

**4. Ordnung zur Änderung der Prüfungsordnung
für den Master-Studiengang
Wirtschaftswissenschaft
der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule Aachen
vom 17.02.2015**

Aufgrund der §§ 2 Abs. 4, 64 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen (Hochschulgesetz – HG) vom 31. Oktober 2006 (GV. NRW S. 474), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Hochschulzukunftsgesetzes Nordrhein-Westfalen vom 16.09.2014 (GV. NRW S. 547), hat die Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen (RWTH) folgende Prüfungsordnung erlassen:

Artikel I

Die Prüfungsordnung für den Master-Studiengang Wirtschaftswissenschaft der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule Aachen (RWTH) vom 25.11.2010, in der Fassung der dritten Ordnung zur Änderung der Prüfungsordnung vom 05.12.2013 (Amtliche Bekanntmachungen der RWTH Aachen, Nr. 2013/126), wird wie folgt geändert:

Ab dem Wintersemester 2014/2015 werden die Modulbeschreibungen der folgenden Module durch die entsprechenden Fassungen in Anlage 1 dieser Änderungsordnung ersetzt:

- Column Generation und Branch-and-Price
- Consumer Behavior
- Corporate Development
- Development of IT Standards
- Grundzüge des Privatrechts
- Informationsökonomie
- Logistikmanagement
- Managing the Innovation Process (Management des Innovationsprozess: Taktisch-operatives Innovationsmanagement)
- Nachhaltige Unternehmensführung
- Optimierung von Distributionsnetzwerken
- Organizational Architecture and Technology
- Organizational Economics (Organisationsökonomie)
- Service Marketing Innovation
- Strategic Technology Management
- Wertschöpfungscontrolling
- Wirtschaftsethik

Studierende, die die geänderten Module vor dem Wintersemester 2014/2015 begonnen haben, können diese nach den bisherigen Bedingungen bis zum Ende des Wintersemesters 2014/2015 (bei Modulangebot im WS) bzw. bis Sommersemester 2015 (bei Modulangebot im SoSe) beenden. Auf Antrag an den Prüfungsausschuss kann bei gravierenden Änderungen (z.B. Änderungen des Modultitels, der gewichtung, der Leistungspunkteanzahl oder der Prüfungsleistung) vorzeitig auf die neue Modulversion gewechselt werden.

Artikel II

Diese Änderungsordnung wird in den Amtlichen Bekanntmachungen der RWTH veröffentlicht, tritt am Tage nach ihrer Bekanntmachung in Kraft und findet auf alle in den Master-Studiengang Wirtschaftswissenschaft (Amtliche Bekanntmachungen der RWTH Aachen, Nr. 2013/126) eingeschriebenen Studierenden Anwendung.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Fakultätsrates der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften vom 16.07.2014.

Der Rektor
der Rheinisch-Westfälischen
Technischen Hochschule Aachen

Aachen, den 17.02.2015

gez. Schmachtenberg
Univ.-Prof. Dr.-Ing. E. Schmachtenberg

Anlage 1: Geänderte Modulbeschreibungen

Column Generation und Branch-and-Price (5 CP)					
Wahl B für Master Wirtschaftswissenschaft					
ALLGEMEINE ANGABEN					
Fachsemester	Dauer	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
Ab 3 .	1	4	unregelmäßig	WS oder SS	Deutsch oder Englisch
INHALTLICHE ANGABEN					
Inhalt			Lernziele		
Stand der Technik in Modellen und Algorithmen zur Lösung extrem großer und komplexer Optimierungsprobleme, speziell Column Generation und Branch-and-Price: strukturierte ganzzahlige Programme, Dantzig-Wolfe Dekomposition, Lagrange-Relaxation, Schnittebenen in Verbindung mit Column Generation, Branchingregeln, Stabilisierungstechniken, Implementationstricks, praktische Anwendungen			Die Studierenden erwerben grundlegende und fortgeschrittene Fertigkeiten für die Modellierung extrem großer, praktischer Optimierungsprobleme sowie das algorithmische Denken, diese Probleme mit Dekompositionsansätzen zu lösen. Im Umgang z.B. mit Modellierungssprachen sollen diese Algorithmen auch praktisch verstanden werden. Die Programmierung von Column Generation in einem algorithmischen Framework wie SCIP soll grundlegend erlernt werden. Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, Veröffentlichungen auf dem Niveau des aktuellen Standes der Forschung einordnen und verstehen zu können, sowie das Wissen auf praktische Problemstellungen zu übertragen.		
Voraussetzungen			Benotung		
Unverzichtbar: Sichere Kenntnisse in linearer/ganzzahliger Optimierung aus "Quantitativen Methoden" und "Advanced Operations Research" (BWL) oder "effizienten Algorithmen" (Informatik) oder "ganzzahliger Optimierung" (Mathematik), d.h. insbesondere Beherrschen von Dualität, Branch-and-Bound, Modellierung mit ganzzahligen Programmen			abhängig von Teilnehmerzahl: Klausur (100%) oder mündliche Prüfung (100%)		
LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN & ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN					
TITEL	Prüfungsdauer (Minuten)	CP	SWS		
Prüfung Column Generation und Branch-and-Price	max. 90	5			
Vorlesung Column Generation und Branch-and-Price			3		
Übung Column Generation und Branch-and-Price			1		

