

MIM SQ01	Fortgeschrittene Statistik	ZML
MIM SQ02	Empirische Management- und Organisationsforschung	Behrends
MIM SQ03	Empirisches Forschungsprojekt	Hass
MIM SQ04	Sozialwissenschaftliche Methoden und Analysen	SDU
MIM SQ05	The Economics of Life Satisfaction	N.N.
MIM SQ06	Operations Research	N.N.
MIM SQ07	Microeconomic Data Analysis	Smolka
MIM SQ08	Research Competence -Various Topics	Smolka
MIM SQ11	Wirtschaftsethik und unternehmerische Verantwortung –Wahlm	Studienleitung
MIM SQ12	Wirtschaftsethik und unternehmerische Verantwortung –Wahlm	Studienleitung
MIM SQ21	Führungshandeln	Scheel
MIM SQ22	Praxisprojekt Strategie – Organisation – Entrepreneurship	Royer
MIM SQ23	ADA – Ausbildereignungsprüfung	Behrends
MIM SQ24	Berufswahl, Jobsuche und Recruiting	Behrends
MIM SQ25	Projektmanagement	Behrends
MIM SQ26	Service Learning Projekt	Behrends
MIM SQ31	Fremdsprachenkompetenz Doppelabschluss I	SDU
MIM SQ32	Fremdsprachenkompetenz Doppelabschluss II	SDU
MIM SQ33	English I	Studienleitung
MIM SQ34	English II	Studienleitung
MIM SQ35	Spanisch I	Smolka
MIM SQ36	Spanisch II	Smolka
MIM SQ41	Economics of Globalization	Smolka
MIM SQ42	History and Socio-Economic Development	Lovejoy
MIM SQ43	International Development	Lovejoy
MIM SQ44	Intercultural Communication in Business Contexts	SDU
MIM SQ45	Interkulturelle Kommunikation und Unternehmenskommunikatio	SDU
MIM S101	Small Business Management	Behrends
MIM S102	Unternehmensführung im Mittelstand	Jackstädt
MIM S103	Entrepreneurship: Theory and Practice	Royer
MIM S104	Entrepreneurial Personality & Mindset	Jackstädt
MIM S105	Current Topics in Entrepreneurship & Small Business Managem	Jackstädt
MIM S106	Forschungsseminar Small Business Management & Entreprene	Jackstädt
MIM S107	Entrepreneurship, Diversity and Cultural Issues	Jackstädt
MIM S108	Research Seminar on Entrepreneurship	Jackstädt
MIM S109	Innovationsmanagement im Mittelstand	Jackstädt
MIM S110	Organisationsentwicklung I	Jackstädt
MIM S111	Organisationsentwicklung II	Jackstädt
MIM S201	Strategic Management: Theory and Practice	Royer
MIM S202	Management strategischer Kooperationen und Unternehmensgr	Royer
MIM S203	Organisationsgestaltung internationaler Unternehmen	Royer
MIM S204	Finance	N.N.
MIM S205	Seminar on Industry Studies	N.N.
MIM S206	International Business	N.N.
MIM S207	The Economics of Multinational Enterprises	Smolka
MIM S208	Topics on the Economics of Multinational Enterprises	Smolka
MIM S209	Europe in the Global Economy	Glassmann
MIM S210	Trends in Applied Economics	SDU
MIM S211	Distance Learning Project on Cooperation	Royer
MIM S212	Organisation	Royer
MIM S213	General Management	Royer
MIM S214	Strategie	Royer
MIM S215	Strategie und Organisation: aktuelle Themen aus der Praxis	Royer
MIM S216	Forschungsseminar Globalisierung und Wandel regionaler Ökor	Glassmann
MIM S217	Forschungsseminar Strategie und Organisation	Royer
MIM S301	Organizational Behaviour	Scheel
MIM S302	Human Resource Management	Behrends
MIM S304	Industrial Relations	Behrends
MIM S305	Methods of Analysis and Design	Scheel
MIM S306	Gruppen in Organisationen	Scheel
MIM S307	Health and Stress at Work	Scheel
MIM S308	Critical Management Studies	Behrends
MIM S309	Arbeitsrecht für Personaler und Führungskräfte	Behrends
MIM S310	Sozial- und Organisationstheorie	Behrends
MIM S311	Forschungsseminar Organizational Behaviour & Human Resour	Co: Scheel/Behr
MIM S401	Medien- und Kommunikationsmanagement	Hass
MIM S402	Strategic Marketing	SDU
MIM S403	International Marketing	SDU
MIM S404	Business Marketing	SDU
MIM S405	Global E-Business	SDU
MIM S406	Unternehmenskommunikation	Hass
MIM S407	Medienökonomie	Hass
MIM S408	Medienrecht	Hass
MIM S409	Medienwissenschaft	Hass
MIM S410	Kulturwissenschaft	Hass
MIM S411	Marketing	Hass
MIM S412	Medienmanagement	Hass
MIM S413	Praxisprojekt Marketing & Medienmanagement	Hass
MIM S414	Forschungsseminar Marketing und Medien	Hass
MIM S415	Topics in Marketing	Hass
MIM P501	Praktikum	N.N.
