragestellungen in der Wirtschaftspsychologie und besitzen fachliche und konzeptionelle Fertigkeiten zur Entwicklung und Evaluation entsprechender Methoden und Instrumente.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Besuch vorbereitender Module aus den Bereichen Personalpsychologie, Organisationspsychologie oder Konsumentenverhalten. Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungsmethoden und von Korrelations- und Regressionsrechnung bzw. Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie, Präsentationstechniken, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (100%) Präsentation (0%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch oder Englisch
16	**Literaturhinweise**	Wird bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 52153	**The supply of medical services**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Harald Tauchmann
5	**Inhalt**	In this course the market for medical services and in particular the supply of services from physicians and hospitals is analyzed. The focus is on behavioral incentives and how they are shaped by the characteristics of health as a special good as well as by institutional settings. Topics to be covered are supplier induced demand, quality-quantity-relationship in hospitals and optimal reimbursement schemes. The course will also cover individual health behavior. Throughout the course microeconomic models will be used.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students • understand the behavior of phsysicians from a microeconomic perspective • can evaluate governmental regulations in health care markets • can discuss reforms in the health care sector
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Solid knowledge of microeconomics and some basic knowledge of econometrics is recommended.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Zweifel, P., Breyer, F., Kifmann, M. (2009): Health Economics, Springer, 2. Aufl.

1	**Modulbezeichnung** 54630	**Ungleichheit in modernen Gesellschaften** Inequality in modern society	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten. ***Es besteht Anwesenheitspflicht.***	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	Im Rahmen dieses Moduls werden die Ursachen, Folgen und Dynamiken sozialer Ungleichheit in modernen Gesellschaften thematisiert. Im Mittelpunkt stehen a) Theorien der Ungleichheitsentstehung und der Ungleichheitsfolgen b) empirische Analysen der Ungleichheit c) (sozial-)politische Konsequenzen
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Aufbauend auf grundlegenden Kenntnissen der Soziologie und der Sozialstrukturanalyse besitzen die Studierenden nach Beendigung des Kurses • die Fähigkeit zur fortgeschrittenen theoretischen Analyse ungleichheitsrelevanter Themen und Prozesse, • die Kompetenz, fortgeschrittene empirische Analysen nachzuvollziehen und zu kritisieren, • die Fähigkeit, praktische Konsequenzen aus wissenschaftlichen Analysen in verschiedenen Feldern zu ziehen, die Fähigkeit, diese Kompetenzen auf andere Bereiche anzuwenden.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse der soziologischen Theorie, der Regressionsanalyse sowie der Sozialstrukturanalyse
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	DiPrete, T. A., & Eirich, G. M. (2006). Cumulative advantage as a mechanism for inequality: A review of theoretical and empirical

		developments. Annu. Rev. Sociol., 32, 271-297. Neckerman, K. M., & Torche, F. (2007): Inequality: Causes and consequences. Annu. Rev. Sociol., 33

1	**Modulbezeichnung** 54328	**Urbane Arbeits- und Wohnungsmärkte** Urban Labor and Housing Markets	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Urban Labor and Housing Markets (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Matthias Wrede Dr. Andreas Mense	

4	**Modulverantwortliche/r**	Dr. Andreas Mense
5	**Inhalt**	Empirische Evidenz zu urbanen Arbeitsmärkten und deren Interaktion mit dem lokalen Wohnungsmarkt; empirische Evidenz zu Wohnungspolitiken und deren Effekte auf den Arbeitsmarkt, das Arbeitsangebot, die Wohnortwahl, und individuelle Erwerbsbiographien
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Nach dem Kurs • verstehen die Studierenden die wesentlichen ökonomischen Konzepte zur Untersuchung von urbanen Arbeits- und Wohnungsmärkten, und wenden diese an • können die Studierenden aktuelle empirische Forschungspapiere zum Thema verstehen, bewerten und diskutieren • verstehen die Studierenden wichtige Besonderheiten urbaner Arbeitsmärkte und wie diese mit dem lokalen Wohnungsmarkt interagieren • können die Studierenden Vor- und Nachteile wichtiger Politikmaßnahmen auf dem Wohnungsmarkt anhand der empirischen Evidenz diskutieren, insbesondere im Hinblick auf die Wechselwirkungen mit dem Arbeitsmarkt
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation bzw. Referat/Klausur **Method of Examination**: Written exam (60 minutes) and presentation during the lecture; written exam must be passed individually.
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation bzw. Referat/Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 40 h Eigenstudium: 110 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch

16	**Literaturhinweise**	Chetty, R., Hendren, N., Katz, L. (2016). The Effects of Exposure to Better Neighborhoods on Children: New Evidence from the Moving to Opportunity Experiment. *American Economic Review*, 106(4): 855–902. Dauth, W., Findeisen, S., Moretti, E., Suedekum, J. (2022). Matching in Cities. *Journal of the European Economic Association* 20(4), 1478-1521. Jacob, B., Ludwig, J. (2012). The Effects of Housing Assistance on Labor Supply: Evidence from a Voucher Lottery. *American Economic Review* 102(1), 272-304. Metcalf, G. (2018). Sand Castles Before the Tide? Affordable Housing in Expensive Cities. The Journal of Economic Perspectives, 32(1), 59-80. Pollakowski, H. O., Weinberg, D.H., Andersson, F., Haltiwanger, J.C., Palloni, G., Kutzbach, M.J. (2022). Childhood Housing and Adult Outcomes: A Between-Siblings Analysis of Housing Vouchers and Public Housing. *American Economic Journal: Economic Policy*, 14(3): 235-72. De la Roca, J., Puga, D. (2017). Learning by Working in Big Cities. The Review of Economic Studies 84(1), 106–142.