Consumer Behavior (5 CP)					
Wahl B für Master Wirtschaftswissenschaft					
ALLGEMEINE ANGABEN					
Fachsemester	Dauer	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
3	1	3	jährlich	WS	English
INHALTLICHE ANGABEN					
Inhalt			Lernziele		
<p>This course aims to provide students with a fundamental understanding of how consumers decide and behave in the marketplace. Specifically, the course will focus on understanding (a) how consumers choose between competing options, (b) how emotions influence consumers' decision processes, (c) how consumers are (unconsciously) affected by the order and presentation of different product options, and (d) how decisions are influenced by situational and social cues.</p> <p>Importantly, the course will follow a psychological approach for understanding consumer behavior and will be mostly based on scientific journal articles. Furthermore, students are expected to take an active part in in-class discussions.</p>			<p>After successfully completing the course, students should be able to (a) understand how to leverage cutting-edge behavioral research for more effective marketing, (b) comprehend how conscious as well as unconscious thought processes shape consumer decision making, (c) predict consumer response to a variety of market constellations, (d) understand how to compete over the structure of consumer preferences, and (e) understand how to empirically assess consumer decision making and make reliable inferences from behavioral experiments.</p>		
Voraussetzungen			Benotung		
<p>None, although basic knowledge in marketing (e.g., „BWL B: Absatz und Beschaffung“) is recommended</p> <p>The course is limited to 36 people. First priority will be given to M.Sc. (BWL) students, second priority to M.Sc. (WiWi). Within each group, preference will be given to students with IEM major.</p>			<p>Written exam (1h, 50% of final mark), in-class presentation, written homework and presentation (50% of final mark)</p>		
LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN & ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN					
Titel	Prüfungsdauer (Minuten)	CP	SWS		
Prüfung Consumer Behavior	60	5			
Vorlesung Consumer Behavior			2		
Übung Consumer Behavior			1		

Corporate Development (Unternehmensentwicklung) (5 CP)					
Wahl B für Master Wirtschaftswissenschaft					
ALLGEMEINE ANGABEN					
Fachsemester	Dauer	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
3. (Beginn SS) 4. (Beginn WS)	1	3	Jährlich	SS	Deutsch
INHALTLICHE ANGABEN					
Inhalt			Lernziele		
<p>In der Veranstaltung wird die Entwicklung von Unternehmen aus ökonomischer Sicht analysiert. Dabei wird es zum Beispiel um folgende Themen gehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Horizontale und vertikale Integration • Unternehmenszusammenschlüsse und deren Herausforderungen • Entscheidungen von Managern im Hinblick auf die Entwicklung des Unternehmens • Joint Ventures • Outsourcing: Make or Buy? • Rolle von Corporate Governance 			<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • analysieren Strategien zur Unternehmensentwicklung mit Hilfe des spieltheoretischen Instrumentariums. • verstehen die Herausforderungen von Unternehmenszusammenschlüssen, -übernahmen sowie -kooperationen. • lernen die Rolle der Corporate Governance für die Unternehmensentwicklung kennen. • wenden die gelernte Analysefähigkeit auf die Entscheidungssituationen von Managern in Organisationen an. 		
Voraussetzungen			Benotung		
Die vorherige Teilnahme an Mikroökonomie I wird empfohlen.			<p>Erfolgreiche Teilnahme an einer Klausur (60 Minuten), Gewichtung: 100%</p> <p>Darüber hinaus kann eine Verbesserung der Klausurnote durch eine freiwillige Zusatzübung (Halten einer Präsentation oder Erarbeitung eines Kurzaufsatzes) erreicht werden. Unter der Voraussetzung, dass die Klausur mit einer Note von 4,0 oder besser bewertet wird, kann die Klausurnote maximal um eine Notenstufe (also z.B. von 3,7 auf 3,3) verbessert werden. Eine bessere Gesamtnote als 1,0 ist in jedem Fall ausgeschlossen.</p>		
LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN & ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN					
Titel	Prüfungsdauer (Minuten)	CP	SWS		
Prüfung Corporate Development	60	5			
Vorlesung Corporate Development			2		
Übung Corporate Development			1		