Modul Masterth	Masterthesis	N.N.

Master of Arts				International Management Studies			
MIM SQ 01 Pflichtmodul 115100010	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	Fortgeschrittene Statistik						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden können nach Bestehen des Moduls: Eine empirisch-quantitative wissenschaftliche Abhandlung vollkommen interpretieren, kritisieren und beurteilen; Insbesondere den statistischen Output interpretieren und beurteilen, d.h. die gängigen Tabellen, Koeffizienten, Maße und dahinter liegenden statistischen Methoden interpretieren, kritisieren und beurteilen; Mit Hilfe des Computerprogramms SPSS/PASW auf großen Sekundärdatensätzen Variablen auswählen, umcodieren und transformieren; Gängige statistische Verfahren, insbesondere Regressionsverfahren, mit Hilfe des Computerprogramms SPSS/PASW auf großen Sekundärdatensätzen anwenden und den Output interpretieren und beurteilen.						
Inhaltliche Beschreibung	Einschlägige oder von den Studierenden selbst gewählte wissenschaftliche Aufsätze werden möglichst komplett repliziert.						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Offen für alle anderen Studiengänge der EUF.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Florian Hertel						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115100011 Fortgeschrittene Statistik	V	Pfl.	3	5	Präsentation, Hausarbeit	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Präsentation (20 Min.), Hausarbeit (5-15 Seiten)						
Anmerkungen	Pflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Forschungskompetenz.						

08.02.2024

Master of Arts				International Management Studies			
MIM SQ 02 Wahlpflichtmodul 115100020	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	Empirische Management- und Organisationsforschung						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Das Modul vermittelt den Studierenden wesentliche theoretische und methodische Grundlagen der empirischen Management- und Organisationsforschung; Auf Basis einer kritisch-reflektierenden und vergleichenden Auseinandersetzung mit ausgewählten empirischen Befunden bzw. Studien wird zudem sowohl die aktive als auch die passive Forschungskompetenz gefördert; Ein besonderes Augenmerk der Veranstaltung liegt dabei auf dem Vergleich der Erkenntnispotentiale von qualitativer und quantitativer Sozialforschung.						
Inhaltliche Beschreibung	Wissenschaftstheoretische, methodologische und ethische Grundlagen der quantitativen und qualitativen Sozial- bzw. Organisationsforschung; Struktur und Entwicklung eines empirischen Forschungsdesigns; Befragungen; Strukturierte Beobachtung; Analysemethoden; Erstellung von Interviewleitfaden; Durchführung von Experteninterviews; Kritische Würdigung einschlägiger empirischer Studien.						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115100021 Empirische Management- und Organisationsforschung	S/ V/ P	Pfl.	3	5	Präsentation (20 Min.)	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung							
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Forschungskompetenz.						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM SQ 03 Wahlpflichtmodul 115100030	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Empirisches Forschungsprojekt						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden können innerhalb eines vorgegebenen Themenfeldes ein Forschungsthema finden und strukturieren; Sie sind in der Lage, die zu zur Beantwortung der Forschungsfrage nötigen Daten mittels geeigneter Methoden zu erheben; Die Studierenden können die erhobenen Daten im Hinblick auf die Forschungsfrage auswerten und mit der relevanten in Beziehung setzen.						