1	**Modulbezeichnung** 54270	**Vertriebs- und Kommunikationsmanagement** Communications and sales management	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Übungen zum Vertriebs- und Kommunikationsmanagement (1 SWS) Vorlesung: Vertriebs- und Kommunikationsmanagement (2 SWS)	- 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Andreas Fürst	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Andreas Fürst
5	**Inhalt**	Das Modul vermittelt den Studierenden vertiefende Kenntnisse idealtypischer organisationaler, strategischer und operativer Prozesse des Vertriebs- und Kommunikationsmanagements. Neben dieser theoretischen Fundierung der beiden Themenkomplexe wird zusätzlich Bezug auf die Relevanz der einzelnen Komponenten in der Praxis genommen. Vertriebsmanagement beschäftigt sich insbesondere mit: • Organisationalen Fragestellungen des Vertriebsmanagements (z.B. Gestaltung und Optimierung von Vertriebsorganisationen) • Strategischen Fragestellungen des Vertriebsmanagements (z.B. Definition von Vertriebszielen, Gestaltung der Beziehung zu Vertriebspartnern) • Operativen Fragestellungen des Vertriebsmanagements (z.B. Mitarbeiterführung im Vertrieb, Umsetzung der Vertriebs-strategie) Kommunikationsmanagement beschäftigt sich insbesondere mit: • Organisationalen Fragestellungen des Kommunikations-managements (z.B. Auswahl des Dienstleisters) • Strategischen Fragestellungen des Kommunikations-managements (z.B. Ziele und Zielgruppen der Kommunikation, Budgetierung) • Operativen Fragestellungen des Kommunikationsmanagements (z.B. Gestaltung der Kommunikationsmaßnahmen, Kontrolle der Kommunikationswirkung)
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erwerben ein umfassendes Fachwissen auf dem aktuellsten Stand der Marketingforschung unter Einbezug empirischer Forschungskenntnisse. Studierende können in vertiefter und kritischer Weise Theorien, Terminologien, Besonderheiten und Grenzen des Vertriebs- und Kommunikationsmanagements erläutern, anwenden und reflektieren. Studierende können Konzepte, Theorien und Methoden aus den Bereichen des Vertriebs- und Kommunikationsmanagements kritisch beurteilen und auf Praxisfragestellungen anwenden. Sie können mögliche Problemfelder in diesen Bereichen selbstständig identifizieren und evidenzbasierte, qualitative Lösungsansätze auf Basis verschiedener Handlungsoptionen ausarbeiten.

7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Bruhn, M. (2019), Kommunikationspolitik: Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen, 9. Auflage, München. Diller, H., Fürst, A., Ivens, B. (2011), Grundprinzipien des Marketing, 3. Auflage, Nürnberg. Homburg, Ch. (2020), Marketingmanagement: Strategie Instrumente Umsetzung Unternehmensführung, 7. Auflage, Wiesbaden. Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M., Eisenbeiß, M. (2019), Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 13. Auflage, Wiesbaden. Schweiger, G., Schrattenecker, G. (2021), Werbung, 10. erw. Auflage, Konstanz.

1	**Modulbezeichnung** 52310	**Wirtschaftspsychologie Projektseminar** Project seminar on business psychology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Projektseminar: Projektseminar Wirtschaftspsychologie: Das Impostor-Phänomen (2 SWS)	-
3	Lehrende	Dr. Rosemarie Gauglitz Dr. Michael Ziegler	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	d. Vertiefende Auseinandersetzung mit Themen der Wirtschaftspsychologie (Personalpsychologie, Organisationspsychologie, Konsumentenverhalten) e. Auf der Basis vorgegebener Themen werden empirische Studien alleine oder in kleinen Gruppen durchgeführt. f. Die Themen wechseln semesterweise
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden demonstrieren ihren souveränen Umgang mit der einschlägigen Fachliteratur und wirtschaftspsychologischen Theorien und Methoden. Sie können wissenschaftliche Positionen erläutern, vertreten, kritisieren und verteidigen. Sie erwerben fundierte Fachkenntnisse zu spezifischen Fragestellungen in der Wirtschaftspsychologie und vertiefen ihre Kenntnisse darin, wie Methoden und Instrumente entwickelt und evaluiert werden können.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Besuch vorbereitender Module aus den Bereichen Personalpsychologie, Organisationspsychologie oder Konsumentenverhalten. Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungsmethoden und von Korrelations- und Regressionsrechnung bzw. Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie, Präsentationstechniken, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Projekt-/Praktikumsbericht
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (0%) Projekt-/Praktikumsbericht (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch oder Englisch

16	**Literaturhinweise**	Wird bekannt gegeben

Sozialökonomischer Pflichtbereich

1	**Modulbezeichnung** 55041	**Medien- & Kommunikationsforschung**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Media Psychology & Effects (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Adrian Meier	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Adrian Meier Prof. Dr. Reimar Zeh
5	**Inhalt**	• Massenmediale Kommunikationsprozesse • Rezeptionsforschung • Wirkungsforschung • Medieninhaltsforschung
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erlernen vertieftes und spezialisiertes Wissen in zentralen Bereichen der Kommunikationswissenschaft. • erlernen durch Diskussionen mit Mitstudierenden und Fachvertretern die Bedeutung von Massenkommunikation für Individuen und Organisationen kritisch zu bewerten. • können einschätzen, welche Folgen die Medienberichterstattung für die daran beteiligten Akteure hat. • können die behandelten Ansätze und Theorie sowie aktuelle Forschungsfragen hierzu selbstständig beurteilen und vergleichen, sowie deren empirische Überprüfung konzipieren.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 1
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Sozialökonomischer Pflichtbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch oder Englisch
16	**Literaturhinweise**	