Development of IT Standards (5 CP) Wahl B für Master Wirtschaftswissenschaft					
ALLGEMEINE ANGABEN					
Fachsemester	Dauer	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
Ab 3.(Beginn WS) Ab 4.(Beginn SS)	1	3	Jährlich	WS	English
INHALTLICHE ANGABEN					
Inhalt			Lernziele		
<p>Organizations are the main buyers of information technology (IT) products. Such products are used to build information systems which increasingly cross organizational boundaries. Information systems consist not only of IT products, but also of organizational processes, knowledge and rules. Together, they form the “nervous system” of organizations and networks of organizations. From a user’s point of view, this means that IT products need to be integrated as components into larger systems; from a vendor’s point of view, products need to be positioned so as to make their incorporation into larger systems easy while also protecting competitive interests of the firm. The key to both these tasks is the specification and possibly standardization of interfaces through which IT products are linked with other products and systems, thus becoming part of systems themselves. Therefore, consideration of possible participation in processes aimed at specifying and standardizing these interfaces becomes an increasingly important task for vendors and user organizations alike (often, large vendors are also users themselves). Thus, the field of IT standardization is well on its way towards becoming a general management issue.</p>			<p>In this course, students will learn to (1) appreciate the relevance of IT standardization processes for organizations; (2) understand and analyze standardization processes; (3) evaluate such standardization processes from the perspective of firms (both as users and vendors of IT).</p> <p>The course will rely on published case studies of real-life IT standardization processes. Students will have to present and analyze individual cases, preferably in teams. Cases will revolve around one specific technology (mobile telecommunications) so as to facilitate a basic understanding of the technical issues involved in the standardization processes selected for this course.</p> <p>The course consists of regular classes and tutorials. Tutorials will be used to refresh basic concepts in organizational and economic theory as well as provide a basic understanding of technical concepts used in this course.</p>		
Voraussetzungen			Benotung		
none going beyond the admission conditions			Written Exam (Klausur 60 Minuten (70%), In-class Presentation (Referat) (30%)		
LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN & ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN					
Titel	Prüfungsdauer (Minuten)		CP	SWS	
Lecture Development of IT Standards				2	
Practice section Development of IT Standards					
Exam Development of IT Standrads	60 (written exam) + presentation		5		

Grundzüge des Privatrechts (5 CP) (B)					
Wahl A für Master Wirtschaftswissenschaft					
ALLGEMEINE ANGABEN					
Fachsemester	Dauer	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
Ab 1. (Beginn SS) Ab 2. (Beginn WS)	1	5	jährlich	SS	Deutsch
INHALTLICHE ANGABEN					
Inhalt			Lernziele		
<p>Es wird das BGB als grundlegendes Gesetz für das gesamte Privatrecht mit den darin kodifizierten Regelungen und Prinzipien vorgestellt, so dass die Studierenden mit den Strukturen unserer Privatrechtsordnung vertraut werden. Die für angehende Wirtschaftswissenschaftler besonders relevanten Inhalte mit wirtschaftsrechtlichem Bezug werden dabei aufgegriffen und vertieft behandelt. Dabei werden typische Konstellationen mit Fallbeispielen aus der Praxis veranschaulicht.</p> <p>Über das Handels- und Gesellschaftsrecht wird ein Überblick gegeben.</p>			<p>Nach erfolgreichem Absolvieren sollen die Studierenden in der Lage sein, die rechtlichen Strukturen hinter wirtschaftlichen Vorgängen zu erkennen und zu analysieren. Sie werden befähigt, Gestaltungen zu wählen, um Streit zu vermeiden oder dafür eine günstigere Ausgangsposition zu haben und für einfach gelagerte streitige Fälle selbst eine Lösung auf der Grundlage der geltenden Gesetze zu entwickeln. Bei schwierigen Fällen können sie die Notwendigkeit der Hinzuziehung von jeweils kompetenten Fachleuten erkennen, mit ihnen kommunizieren und deren Handeln nachvollziehen.</p>		
Voraussetzungen			Benotung		
keine			Erfolgreiche Teilnahme an einer Klausur (90 – 105 Minuten) Gewichtung: 100%		
LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN & ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN					
Titel	Prüfungsdauer (Minuten)		CP	SWS	
Vorlesung Grundzüge des Privatrechts				4	
Übung Grundzüge des Privatrechts				1	
Klausur Grundzüge des Privatrechts	90-105		5		