Inhaltliche Beschreibung	Im Rahmen des Moduls führen die Studierenden im Team eine eigenständige empirische Untersuchung zu aktuellen Themengebieten im Bereich des International Management durch. Zentraler Bestandteil ist die Konzeption und Durchführung einer empirischen Untersuchung. Deren Ergebnis wird in Form einer Projektstudie (Hausarbeit in der Gruppe) dokumentiert.						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungs- voraussetzungen	Empfehlung: Der vorherige Besuch des MIM SQ 01 „Fortgeschrittene Statistik“						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115100031 Empirisches Forschungsprojekt	V/ P	Pfl.	2	5	Hausarbeit oder Präsentation	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Hausarbeit (15 Seiten pro Person) oder Präsentation (15 Folien und Minuten pro Person)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Forschungskompetenz. Forschungsprojekt im Team. Lehrsprache Deutsch oder Englisch.						
08.02.2024							

Master of Arts			International Management Studies				
MIM SQ 04 Wahlpflichtmodul 115100040	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Sozialwissenschaftliche Methoden und Analysen						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>Nach erfolgter Lehre ist der/die Studierende in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ein sozialwissenschaftliches Problem abzugrenzen und zu definieren • fachliche Probleme anhand relevanter sozialwissenschaftlicher Theorien und Methoden zu untersuchen, zu analysieren und zu lösen • auf wissenschaftlicher Grundlage zu argumentieren • einen klaren Fokus und einen klaren Zusammenhang in Aufgabenlösungen zu haben • Quellen kritisch zu beurteilen und diese an Hand von Hinweisen, Fußnoten und Bibliographie zu dokumentieren • an Zusammenarbeit teilzunehmen, darunter Kritik von eigenen Arbeiten zu empfangen und konstruktive Kritik an andere weiterzugeben • komplexes Wissen und Daten zu systematisieren sowie wesentliche Umstände für ein Thema auszuwählen und einzuordnen • tiefgehende Analysen mit Ausgangspunkt in geläufigen Modellen zu erarbeiten • Kenntnisse und das Verständnis von gängigen und zeitgemäßen Modellen zu demonstrieren • eine Sprache – schriftlich und/oder mündlich – anzuwenden, die themenorientiert, präzise und korrekt ist. 						
Inhaltliche Beschreibung	<p>Eine Einführung in die Wissenschaftsphilosophie und Methodik sowie deren Rahmen für das Verstehen der verschiedenen Methoden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Übersichten über Wissenschaftstheorien und ihren Paradigmen • Die Bedeutung der Paradigmen für die Untersuchungsmethoden • Wesentliche Untersuchungsmethoden • Die steuernde Funktion der Paradigmen für das Untersuchungsdesign • Diverse Techniken zur "Wahrheitssicherung" (Validität & Reliabilität) • Das Einsammeln von qualitativen Daten • Einführung in qualitative Datenanalysetechniken • Case-Studium als Forschungsstrategie 						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge der EUF mit wirtschaftswissenschaftlicher Akzentuierung geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	SDU						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115100041 Sozialwissenschaftliche Methoden und Analysen	V/ S	Pfl.	2	5	Hausarbeit	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Hausarbeit (25-30 Normalseiten).						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Forschungskompetenz. Lehrsprache Englisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM SQ 05 Elective course 115100050	ECTS- Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	5	unregelmäßig	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Name of module	Economics of Life Satisfaction						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	The module discusses the increasingly popular research area of life satisfaction (the economics of happiness, literature). The module also introduces students to current research and key concepts in research methods as well as the topic of the economic analysis of life satisfaction. After studying this module students have a good understanding of how this topic is researched professionally, and a comprehensive understanding of some of the methods used in its analysis.						
Contents of the module	<p>The module will introduce the key issues, methods, findings and debates surrounding the economic analysis of happiness. Issues that will be explored include measurement (how can it be measured, what is good about such a measurement, what is bad), and validity (how can we have confidence in its measurement and findings, why do researchers in this area think it can be accepted as scientific).</p> <p>The econometric methods used and their advantages and disadvantages will be discussed and explored. This includes methods available to investigate cross-section data as well as panel data. There will also be a focus on both general and specific findings from this research area. The specific findings and debates will cover the income-happiness relationship (both for individuals and countries), as well as the happiness (or unhappiness) association with age, education, health, labour force status, marital status. Here there is flexibility for students to choose what we focus on to some extent.</p> <p>There is no textbook recommended, and the course will rely on academic papers (either freely available online or provided to students).</p>						
Study section	1.-3. semester						
Applicability	Can be opened for other Master programmes of the EUF.						