1	**Modulbezeichnung** 55911	**Mikroökonomie und Spieltheorie**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: MA Üb Mikroökonomie und Spieltheorie (2 SWS) Vorlesung: MA V/SEM Mikroökonomie und Spieltheorie (2 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Sebastian Ach Prof. Dr. Matthias Wrede	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Matthias Wrede
5	**Inhalt**	Mikroökonomische Theorie des Haushalts, mikroökonomische Theorie der Unternehmung, Gleichgewichtstheorie, Grundkonzepte der nicht-kooperativen Spieltheorie
6	**Lernziele und Kompetenzen**	• Studierende können grundlegende Konzepte der Mikroökonomie beschreiben und erläutern. • Studierende können Verhaltensweisen von Anbietern und Nachfragern und deren Zusammenspiel auf Güter- und Faktormärkten anhand mikroökonomischer Methoden einordnen, diskutieren und beurteilen. • Studierende können strategisches Verhalten von Wirtschaftssubjekten anhand spieltheoretischer Methoden einordnen, diskutieren und beurteilen. • Studierende können mikroökonomische Methoden auf sozialwissenschaftlich relevante Probleme anwenden und diese daraufhin einstufen und diskutieren. • Studierende geben Ihren Kommilitonen im Rahmen ihrer Präsentation strukturiertes Feedback. • Studierende fördern die Fachkenntnisse der anderen Studierenden durch themenspezifische Diskussionsbeiträge.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 1;3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Sozialökonomischer Pflichtbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (20%) Klausur (80%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	E-Learning-Materialien: Carmichael, F. (2005). A Guide to Game Theory. Prentice Hall; Varian, H.R. (2010). Intermediate Microeconomics. A Modern Approach. 8th Edition. W.W. Norton; Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 53043	**Ökonometrie** Econometrics	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Tutorium: Ökonometrie Softskills (2 SWS) Übung: Oekonometrie-Übung (2 SWS) Übung: Brückenkurs Ökonometrie für Masterstudierende (0 SWS) Tutorium: Oekonometrie-Tutorium (2 SWS) Vorlesung: OEK (2 SWS)	- - - - 5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Erwin Winkler Anton Barabasch Irakli Sauer Prof. Dr. Regina Therese Riphahn	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn
5	**Inhalt**	Konzept der linearen Regression in Matrixnotation; Inhaltliche und statistische Interpretation linearer Regressionsmodelle; Heteroskedastie und Autokorrelation; Endogenität und Instrumentvariablenschätzung; Maximum Likelihood Schätzung und Modelle für bivariate abhängige Variablen; Praktische Umsetzung der Lerninhalte mit Hilfe der Statistiksoftware STATA
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erwerben umfassende und fundierte Kenntnisse in linearen und nicht linearen Schätz- und Testverfahren und wenden diese mit Hilfe der Statistiksoftware STATA an. Sie beurteilen die Angemessenheit der Verfahren im praxisbezogenen Kontext und erstellen eigene empirische Analysen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse Statistik und Ökonometrie im Umfang des angebotenen Brückenkurses
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 1
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Sozialökonomischer Pflichtbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%) 100 % Klausur (Bei Notenverbesserung ist eine freiwillige, vorlesungsbegleitend erstellte Hausarbeit zu 20 % auf die Endnote anrechenbar, in der auf Basis eines Datensatzes und mit Hilfe von Stata eine empirische Fragestellung bearbeitet wird. Dabei kann sich die Klausurnote um bis zu 0,7 Notenpunkte verbessern. Die Prüfung ist nur bestanden, wenn auch die Klausur bestanden ist. Die Hausarbeit wird nur in dem Semester gewertet, in dem sie erstellt wurde.)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Verbeek, Marno, 2012, A Guide to Modern Econometrics, 4. A., Wiley.

1	**Modulbezeichnung** 53021	**Personalpsychologie** Personnel psychology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Übung zur Personalpsychologie: Simulationsorientierte Verfahren der Personalauswahl / Gruppe 2 (1 SWS) Bei der Übung besteht Anwesenheitspflicht.	2 ECTS
3	Lehrende	PD Dr. Katharina Ebner Dr. Michael Ziegler	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	• Vertiefende Wissensvermittlung zu Grundfragen, theoretischen Grundlagen und konkreten Instrumenten der Personalarbeit in Organisationen aus psychologischer (verhaltens-wissenschaftlicher) Sicht • Kennenlernen und Bewerten aktueller Instrumente und Verfahren der Personalarbeit • Kritische Betrachtung der wissenschaftlichen Grundlagen und praktischen Anwendbarkeit von Konzepten, Methoden und Instrumenten • Schwerpunkte: Personalmarketing, -auswahl und -beurteilung, Sozialisation und Personalentwicklung, Entlohnung, Motivation, Führung • Übung: Vertiefung ausgewählter Literatur anhand von ausgewählten Fallstudien • Kennenlernen von Instrumenten und Maßnahmen der Personalpsychologie. Einüben von praxisrelevanten Techniken im Rahmen von Rollenspielen und praktischen Übungen in Gruppenarbeit.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden besitzen detaillierte Kenntnisse über Theorien und Methoden der Personalarbeit (Schwerpunkt: Individuum). Sie können die operativen Fragen und Methoden in das strategische Management eines Unternehmens einordnen. Sie können die vorgestellten Theorien, Methoden und Verfahren kritisch reflektieren und beurteilen. Sie können Wissen und Fertigkeiten in der Praxis anwenden um Probleme aufzuzeigen und Lösungen zu entwickeln. Sie wissen, wie Methoden und Instrumente entwickelt und rigoros evaluiert werden können.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungsmethoden und von Korrelations- und Regressionsrechnung, Präsentationstechniken, Bereitschaft zur Lektüre von Materialien für die Übung im Vorfeld.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 1
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Sozialwissenschaftliche Grundlagen Master of Science Sozialökonomik 2013 Sozialökonomischer Pflichtbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Diskussionsbeitrag Leistungsschein Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Diskussionsbeitrag (0%) Leistungsschein (0%) Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Schuler, H. & Kanning, U. P. (Hrsg.) (2014). Lehrbuch der Personalpsychologie (3. Auflage). Göttingen: Hogrefe.