Informationsökonomie (5 CP)					
Wahl B für Master Wirtschaftswissenschaft					
ALLGEMEINE ANGABEN					
Fachsemes-ter	Dauer	SWS	Häufigkeit	Turnus Start	Sprache
2	1	4	jährlich	SS	Deutsch
INHALTLICHE ANGABEN					
Inhalt			Lernziele		
Der Kurs befasst sich mit der Analyse von strategischen Situationen unter Unsicherheit. Neben einer Einführung in die notwendigen spieltheoretischen Konzepte, behandelt der Kurs Marktversagen bei unvollständiger Information, moral hazard und adverse Selektion, das Design von „guten“ Markt- und Auktionsregeln und verwandte Themen.			Nach erfolgreichem Absolvieren sollen die Studierenden (1) grundlegende Konzepte der Spieltheorie durchdringen und anwenden können, (2) mit unterschiedlichen Typen asymmetrischer Information wie moral hazard und adverser Selektion umgehen können, (3) die Bedeutung theoretischer Überlegungen für das Design von optimalen Märkten (z.B. im Internet) verstehen. Dabei werden die Studierenden auch mit der Frage vertraut gemacht, wie forschungsbasierte neue Problemlösungsansätze hergeleitet werden können. Außerdem sollen die Studierenden die Fähigkeit des kritischen Hinterfragens der Voraussetzungen zum Einsatz dieser Methoden lernen.		
Voraussetzungen			Benotung		
Adv. Microeconomics			Klausur (60 Minuten), Gewichtung 100%		
LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN & ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN					
Titel	Prüfungsdauer (Minuten)	CP	SWS		
Prüfung Informationsökonomie	60	5			
Vorlesung Informationsökonomie			2		
Übung Informationsökonomie			2		

Logistikmanagement (5 CP)					
Wahl A für Master Wirtschaftswissenschaft					
ALLGEMEINE ANGABEN					
Fachsemester	Dauer	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
Ab 1.(Beginn SS) ab 2.(Beginn WS)	1	4	jährlich	SS	Deutsch
INHALTLICHE ANGABEN					
Inhalt			Lernziele		
In der Lehrveranstaltung wird eine Einführung in die Logistik, ihre betriebswirtschaftlichen Grundlagen, Methoden und Entwicklungstrends gegeben. Im Einzelnen werden Beschaffungs-, Produktions-, Distributions- und Entsorgungslogistik behandelt und in eLogistics eingeführt.			Ziel der Veranstaltung ist es, den Studierenden das Wissen und die Methoden zu vermitteln, um komplexe logistische Fragestellungen bearbeiten zu können. Im Vordergrund stehen dabei quantitativ orientierte Lösungsansätze. Die Methoden werden anhand von praxisnahen Problemstellungen erläutert und deren Anwendbarkeit wird kritisch diskutiert. Strategische, taktische und operative Planungsaufgaben der Logistik werden behandelt und an geeigneten Stellen werden Einblicke in die aktuelle Forschung gegeben.		
Voraussetzungen			Benotung		
Formal/inhaltlich: Keine Kapazitätsbeschränkung: 15			abhängig von Anz. Teilnehmer: Klausur (100 %) oder Klausur (85 %) & schriftliche Hausarbeit (15 %) oder Klausur (85 %) & Referat (15 %)		
LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN & ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN					
Titel	Prüfungsdauer (Minuten)	CP	SWS		
Prüfung Logistikmanagement	60	5			
Vorlesung Logistikmanagement			2		
Übung Logistikmanagement			2		

Managing the Innovation Process (Management des Innovationsprozess: Taktisch-operatives Innovationsmanagement) (5 CP) Wahl A für Master Wirtschaftswissenschaft					
ALLGEMEINE ANGABEN					
Fachsemester	Dauer	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
Ab 1.(Beginn SS) Ab2.(Beginn WS)	1	4	Jährlich	SS	English
INHALTLICHE ANGABEN					
Inhalt			Lernziele		
<p>This lecture follows the various activities along the stages of the innovation process (Discovery, Realization, Nurture) on the level of an innovation project. It provides participants with a decision structure along these stages and gives an overview of commonly applied methods in innovation management. A special emphasis is placed on evaluation methods for different stages of idea and concept screening and selection.</p> <p>The second part of the lecture introduces the participants into the challenges of organizing for innovation within an established firm and covers aspects of project management, overcoming internal inertia to change, team structures, and the role of key individuals for successful innovation.</p> <p>Classroom sessions are likely to comprise a mixture of traditional lectures, quantitative exercises and in-class discussions. Please note that a detailed course outline and reading list will be made available in L²P ahead of the first session.</p>			<p>After participating in this course, students should be in a position to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Understand different process structures of an innovation project, their contingencies, and central activities along the phases of the innovation process. • Understand and apply core methods to supporting technical problem solving in the innovation process • Effectively communicate solutions for complex product development problems • Critically evaluate, analyze and interpret information to make innovation management decisions, using both quantitative and qualitative approaches • Know project focused core theories of technology and innovation management and their limitations <p>Note: This is a TIM Core Lecture</p>		
Voraussetzungen			Benotung		
<ul style="list-style-type: none"> - None - Due to the interactive nature of the teaching and the project work, the maximum number of participants is limited to 70. Preference will be given to students with IEM major. 			<p>The course grade will be determined based on one of the following modes of evaluation:</p> <p>(A) class participation (colloquium) (50%) and written exam (50%, duration: 60 minutes); or (B) class participation (colloquium) (50%) and written (individual) term paper (50%); or (C) written exam (100%, duration: 60 minutes)</p> <p>The final mode of evaluation (A, B, or C) will be announced and publicly displayed prior to the first class session.</p> <p>In general, grading for this class will be based on mode A.</p>		

LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN & ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN			
Titel	Prüfungsdauer (Minuten)	CP	SWS
Lecture Managing the Innovation Process			3
Übung Managing the Innovation Process			1
Exam Managing the Innovation Process	60 (written exam)	5	

Nachhaltige Unternehmensführung (5 CP)					
Wahl A für Master Wirtschaftswissenschaft					
ALLGEMEINE ANGABEN					
Fachsemester	Dauer	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
3	1	4	Regelmäßig	WS	Deutsch
INHALTLICHE ANGABEN					
Inhalt			Lernziele		
Die Veranstaltung gibt einen grundlegenden Überblick über die wichtigsten Zusammenhänge und Aspekte einer auf Nachhaltigkeit, insbesondere die Schonung der natürlichen Umwelt ausgerichteten Unternehmensführung. Im Zentrum stehen die unternehmerischen Spielräume, Ansätze sowie Chancen und Risiken nachhaltigen Wirtschaftens im Hinblick auf natürliche und gesellschaftliche Entwicklungen sowie moralische Verantwortung und gesetzliche Verpflichtungen.			Die Veranstaltung verschafft zunächst einen Überblick über die Rahmenbedingungen der Nachhaltigkeit und des Umweltschutzes für die Handlungen der Unternehmen. Die Studierenden sollen ein kritisches Verständnis der sozialen und ethischen Verantwortung von Unternehmen in einer globalisierten Marktwirtschaft im Hinblick auf (ökologische) Nachhaltigkeit entwickeln. Nachfolgend werden die Erfordernisse und Möglichkeiten des betrieblichen Umweltmanagements auf den verschiedenen Handlungsebenen auf der Basis aktueller Forschungsergebnisse erarbeitet. Die Studierenden lernen hierbei grundlegende theoretische Ansätze und in der Praxis verwendete Instrumente des betrieblichen Umweltmanagements kennen.		
Voraussetzungen			Benotung		
keine			Erfolgreiche Teilnahme an einer Klausur (70 Minuten), Gewichtung: 100%		
LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN & ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN					
Titel	Prüfungsdauer (Minuten)		CP	SWS	
Prüfung Nachhaltige Unternehmensführung	70		5		
Vorlesung/Übung Nachhaltige Unternehmensführung				4	

Optimierung von Distributionsnetzwerken (5 CP)					
Wahl B für Master Wirtschaftswissenschaft					
ALLGEMEINE ANGABEN					
Fachsemester	Dauer	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
Ab 3.(Beginn SS) Ab 4.(Beginn WS)	1	4	SS	SS	Deutsch
INHALTLICHE ANGABEN					
Inhalt			Lernziele		
(1) Strategische, taktische und operationelle Netzwerkplanung, (2) MIP-Gemischt ganzzahlige Optimierungsprobleme, (3) Netzwerkdesign und Service-Netzwerkdesign Probleme, (4) Standortprobleme (Standorte in Netzwerken, Hub-Konfigurationen in Netzwerken, Location-Routing Probleme), (5) Kapazitierte Mehrgüternetzwerkflussprobleme, (6) Routing und Scheduling Probleme			Kenntnis quantitativer Methoden für die strategische, taktische und operationelle Planung von Distributionsnetzwerken. Fähigkeit zur Anwendung von Softwaretools zur Durchführung von Case Studies.		
Voraussetzungen			Benotung		
keine			Erfolgreiche Teilnahme an einer Klausur (60 Minuten) oder mündliche Prüfung, Gewichtung: 100% (die endgültige Prüfungsform wird spätestens vier Wochen vor dem ersten prüfungsrelevanten Termin festgelegt)		
LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN & ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN					
Titel	Prüfungsdauer (Minuten)	CP	SWS		
Prüfung Optimierung von Distributionsnetzwerken	15-60	5			
Vorlesung Optimierung von Distributionsnetzwerken			2		
Übung Optimierung von Distributionsnetzwerken			2		