Person responsible	N.N.						
Prerequisites	None						
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS- Credits	Method of examination	graded? ¹
1.	115100051 The Economics of Life Satisfaction	S/ V	Obl.	2	5	presentation, academic poster (15 min.)	yes
¹ Explanation regarding graded study achievements	-						
³ Explanation regarding module examination	-						
Remarks	Elective course in SQ – Forschungskompetenz. Language of instruction: English.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM SQ 06 Wahlpflichtmodul 115100060	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	Operations Research						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Teilnehmer der Veranstaltung werden in die Lage versetzt, Entscheidungsprobleme zu erkennen, zu klassifizieren, zu modellieren und zu lösen.						
Inhaltliche Beschreibung	1. Einleitung 2. Lineare Programmierung 3. Modellierung in Excel 4. Sensitivitätsanalyse 5. Transport- und Zuordnungsmodelle 6. Weitere Ansätze kombinatorischer Optimierung 7. Warteschlangen 8. Simulation 9. Prognosen 10. Lagerhaltung						
Studienabschnitt	1./3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Grundsätzlich auch für andere Studiengänge der EUF mit wirtschaftswissenschaftlicher Akzentuierung verwendbar.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Holger Hinz						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115100061 Operations Research	V/ Ü	Pfl.	3	5	Hausarbeit (15 Seiten)	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Forschungskompetenz.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM SQ 07 Wahlpflichtmodul 115100070	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühling)	3 SWS	150 h	45 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Microeconomic Data Analysis						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Students will learn to master the basic skills of managing and analyzing data within a suitable statistical software package, as relevant in a business or academic context. Students will get a comprehensive applied overview of the main methodologies implemented in the analysis of microeconomic data. The course will thus help students in designing and conducting their own empirical analyses as required in academic research within business and economics. After completing the course, students will be able to organize, manage, and visualize data, and to estimate cross-sectional and longitudinal regression models of the sort frequently found in real applied data analysis in a business or academic context. All examples discussed in the course will relate to economic data.						
Inhaltliche Beschreibung	Content covered can be drawn from a variety of topics including data management and graphics; linear regression; simulation; GLS regression; instrumental variables regression; quantile regression; linear panel-data models; non-linear regression; non-linear optimization methods; testing methods; bootstrap methods; binary outcome models; multinomial models; tobit and selection models; count data models; non-linear panel models.						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Marcel Smolka						
Zulassungs- voraussetzungen	Successful completion of SQ "Fortgeschrittene Statistik"						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115100071 Microeconomic Data Analysis	V/Ü	Pfl.	3	5	Written exam (120 min.)	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Forschungskompetenz. Lehrsprache Englisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM SQ 08 Wahlpflichtmodul 115100080	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	45 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Research Competence - Various Topics						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Students will acquire the necessary skills to conduct their own microeconomic data analysis. This enables them to write a Master thesis with an empirical focus using microeconomic data from firms, individuals, regions etc. Students gain competence in data management, data analysis, data presentation, and academic presenting and writing. Students also learn to critically discuss and review their peers' academic work.						
Inhaltliche Beschreibung	The module centers around topics drawn from international economics and business including the behavior of firms, regions, and individuals in the global economy. The precise focus changes from year to year.						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Marcel Smolka						
Zulassungs- voraussetzungen	Successful completion of SQ 07 Microeconomic Data Analysis highly recommended.						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115100081 Research Competence - Various Topics	V/S	Pfl.	3	5	seminar paper and presentation	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Seminar paper (10-15 pages) and oral presentation (30 minutes)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ 1 – Forschungskompetenz. Lehrsprache Englisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM SQ 11 Wahlpflichtmodul 115100110	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	Wirtschaftsethik und unternehmerische Verantwortung - Wahlmodul 1						
Qualifikations- und Kompetenzziele	This module related to business ethics and/or entrepreneurial responsibility reflects the commitment in the degree course towards a focus on "values". Competence in ethics helps managers formulate and justify decisions, and predict, avoid or deal with ethical pitfalls which their companies may encounter.						