1	**Modulbezeichnung** 55082	**Sozialökonomisches Projektseminar** Project seminar in a topic of social economics	**15 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Sozialökonomisches Projektseminar I (3 SWS) Seminar: Sozialökonomisches Projektseminar II (4 SWS)	5 ECTS 10 ECTS
3	Lehrende	Prof. Abraham / Prof. Meier / Prof. Klaus Moser / Prof. Wrede / Prof. Wolbring / Prof. Zeh	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	• Durchführung eines empirischen Forschungsprojektes in Kleingruppen
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben detaillierte und umfassende Kenntnisse und anwendungsorientierte praktische Erfahrung über Erhebung und Auswertung von Daten • lernen neue Ideen und Verfahren zu entwickeln und auf eine konkrete Fragestellung anzuwenden • erwerben Kompetenzen in der schriftlichen und mündlichen Darstellung und Aufbereitung von Projektergebnissen • erwerben vertiefte und detaillierte Kenntnisse anhand einer konkreten Fragestellung über den aktuellen internationalen Stand der Forschung in diesem Bereich anhand einer konkreten Fragestellung • erwerben Kompetenzen in der eigenständigen anwendungsorientierten Planung und Durchführung von Forschungsprojekten und im Projektmanagement
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungs- und Auswertungsmethoden; Modul Quantitative Methoden I, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte; Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Sozialökonomischer Pflichtbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 150 h Eigenstudium: 300 h
14	**Dauer des Moduls**	2 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 55031	**Soziologische Forschungsprobleme und Forschungsdesigns** Research problems and research designs in sociology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Soziologische Forschungsprobleme (3 SWS) Übung: Soziologische Forschungsprobleme - UE (0 SWS)	5 ECTS -
3	Lehrende	Prof. Dr. Tobias Wolbring	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	Die Veranstaltung bietet eine grundlegende Einführung in den theoretisch-empirischen Forschungsprozess anhand ausgewählter soziologischer Theorien und konkreter Forschungsbeispiele.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erwerben • umfassende und detaillierte Kenntnisse über aktuelle soziologische Theorien und ihre Umsetzung in empirisch testbare Hypothesen • erwerben die Kompetenz soziologische Forschungsfragen anhand von Literatur eigenständig zu analysieren • lernen differenziert und umfassend theoretische Ansätze kritisch zu beurteilen und ihren empirischen Erklärungsgehalt zu prüfen • entwickeln eigene neue Ideen, um bekannte theoretische Ansätze zu erweitern und erarbeiten sich eigenständig eine eigene Fragestellung • erwerben Kenntnisse über den Entwurf von adäquaten Forschungsdesigns • erwerben Kompetenz in der Projektplanung und Teamarbeit
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 1
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Sozialwissenschaftliche Grundlagen Master of Science Sozialökonomik 2013 Sozialökonomischer Pflichtbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Portfolio Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Portfolio (17%) Klausur (83%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Karl-Dieter Opp (2014): Methodologie der Sozialwissenschaften. Einführung in Probleme ihrer Theorienbildung und praktischen Anwendung, v.a. Kapitel 7-9

Wahlmodul: Vertiefung Methoden

1	**Modulbezeichnung** 57150	**Data science**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Data Science (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer Dr. Benedikt Mangold	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	**Inhalt**	Das Modul thematisiert essenzielle Methodiken, die der klassischen statistischen und ökonometrischen Datenanalysen üblicherweise vorgeschaltet sind. Diese Methodiken umfassen • die Akquise von Daten, • das Überprüfen der Daten auf Sinnhaftigkeit bzw. der Umgang mit fehlenden Datenpunkten, • eine deskriptive und graphische Voranalyse der Daten Weiterhin werden die grundliegenden Konzepte des Maschinellen Lernens erläutert und anhand einfacher Beispiele illustriert. Alle o.g. Methodiken werden in der Programmiersprache Python umgesetzt.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden bekommen einen Einblick in die Prozesse die notwendig sind um einen Datensatz anzufertigen, welcher dann Startpunkt für weitere statistische und ökonometrische Datenanalysen sein kann. Dafür werden die zu den einzelnen Prozessschritten gehörigen Problemstellungen aufgezeit, diskutiert und Lösungsansätze am Rechner nachvollzogen. Anschließend sind Studierende in der Lage, Datensätze (z. B. aus frei verfügbaren Datenquellen) zu erstellen, aufzubereiten, zu interpretieren und zu bewerten. Dieses Können ermächtigt Studierende, sich eigene Datensätze abzuleiten, mit deren Hilfe Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher und beruflicher Probleme entwickeln werden können. Die Studierenden verfügen über ein grundliegendes Verständnis der Programmiersprache Python
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Python Grundlagen (Python 3); Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende des Master in Marketing vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;3;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 25 h Eigenstudium: 50 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	https://wiki.python.org/moin/BeginnersGuide/NonProgrammers

1	**Modulbezeichnung** 53111	**Datenerhebung und Datenstrukturen in der Arbeitsmarktforschung** Collection and structures of data in labor market research	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten. Es besteht Anwesenheitspflicht.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham
5	**Inhalt**	In der empirischen Arbeitsmarktforschung werden häufig komplexe Daten verwendet, die insbesondere zeitliche Strukturen beinhalten. Gegenstand dieses Moduls ist die Vermittlung grundsätzlicher Erhebungsdesigns solcher Daten, deren Aufbereitung sowie deren Auswertung mit Verfahren der Panel- und Ereignisdatenanalyse.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben Kenntnisse über die Erhebung von Daten in diesem Bereich • erwerben spezialisierte und vertiefte Kompetenz in der Datenaufbereitung • erwerben vertiefte Kompetenzen in der Analyse von Ereignis- und Paneldaten • erwerben vertiefte Kompetenzen im Umgang mit Stata
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	• Grundkenntnisse in Stata sowie bereits praktische Erfahrung (bspw. in einer Hausarbeit oder Abschlussarbeit) • Kenntnisse von OLS und logistischer Regression
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich (33%) Seminararbeit (67%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Blossfeld, H. P., Golsch, K., & Rohwer, G. (2012). Event history analysis with Stata. Psychology Press. Cameron, A. C., & Trivedi, P. K. (2010).

		Microeconometrics Using Stata (Vol. 2). College Station, TX: Stata press.

1	**Modulbezeichnung** 52360	**Datenermittlung** Data collection	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Jonas Dovern
5	**Inhalt**	Vom Design einer Erhebung, ihrer Durchführung bis zur Hochrechnung bzw. Gewichtung der Daten. Dabei beschäftigt sich die Veranstaltung insbesondere mit folgenden Inhalten: Erhebungsformen (schriftlich, telefonisch, online, etc.) Systematische Fehler und Stichprobenfehler Qualitative und quantitative Forschung Fragebogenerstellung Grundzüge der Stichprobentheorie Datenprüfung Hochrechnung und Gewichtung: IPF-Methode, linear weighting Grundzüge des Datenschutzrechts
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden sollen in der Lage sein, zu analysieren, welche Problemfelder bei der Datenerhebung bestehen und Lösungsmöglichkeiten dafür entwickeln. Sie sollen weiter in der Lage sein, die Vor- und Nachteile der verschiedenen Möglichkeiten zu bewerten und so zu sachgerechten Lösungen zu kommen. Die Studierenden sollen darüber hinaus unterscheiden, welches Verfahren für welche Fragestellung geeignet ist. Sie sollen die Voraussetzungen für die Anwendung dieser Verfahren kennen und prüfen können sowie in der Lage sein, die Verfahren zu konzipieren und die Ergebnisse angemessen zu interpretieren.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Kenntnisse der Statistik, wie sie im Grundstudium der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften vermittelt werden.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 25 h Eigenstudium: 125 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	