Organizational Architecture and Technology (5 CP)					
Wahl B für Master Wirtschaftswissenschaft					
ALLGEMEINE ANGABEN					
Fachsemester	Dauer	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
Ab 4.(Beginn SS) Ab 3.(Beginn WS)	1	3	jährlich	WS	Deutsch
INHALTLICHE ANGABEN					
Inhalt			Lernziele		
<p>Es werden relevante Variablen der Organisationsgestaltung identifiziert und es wird diskutiert, wie diese gemessen werden können. Anhand von empirischen Studien wird die Rolle der Gestaltung der Organisation für den Unternehmenserfolg diskutiert. Dabei wird insbesondere auch die Rolle von Technologien analysiert. Zudem werden z. B. folgende Themen behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Job Design • Zentralisierung vs. Dezentralisierung • Hierarchien • Neue Organisationspraktiken 			<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • lernen relevante Variablen der Organisationsgestaltung kennen und verstehen deren möglichen Beitrag zum Unternehmenserfolg. • verstehen die Rolle von Technologien für die Gestaltung von Organisationen. • wenden die gelernte Analysefähigkeit auf die Fragestellung der Gestaltung von Organisationen an. 		
Voraussetzungen			Benotung		
<p>Die vorherige Teilnahme an Mikroökonomie I wird empfohlen.</p>			<p>Erfolgreiche Teilnahme an einer Klausur (60 Minuten), Gewichtung: 100% Darüber hinaus kann eine Verbesserung der Klausurnote durch eine freiwillige Zusatzübung (Halten einer Präsentation oder Erarbeitung eines Kurzaufsatzes) erreicht werden. Unter der Voraussetzung, dass die Klausur mit einer Note von 4,0 oder besser bewertet wird, kann die Klausurnote maximal um eine Notenstufe (also z.B. von 3,7 auf 3,3) verbessert werden. Eine bessere Gesamtnote als 1,0 ist in jedem Fall ausgeschlossen.</p>		
LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN & ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN					
Titel	Prüfungsdauer (Minuten)	CP	SWS		
Prüfung Organizational Architecture and Technology	60	5			
Vorlesung Organizational Architecture and Technology			2		
Übung Organizational Architecture and Technology			1		

Organizational Economics (Organisationsökonomie) (5 CP)					
Wahl B für Master Wirtschaftswissenschaft					
ALLGEMEINE ANGABEN					
Fachsemester	Dauer	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
Ab 3.(Beginn WS) Ab 4.(Beginn SS)	1	3	jährlich	WS	Deutsch
INHALTLICHE ANGABEN					
Inhalt			Lernziele		
<p>In der Veranstaltung werden grundlegende Themen der Organisationsökonomie vorgestellt. Zunächst wird das Entscheidungsverhalten von Individuen in Organisationen analysiert mit Hilfe von verhaltensökonomischen Ansätzen, z. B. sozialen Präferenzen. Es werden häufig verwendete Heuristiken sowie Entscheidungsfehler vorgestellt. Gruppenentscheidungen werden analysiert und mit Individualentscheidungen verglichen. Das Thema „Leadership“ wird aus theoretischer sowie empirischer Sicht diskutiert. Die Veranstaltung endet mit einem Block, der vor allem durch empirische Arbeiten charakterisiert ist, zu der Rolle von Vertrauen und Leistungskontrolle in Organisationen.</p>			<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erlangen ein grundlegendes Verständnis von Individual- und Gruppenentscheidungen sowie deren Konsequenzen in Organisationen. • verstehen den Zusammenhang wichtiger organisationsökonomischer Variablen. • analysieren strategische Situationen in Organisationen vor dem Hintergrund des spieltheoretischen Instrumentariums sowie von verhaltensökonomischen Konzepten. • wenden die gelernte Analysefähigkeit auf neue strategische Situationen innerhalb von Organisationen an. 		
Voraussetzungen			Benotung		
Keine			<p>Erfolgreiche Teilnahme an einer Klausur (60 Minuten), Gewichtung: 100%</p> <p>Darüber hinaus kann eine Verbesserung der Klausurnote durch eine freiwillige Zusatzübung (Halten einer Präsentation oder Erarbeitung eines Kurzaufsatzes) erreicht werden. Unter der Voraussetzung, dass die Klausur mit einer Note von 4,0 oder besser bewertet wird, kann die Klausurnote maximal um eine Notenstufe (also z.B. von 3,7 auf 3,3) verbessert werden. Eine bessere Gesamtnote als 1,0 ist in jedem Fall ausgeschlossen.</p>		
LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN & ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN					
Titel	Prüfungsdauer (Minuten)	CP	SWS		
Prüfung Organizational Economics	60	5			
Vorlesung Organizational Economics			2		
Übung Organizational Economics			1		