1	**Modulbezeichnung** 53107	**Microeconometrics and machine learning** Microeconometrics and Machine Learning	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn
5	**Inhalt**	Maximum Likelihood estimation, binary dependent variables, multinomial and ordered dependent variables, Tobit models, selection models, duration models, count data models, applications of machine learning in economics. Practical application of empirical methods using Stata.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Based on introductory econometrics modules students acquire specialized knowledge regarding maximum likelihood estimation and microeconometric problems, and methods of machine learning. Students learn how to apply these methods using the statistics software STATA. They discuss and evaluate the appropriateness of specific methods in the framework of practical applications and have the opportunity to voluntarily prepare written empirical homework.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic knowledge in statistics and econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%) The grade is based 100 % on a written exam. However, a voluntarily submitted homework can account for 20 % or the final grade if it improves the grade. The homework can be prepared in groups of up to two students. In the homework an empirical analysis is performed based on Stata. The final grade can be improved by up to 0.7 points. However, the exam must be passed. The homework only counts towards final grades in the semester in which they are produced, i.e. only in the summer semester.
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch

16	**Literaturhinweise**	Cameron, C. und P. K. Trivedi, 2005, Microeconometrics. Methods and Applications, Cambridge Univ. Press. Greene, William H., 2020, Econometric Analysis, 8.ed., Pearson Hastie, T., R. Tibsharani, und J., 2009, The Elements of Statistical Learning: Data Mining, Inference and Prediction, Springer. Wooldridge, J.M., 2010, Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data, 2.ed., MIT Press.

1	**Modulbezeichnung** 53055	**Panel and evaluation methods**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Panel- and Evaluation Methods (PEV)-Übung (2 SWS) Tutorium: Panel- and Evaluation Methods-Tutorium (2 SWS) Vorlesung: Panel- and Evaluation Methods (2 SWS) Übung: Panel- and Evaluation Methods Softskills (2 SWS)	- - 5 ECTS -
3	Lehrende	Dr. Selina Gangl Prof. Dr. Regina Therese Riphahn	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn
5	**Inhalt**	Endogeneity in the linear regression model; instrumental variables estimation; static and dynamic panel data models; matching; difference-in-differences estimation; regression discontinuity design; quantile regression; practical application of methods using statistics software STATA
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Based on the introductory econometrics module "Ökonometrie" students acquire specialized knowledge in panel und evaluation methods and apply it using the statistics software STATA. Students evaluate to what degree empirical patterns can be interpreted as causal and decide to what extent problems of endogeneity can be solved via panel data or exogeneous variation. Students can produce own empirical analyses.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic knowledge in statistics and econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%) 100 % written exam (a voluntarily submitted homework can account for 20 % of the final grade if it improves the grade. In the homework an empirical analysis is performed based on Stata. The final grade can be improved by up to 0.7 points. However, the exam must be passed. The homework only counts towards final grades in the semester in which they are produced, i.e. only in the winter semester.)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Wooldridge, J.M., 2010, Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data, 2.ed., MIT Press. Greene, William H., 2020, Econometric Analysis, 8. ed., Pearson, New Jersey Cameron, C.A. and P.K. Trivedi, 2005, Microeconometrics. Methods and Applications, Cambridge University Press Angrist, J. and J.-S. Pischke, 2009, Mostly Harmless Econometrics, Princeton University Press, Princeton, and Oxford. Verbeek, M., 2017, A Guide to Modern Econometrics, 5. ed., Wiley.

Wahlmodul: Angewandte Methoden

1	**Modulbezeichnung** 52320	**Angewandte Methoden: Ausgewählte Methoden der Sozialforschung** Applied methods: Selected social research methods	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham
5	**Inhalt**	• Die Veranstaltung bietet eine Vertiefung eines ausgewählten Methodenbereichs im Hinblick auf die spezifischen Erfordernisse des Projektseminars
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben vertiefte Kenntnisse über einen spezifischen Methodenbereich wie z.B. spezifische Formen der Datenerhebung, Experimente oder spezifische Modelle der Datenauswertung • erwerben fortgeschrittene Kompetenzen, eigenständig Forschungs- und Praxisprobleme mit diesen Methoden zu analysieren • erwerben umfassendes und spezialisiertes Wissen zu dem neuesten Erkenntnisstand von fortgeschrittenen Analysemethoden
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungs- und Auswertungsmethoden; Modul Quantitative Methoden I
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Angewandte Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 52330	**Angewandte Methoden: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung** Applied methods: Empirical communication research	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Adrian Meier Prof. Dr. Reimar Zeh
5	**Inhalt**	• Vertiefung einer oder mehrerer ausgewählter Methoden der Kommunikationswissenschaft • Anwendung und kritische Reflektion der Methoden
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erlernen vertieftes und spezialisiertes Wissen über ausgewählte Methoden der empirischen Kommunikationsforschung • können die Methoden beschreiben und erläutern • analysieren selbstständig kommunikationswissenschaftliche Forschungsfragen anhand qualitativer oder quantitativer Methoden • wenden die Methoden praktisch und selbstständig an • entwickeln durch Diskussionen mit Mitstudierenden bzw. Fachvertretern die Fähigkeit, an aktuellen fachwissenschaftlichen und forschungsrelevanten Debatten teilzunehmen, um Probleme und Lösungen im Bereich der kommunikationswissenschaftlichen Forschung zu erörtern • erhalten methodische Kompetenzen für Berufsfelder und der Forschung im kommunikationswissenschaftlichen Bereich.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Angewandte Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat Projekt-/Praktikumsbericht
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat (0%) Projekt-/Praktikumsbericht (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch oder Englisch
16	**Literaturhinweise**	

1	**Modulbezeichnung** 52340	**Angewandte Methoden: Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie** Applied methods: Methods in business and organizational psychology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	a. Vertiefende Behandlung von Forschungsdesigns und vornehmlich multivariaten statistischen Analyseverfahren unter besonderer Berücksichtigung fachspezifischer Anwendungen und Probleme (z.B. moderierte Regression, Meta-Analyse). b. Die Inhalte werden durch verschiedene Lehrmethoden, wie etwa Dozentin bzw. Dozent-/ Studierendenvorträge, Übungen am PC etc. vermittelt.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden verstehen die Forschungsmethoden anwendungsbezogener Fachartikel und können diese bewerten und kritisch hinterfragen. Sie sind in der Lage, selbständig anspruchsvolle Untersuchungen zu planen, durchzuführen und auszuwerten. Sie können sich zudem eigenständig in weitere Analyseverfahren einarbeiten.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungs- und Auswertungsmethoden; Präsentationstechniken, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte; Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Angewandte Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	sonst Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	sonst (0%) Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wird bekannt gegeben

Wahlmodul: Spezielle VWL

1	**Modulbezeichnung** 53000	**Arbeitsmarktökonomie** Labor economics	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Arbeitsmarktökonomie (Master) (2 SWS) Übung: Übung zur Arbeitsmarktökonomie (Master) (2 SWS)	3 ECTS 2 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Claus Schnabel	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Claus Schnabel
5	**Inhalt**	1. Arbeitsmarktüberblick 2. Arbeitsangebot 3. Humankapital 4. Arbeitsnachfrage 5. Suche am Arbeitsmarkt 6. Mobilität und Migration 7. Löhne 8. Lohndifferenziale und Diskriminierung 9. Arbeitslosigkeit
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Das Modul vermittelt die wesentlichen Methoden und Erkenntnisse der modernen ökonomischen Analyse von Arbeitsmärkten. Die Studierenden bestimmen die wichtigsten Einflussfaktoren auf der Angebots- und Nachfrageseite des Arbeitsmarktes, erschließen die Bedeutung von Humankapital sowie die Rolle der Entlohnung, und können die wesentlichen Ursachen von Arbeitslosigkeit analysieren sowie Bekämpfungsmöglichkeiten aufzeigen. Sie werden in die Lage versetzt, die vorgestellten Theorien kritisch zu reflektieren, empirische Arbeitsmarktstudien eigenständig zu interpretieren, wirtschaftspolitische Maßnahmen zu bewerten und eigene Handlungsempfehlungen zu entwickeln.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse der Mikroökonomie und der empirischen Wirtschaftsforschung
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 1
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle VWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Borjas, G.: Labor Economics, 8. Aufl. 2020;Cahuc, P./Carcillo, S./Zylberberg, A.: Labor Economics, 2. Aufl. 2014;Franz, W.: Arbeitsmarktökonomik, 8. Aufl. 2013

1	**Modulbezeichnung** 56790	**Gesundheitsökonomie I** Health economics I	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Ü: Gesundheitsökonomie I (1 SWS) Vorlesung: VL: Gesundheitsökonomie I (2 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Franz Josef Zorzi Prof. Dr. Harald Tauchmann	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Harald Tauchmann
5	**Inhalt**	Die Veranstaltung betrachtet das Gesundheitswesen aus mikroökonomischer Perspektive. Den Schwerpunkt der Veranstaltung bildet die Betrachtung von Krankenversicherungsmärkten und ihrer spezifischen Unvollkommenheiten, und Probleme (adverse Selektion, Moral Hazard, Risikoselektion), die sich aus den besonderen Eigenschaften des Gutes Gesundheit ergeben. Aus dieser Betrachtung werden Anforderungen an die Gestaltung eines Gesundheitssystems abgeleitet. Studierende sollten die Bereitschaft mitbringen, sich vertieft mit mikroökonomischen Modellen zu beschäftigen.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben fundiertes ökonomisches Wissen über das Gesundheitswesen, insbesondere bzgl. Krankenversicherungsmärkten, • analysieren die Besonderheiten von Gesundheitsmärkten im Rahmen theoretischer Modelle, • überprüfen deren Validität anhand empirischer Studien
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse in Mikroökonomie und Ökonometrie sollten vorhanden sein.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 1;3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle VWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Breyer, F., Zweifel, P. & Kifmann, M. (2013): Gesundheitsökonomik, 6. Aufl., Springer. Sloan, F.A. & Hsieh, C.R. (2012): Health Economics, MIT Press. Folland, Sh., Goodman, A. & Stano, M. (2009): The Economics of Health and Health Care, 6th int. ed., Prentice Hall.

1	**Modulbezeichnung** 53071	**Personnel economics**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten. Compulsory attendance is required for discussion and feedback processes.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn
5	**Inhalt**	The module addresses key topics of modern personnel economics research, such as hiring, contract design, motivation, training, teamwork, and group incentives.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students acquire specialized knowledge of personnel economics theories and research questions. By preparing short thesis papers and a seminar paper, students learn to evaluate and critically discuss methodological choices and substantive conclusions drawn in recent empirical research papers. Students assess theoretical approaches, applied empirical methods and results of recent research papers. Students present and scrutinize complex facts and results. They discuss the theoretical background, empirical method, and empirical evidence on personnel economics research contributions, discuss presentations of fellow students and provide constructive feedback. Compulsory attendance is required for discussion and feedback processes.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic knowledge of microeconomics and econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle VWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminararbeit schriftlich Seminar paper, thesis papers
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminararbeit (60%) schriftlich (40%) Seminar paper (group work) (60 %), thesis papers (40 %)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Garibaldi, Pietro (2006), Personnel Economics in Imperfect Labour Markets, Oxford Univ. Press.

		Neilson, William S. (2007), Personnel Economics, Pearson Educ. Inc. Lazear, Edward P. (1998), Personnel Economics, MIT Press. Selected research papers.