Service Marketing Innovation (5 CP) Wahl B für Master Wirtschaftswissenschaft					
ALLGEMEINE ANGABEN					
Fachsemester	Dauer	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
Ab 2	1	4	jährlich	SS	englisch
INHALTLICHE ANGABEN					
Inhalt			Lernziele		
<p>The term „services sector“ is a vestige from the industry area. Many of today’s most significant services did not exist ten years ago. New business innovations and managerial practices are necessary in today’s knowledge-based economy. Service management and marketing theorists are elaborating a paradigm shift from a goods-dominant logic to a service-dominant logic. Although we can still identify significant differences in how we market and manage physical goods versus services (plural), reciprocal provision to service (singular) that permits value co-creation (business-to-business, business-to-customer and even business-with-employee). “Service” singular is defined as “The application of specialized competences (operant resources –knowledge, skills and technology), through deeds, processes, and performances for the benefit or another entity and the entity itself” whether it be directly or indirectly through services and/or physical products.</p> <p>Classroom sessions are likely to comprise a mixture of traditional lectures, case/paper discussions and student presentations. Please note that a detailed course outline and reading list will be made available in L²P ahead of the first session.</p>			<p>After participating in this course, students should be in a position to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Understand the principles of the service-dominant logic and the characteristics of experience management within the augmented service offering. • Understand and apply tools of evaluating and innovating in the service management processes. • Apply the concepts of service climate/culture and the management of service personnel (the internal customer) to create a new customer and employee oriented service or recreate an existing service. • Effectively communicate service innovations to stakeholders • Understand and evaluate ethical issues and situations to make decisions in the context of service management 		
Voraussetzungen			Benotung		
<ul style="list-style-type: none"> - Successful participation at one (or more) of the TIM Core Lectures (these are all lectures in TIM "ohne Voraussetzungen") - Due to the interactive nature of the teaching and the project work, the maximum number of participants is limited to 40. <ol style="list-style-type: none"> 1. MS BWL 2. MS WiInG/MS WiWi <p>Within each group, preference will be given to students with IEM major.</p> <p>Anwesenheitspflicht, da Modul mit didaktischer Sonderform gemäß § 8</p>			<p>The course grade will be determined based on one of the following modes of evaluation:</p> <p>(A) class participation (colloquium) (50%) and written exam (50%, duration: 60 minutes); or (B) class participation (colloquium) (50%) and written (individual) term paper (50%); or (C) written exam (100%, duration: 60 minutes)</p> <p>The final mode of evaluation (A, B, or C) will be announced and publicly displayed prior to the first class session.</p> <p>In general, grading for this class will be based on mode B.</p>		

LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN & ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN			
Titel	Prüfungsdauer (Minuten)	CP	SWS
Exam Service Marketing Innovation	60 (written exam)	5	0
Lecture Service Marketing Innovation		0	3
Practice Service Marketing Innovation		0	1

Strategic Technology Management (5 CP) Wahl B für Master Wirtschaftswissenschaft					
ALLGEMEINE ANGABEN					
Fachsemester	Dauer	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
Ab 1. (Beginn WS) Ab 2. (Beginn SS)	1	4	jährlich	WS	Englisch
INHALTLICHE ANGABEN					
Inhalt			Lernziele		
<p>This course provides a case- and/or research-based introduction to strategic technology- and innovation management (TIM). This involves re-visiting some of the foundational concepts and debates in strategic management and examining key strategic decisions at the heart of technology and innovation management. These might pertain for instance to the selection of technology fields, the composition of innovation portfolios, the timing of technology development initiatives, the setting of industry standards, the implementation of modular designs, the orchestration of strategic alliances, the protection of intellectual property or the adaptation to rapid technological change.</p> <p>As part of this course, participants will have the opportunity to become familiar with case studies and/or research papers related to these topics.</p> <p>Classroom sessions are likely to comprise a mixture of traditional lectures, case/paper discussions and student presentations. Please note, that a detailed course outline and reading list will be made available in L²P ahead of the first session.</p>			<p>After participating in this course, students should be in a position to:</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) understand and critically reflect upon key concepts and theories in strategic TIM, (2) understand and critically discuss conceptual and empirical research papers on strategic TIM, (3) analyse and develop adequate solutions to some of the practical challenges of strategic TIM, and (4) apply important tools in strategic TIM intelligently based on a thorough understanding of their respective strengths and weaknesses. <p style="text-align: center;">Note: This is a TIM Core Lecture</p>		
Voraussetzungen			Benotung		
<ul style="list-style-type: none"> - None - Due to the interactive nature of the teaching and the project work, the maximum number of participants is limited to 50. Preference will be given to students with IEM major. 			<p>The final grade can be composed as follows:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Option A: Colloquium including student presentation (weight: 50%) and written exam (duration: 60 minutes, weight: 50%) • Option B: Colloquium including student presentation (weight: 50%) and student paper (weight: 50%) • Option C: Written exam (duration: 60 minutes, weight: 100%) <p>All components specified for the respective option need to be passed to pass the module. The exact form of examination (A, B or C) will be announced at the start of the course. Unless announced differently, option A applies.</p>		

LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN & ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN			
Titel	Prüfungsdauer (Minuten)	CP	SWS
Vorlesung/Übung Strategic Technology Management (Lecture with integrated exercise and coaching sessions for student groups)	60 (written exam)	5	
Prüfung Strategic Technology Management (Option A, B or C)			4