Wahlmodul: Spezielle BWL

1	**Modulbezeichnung** 56780	**Business ethics and corporate social responsibility** Sustainability management, business ethics and corporate social responsibility	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	**Inhalt**	This course combines several perspectives on normative issues in business. First, we take a moral psychology perspective to understand how morality helps us solve certain problems, but also creates pitfalls in the modern world. Second, we develop an ethical framework for navigating contentious issues and supporting the search for constructive solutions. Third, we apply this framework to analyze how (why) social and environmental goals are (not) achieved at the macro level. We will pay particular attention to the role of markets and their regulation. Fourth, we take the perspective of the individual firm and ask whether and to what extent firms need to integrate moral issues into their value creation processes. In this context, corporate social responsibility can serve as a means to implement these moral issues. We will therefore take a closer look at CSR, its origins, development and instruments. We conclude the course by discussing various applications and cases.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students: • Are able to to provide differentiated arguments on questions relevant to our society • Have skills to critically reflect current issues in business ethics and CSR • Know concepts that help to critically reflect the role of business in society • Understand the changing environment of companies • Are able to use dilemma structure as analytical tool • Understand the CSR discourse and its core concepts
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	elektronische Prüfung (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	elektronische Prüfung (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h

14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Provided via StudOn

1	**Modulbezeichnung** 52170	**Einführung in das Genossenschaftswesen** Introduction to cooperative systems	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Einführung in das Genossenschaftswesen (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Matthias Wrede Prof. Dr. Richard Reichel	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	**Inhalt**	Gegenstand der Veranstaltung ist die wissenschaftliche Betrachtung der Rechts- und Unternehmensform Genossenschaft aus betriebs- und volkswirtschaftlicher Sicht.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erlangen ein generelles Verständnis für das Modell Genossenschaft und dessen historischen Background. Zusätzlich erhalten die Studierenden einen Einblick in die verschiedenen Geschäftsfelder in denen Genossenschaften vertreten sind und analysieren deren Vorzüge in diesen Bereichen. Insbesondere sind die Studierenden in der Lage • die Entwicklung der Genossenschaften nachzuvollziehen, • die Rolle von Genossenschaften in der Bundesrepublik Deutschland zu reflektieren, • die Vor- und Nachteile der Rechts- und Unternehmensform eG gegenüber anderen Personen und Kapitalgesellschaften einzuschätzen, und • die Gründungsvoraussetzungen einzuordnen. Zur Verdeutlichung der dargestellten Sachverhalte be- bzw. erarbeiten die Studierenden Lösungsansätze zu ausgewählten Frage- und Problemstellungen aus der Praxis.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3;5
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (50%) Klausur (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Kursspezifische Literatur

1	**Modulbezeichnung** 53710	**Foundations of international management I**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Foundations of International Management I (1 ECTS, Seminar) (1 SWS) Vorlesung: Foundations of International Management I (2 SWS)	1 ECTS 4 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	**Inhalt**	1. Environment of International Management: History and Major Trends 2. Theoretical and Conceptual Foundations of International Management 3. Theories of Internationalization 4. Strategic Management in International Corporations.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The participants understand and analyze typical management problems of international firms. The participants will get to know modern theories and methods of international management and will be able to apply these to practical problems. They get a detailed overview of the current state of international management research and are able to evaluate theoretical and empirical studies in this area critically.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	English language proficiency (C1)
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 1;3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Report Präsentation *Details for the examination for the lecture: Report (6 pages)* *Details for the examination for the seminar: Oral presentation (attendance mandatory)*
11	**Berechnung der Modulnote**	Report (80%) Präsentation (20%) *Details: Report (Lecture): 80%; Presentation (Seminar) 20%*
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Holtbrügge, D. & Welge, M.K. (2020). International Management. Mimeo, Nürnberg (chapters 1-4). Holtbrügge, D. & Haussmann, H. (eds.) (2017). Internationalization Strategies of Firms. Case Studies

		from the Nürnberg Metropolitan Region. 2nd edition. Augsburg-München: Hampp.

1	**Modulbezeichnung** 53720	**Foundations of international management II**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Foundations of International Management II (1 ECTS, Seminar) (1 SWS) Vorlesung: Foundations of International Management II (2 SWS)	1 ECTS 4 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge Maxim Grib	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	**Inhalt**	1. Organization of International Corporations 2. Human Resource Management in International Corporations 3. Public Affairs Management in International Corporations
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The participants understand and analyze typical management problems of international firms. The participants will get to know modern theories and methods of international management and will be able to apply these to practical problems. They get a detailed overview of the current state of international management research and are able to evaluate theoretical and empirical studies in this area critically.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Successful attendance of Foundations of International Management I English language proficiency (C1)
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 1;3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Report *Details for the examination for the lecture: Report (6 pages)* *Details for the examination for the seminar: Oral presentation (attendance mandatory)*
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (20%) Report (80%) *Details: Report (Lecture): 80%; Presentation (Seminar) 20%*
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Holtbrügge, D. & Welge, M.K. (2020): International Management. Mimeo, Nürnberg (chapters 5, 6 & 8). Holtbrügge, D. & Haussmann, H. (eds.) (2017). Internationalization Strategies of Firms. Case Studies from the Nürnberg Metropolitan Region. 2nd edition. Augsburg-München: Hampp.

1	**Modulbezeichnung** 53471	**Managing intercultural relations**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	**Inhalt**	1. Relevance of Intercultural Management 2. Intercultural Management Research: Scope and Results 3. Manifestations and Functions of Culture 4. Concepts of Culture 5. Intercultural Communication and Negotiations 6. Culture and Management: Organization, Motivation and Leadership in Different Cultures 7. Intercultural Competence 8. Intercultural Training 9. Conclusions
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The participants understand and analyze modern theories and methods of management and apply these to practical problems. They get a detailed overview of the current state of comparative, cross-cultural, indigenous and post-collonial management research and evaluate theoretical and empirical studies in these areas. They are able to conceptualize and measure intercultural competence and to conduct and evaluate innovative methods of intercultural training. They learn about methodological challenges of intercultural management research and are able to asses its rigor and relevance.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	English language proficiency (C1)
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation schriftlich *Details for the examination for the lecture: Report (6 pages)* *Details for the examination for the seminar: Oral presentation (attendance mandatory)*
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (20%) schriftlich (80%) *Details: Report (Lecture): 80%; Presentation (Seminar) 20%*
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Holtbrügge, D. (2019). Managing Intercultural Relations. Nürnberg: Mimeo.