Wertschöpfungscontrolling (5 CP)					
Wahl B für Master Wirtschaftswissenschaft					
ALLGEMEINE ANGABEN					
Fachsemester	Dauer	SWS	Häufigkeit	Turnus	Sprache
Ab 2.(Beginn WS) Ab 3.(Beginn SS)	1	4	Jährlich	Sommer-semester	Deutsch
INHALTLICHE ANGABEN					
Inhalt			Lernziele		
<p>Die Veranstaltung gibt einen Überblick über ausgewählte Instrumente und Methoden des industriellen Controllings, der Programmplanung sowie der internen Unternehmensrechnung. Im Zentrum stehen Methoden und Instrumente zur übergreifenden Koordination sowie zur Messung und Bewertung industrieller Leistungsprozesse. Letztgenannte bauen insbesondere auf der Linearen Optimierung auf.</p>			<p>Die Veranstaltung dient primär dazu, das erforderliche Methodenwissen zur Beurteilung industrieller Leistungsprozesse sowie zur Koordination von Unternehmensteilsystemen zu vermitteln. Damit die Studierenden in der Lage sind, die vorgestellten Methoden und deren Anwendungsvoraussetzungen kritisch zu hinterfragen, werden die Grundlagen des rationalitätsorientierten Controllings zur Effektivitäts- und Effizienz-sicherung sowie die Grundlagen der Modellierung betrieblicher Leistungsprozesse erarbeitet. In begrenztem Maße werden die Studierenden auch mit der Frage vertraut gemacht, wie forschungsbasiert neue Problemlösungsansätze hergeleitet werden können.</p>		
Voraussetzungen			Benotung		
<p>Grundkenntnisse der Produktion und Logistik sowie der Linearen Optimierung Dieses Modul darf nicht absolviert werden, wenn das Modul „Internes Unternehmenscontrolling“ absolviert wird/wurde.</p>			<p>Erfolgreiche Teilnahme an einer Klausur (60-90 Minuten) oder mündlicher Prüfung (je nach Teilnehmerzahl), Gewichtung: 100%</p>		
LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN & ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN					
Titel	Prüfungsdauer (Minuten)	CP	SWS		
Prüfung Wertschöpfungscontrolling	60-90	5			
Vorlesung/Übung Wertschöpfungscontrolling			4		

Wirtschaftsethik (5 CP)					
für Master Wirtschaftswissenschaft Wahlkatalog B					
ALLGEMEINE ANGABEN					
Fachsemester	Dauer	SWS	Häufigkeit	Turnus Start	Sprache
Ab 3.	1	4	jährlich	WS	Deutsch
INHALTLICHE ANGABEN					
Inhalt			Lernziele		
(1) Einführung (2) Grundlegende Begriffe, Konzepte und Fragen der Ethik (3) Normative Ethik und Wirtschaftsethik (4) Moral in der Wirtschaftstheorie (5) Deskriptive Ethik und Wirtschaftsethik (6) Wirtschaftsordnungs- und Institutionenethik(7) Wirtschaftsbürgerethik (8) Einführung in die Unternehmensethik (9) Wirtschaftsethische Diskussion der Finanzkrise			Die Teilnehmer lernen insbesondere <ul style="list-style-type: none"> • die analytische Fähigkeit, die Vielfalt ethischer und wirtschaftsethischer Positionen auf konkrete Entscheidungen in wirtschaftlichen Situationen anzuwenden; • die Fähigkeit, Wirtschaftstheorien und –modelle kritisch zu hinterfragen; • die normativen Implikationen von Wirtschaftsordnungen und wirtschaftlichen Institutionen aufzuspüren und institutionelle Bedingungen moralischen Verhaltens herzuleiten; • auf der Basis unternehmensethischer Ansätze, Strategien zur Lösung zentraler moralischer Konfliktfragen in Unternehmen zu entwickeln. Darüber hinaus dient die Veranstaltung der Entwicklung der eigenen Urteilsfähigkeit in moralischen Fragen und leistet so auch einen Beitrag zur Entwicklung der eigenen sozialen und ethischen Kompetenz. Insbesondere in der Übung lernen die Teilnehmer, anspruchsvolle Sachverhalte und Problemlösungen vorzutragen und sich einer Diskussion zu stellen.		
Voraussetzungen			Benotung		
Mikroökonomie I Max. 100 Teilnehmer			Klausur (60-120 Minuten) oder mündliche Prüfung (20-30 Minuten), Gewichtung: 100%		
LEHRFORMEN / VERANSTALTUNGEN & ZUGEHÖRIGE PRÜFUNGEN					
Titel	Prüfungsdauer (Minuten)	CP	SWS		
Prüfung Wirtschaftsethik	60-120 (Klausur)	5			
Vorlesung Wirtschaftsethik			2		
Übung Wirtschaftsethik			2		