1	**Modulbezeichnung** 57455	**Regeneration and sustainable development**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	**Inhalt**	The seminar provides content on the basics of regenerative practices across different industries and context. The course is divided into three general blocks. The first block of sessions will provide context into the importance of regeneration considering the limitations of currents frameworks such as corporate philanthropy, corporate social responsibility and corporate sustainability management. The second block of sessions will concentrate in understanding the regenerative principles, the importance of socio-ecological systems and circularity. The third block of sessions will focus on analysing regeneration/ circularity in practice by looking at: i) Innovative business models that include regenerative practices and/or circularity ii) Transitions towards regeneration in agrofood systems. iii) Industrial ecology and circular practices iv) Risk management practices for climate change Students will have a mid term presentation and final presentation where they will have identify an innovative business model that integrates regeneration/circularity. In addition, they will have to document in detail the aspects of the model.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	At the end of the seminar students will be able to: • Criticize and frame the limits of our current system • Articulate the root causes of todays wicked problems • Describe the underlying principles of regeneration and circularity • Define characteristics of regenerative and circular enterprises • Contrast traditional enterprises with innovative business/ practices models based on regeneration and/circularity
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Previous courses on sustainability management are recommended but not required.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (50%) Präsentation (50%)

12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	All necessary materials will be provided via StudOn

1	**Modulbezeichnung** 55511	**Seminar zum Genossenschaftswesen** Seminar on cooperatives	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	**Inhalt**	Im Rahmen des Moduls wird in Kooperation mit dem Genossenschaftsverband Bayern die Genossenschaft als besondere Form der Unternehmung näher betrachtet. Ziel der Veranstaltung ist es sowohl die Bedeutung und Entwicklung der Genossenschaften aufzuzeigen, als auch auf aktuelle Forschungs- und Praxisprobleme tiefergehend einzugehen. Neben einem einführenden Teil (in Vorlesungsform), der insbesondere das Genossenschaftswesen und seine Besonderheiten aus der theoretischen Perspektive näher erläutert, ist die eigenständige Bearbeitung und Präsentation einer zuvor definierten praxisrelevanten Fragestellung weiterer Bestandteil des Seminars.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Im Rahmen des Moduls erhalten die Studierenden einen tiefergehenden Einblick in die aktuellen Problemfelder und Herausforderungen von genossenschaftlichen Unternehmen und verfügen somit über ein spezialisiertes und detailliertes Wissen über das Genossenschaftswesen. Durch erworbene analytische und konzeptionelle Fertigkeiten sind sie ferner in der Lage komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen eigenständig zu bearbeiten und die richtigen Methoden und Strukturierungsansätze zur Bewältigung dieser Aufgaben zu finden und erfolgreich anzuwenden. Konkret entwickeln die Studierenden insbesondere die Fähigkeit: • die besonderen Planungs- und Gestaltungsprobleme von Genossenschaften zu verstehen • nach relevantem Wissen und Informationen zu recherchieren, diese zu bewerten, zu verdichten und zu strukturieren sowie - die geeigneten strategischen Analyseinstrumente und -methoden zur Bewältigung des konkreten Praxisproblems zu finden, diese zielführend anzuwenden sowie • Handlungsalternativen aufzuzeigen. Durch die Zusammenarbeit im Team sind die Studierenden ferner in der Lage: • zielorientiert mit anderen zusammenzuarbeiten und vernetzt zu denken, • sich rational und verantwortungsbewusst mit Interessens- und Kommunikationskonflikten im Rahmen der Gruppenarbeit auseinanderzusetzen, aber auch mit Unterschieden in Denk- und Handlungsmustern umzugehen • in klarer und eindeutiger Weise die gewonnenen Erkenntnisse sprachlich und visuell zu vermitteln sowie überzeugend zu präsentieren

		• sowie komplexe fachbezogene Probleme und Lösungen gegenüber Dritten argumentativ zu vertreten
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2;4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (50%) Hausarbeit (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Kursspezifische Literatur

1	**Modulbezeichnung** 53450	**Technology and innovation management**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden nur im Sommersemester angeboten.	
3	Lehrende	-	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	**Inhalt**	Technologien und Innovationen sind die Basis des Erfolgs und Wachstums eines jeden Unternehmens. Dieser Kurs behandelt Theorien, Konzepte und Werkzeuge des Technologie- und Innovationsmanagements. Spezielle Themen sind z.B. ökonomische Entscheidungstatbestände im Technologiemanagement bzw. im disruptiven technologischen Wandel, Erfolgsfaktoren von Innovationen, die Gestaltung von Innovationsprozessen, Timing-Strategien, die Öffnung des Innovationsmanagements nach außen sowie die Innovation ganzer Geschäftsmodelle. Die Themen werden außerdem mit praktischen und aktuellen Schwerpunktthemen verknüpft um so einen Anwendungsbezug darzustellen.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	In diesem Modul lernen die Studierenden ein umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen sowie den aktuellen Erkenntnisstand im Bereich des Technologie- und Innovationsmanagements kennen. Nach Abschluss des Moduls können sie die bedeutende Rolle von Technologien und Innovationen als Wettbewerbsvorteil für Industrie- und Dienstleistungsunternehmen einschätzen und bewerten. Dieses Wissen wird durch zahlreiche praktische Beispiele vertieft. Des Weiteren sind die Studierenden dann in der Lage, das Wissen über die Methoden und Konzepte des Technologie- und Innovationsmanagements erfolgreich auf neuartige, konkrete praktische Probleme zu transferieren und diese dort zur Problemstrukturierung und -lösung einzusetzen. Sie können somit Sachverhalte in diesem Bereich einschätzen und hinterfragen. Die erworbenen analytischen und konzeptionellen Fertigkeiten befähigen die Studierende komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen eigenständig zu bearbeiten und die richtigen Methoden und Strukturierungsansätze zur Bewältigung von Aufgaben im Technologie- und Innovationsmanagement zu finden und erfolgreich anzuwenden.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)

11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Deutsch oder Englisch Englisch
16	**Literaturhinweise**	Ahmed, P.; Shepherd, C.: Innovation Management Context, Strategies, systems and processes, Pearson, Essex, 2010. Voigt, K.-I.: Industrielles Management, 1. Aufl., Berlin u. a., 2008.