Inhaltliche Beschreibung	The classes focus on combining theoretical and practical approaches. Students must develop their ethical reasoning processes in a structured fashion based on ethical theory, and apply these to a variety of cases and real-life situations. The class is incrementally modified from year to year and there is therefore no fixed content.						
Studienabschnitt	1./3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge der EUF geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Studienleitung M.A. IMS in Zusammenarbeit mit den Dozierenden der jeweiligen Lehrveranstaltungen						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115100111 Wirtschaftsethik und unternehmerische Verantwortung - Wahlmodul 1	V/ Ü	Pfl.	3	5	Hausarbeit, Präsentation	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Hausarbeit (3-12 Seiten), Präsentation (30 Min.)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Überfachliche Kompetenzen und Persönlichkeitsentwicklung. Lehrsprache Deutsch oder Englisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM SQ 12 Wahlpflichtmodul 115100120	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	Wirtschaftsethik und unternehmerische Verantwortung - Wahlmodul 2						
Qualifikations- und Kompetenzziele	This module related to business ethics and/or entrepreneurial responsibility reflects the commitment in the degree course towards a focus on "values". Competence in ethics helps managers formulate and justify decisions, and predict, avoid or deal with ethical pitfalls which their companies may encounter.						
Inhaltliche Beschreibung	The classes focus on combining theoretical and practical approaches. Students must develop their ethical reasoning processes in a structured fashion based on ethical theory, and apply these to a variety of cases and real-life situations. The class is incrementally modified from year to year and there is therefore no fixed content.						
Studienabschnitt	1./3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge der EUF geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Studienleitung M.A. IMS in Zusammenarbeit mit den Dozierenden der jeweiligen Lehrveranstaltungen						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115100121 Wirtschaftsethik und unternehmerische Verantwortung - Wahlmodul 2	V/ Ü	Pfl.	3	5	Hausarbeit, Präsentation	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Hausarbeit (3-12 Seiten), Präsentation (30 Min.)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Überfachliche Kompetenzen und Persönlichkeitsentwicklung. Lehrsprache Deutsch oder Englisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM SQ 21 Wahlpflichtmodul 115100210	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	4 SWS	150 h	60 h	110 h	1 Semester
Modultitel	Führungshandeln						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind in der Lage, eigenes und fremdes (Führungs-)Handeln zu analysieren. • Die Studierenden kennen aktuelle Methoden der Personalentwicklung im Managementbereich. • Die Studierenden verbessern ihre eigenen Sozial- und Personalkompetenzen. 						
Inhaltliche Beschreibung	Wesentliche Inhalte des Moduls sind: Methoden zur Analyse des Führungshandelns; Methoden zur Förderung von Fach- und Methodenkompetenz; Methoden zur Förderung der Sozial- und Personalkompetenz; Verhaltenstrainings (insbesondere Behaviour Modeling).						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist in anderen Studiengängen (z.B. Berufspädagogik, Ernährung und Gesundheit) verwendbar.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Tabea Scheel						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115100211 Analyse und Veränderung des Führungshandelns	S	Pfl.	2		Seminararbei- t (12-15 Seiten)	ja
2.	115100212 Übung Führungstraining	Ü	Pfl.	2		Teilnahme am Führungstrai- ning	nein
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Die Teilnahme am Führungstraining ist Prüfungsvoraussetzung.						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Überfachliche Kompetenzen und Persönlichkeitsentwicklung.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM SQ 22 Wahlpflichtmodul 115100220	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Praxisprojekt Strategie – Organisation – Entrepreneurship						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden lernen durch eine intensive schriftliche Auseinandersetzung mit einem konkreten Problem mit praktischer Relevanz aus den Bereichen Strategie, Organisation und/oder Entrepreneurship eigene Ergebnisse zu erarbeiten. Durch Erörterung und Diskussion der relevanten Thematik im Plenum lernen die Studierenden ihre Ergebnisse zu präsentieren, zu verteidigen und sich kritisch mit diesen auseinanderzusetzen. 						
Inhaltliche Beschreibung	Rahmen dieses Kurses können verschiedene aktuelle Themen aus dem Bereich Strategie, Organisation, Entrepreneurship im Mittelpunkt des Interesses stehen. Entscheidend ist, dass die Studierenden in diesem Seminar eine intensive Auseinandersetzung mit einem Themenkomplex leisten, das klaren Praxisbezug hat.						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Susanne Royer						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115100221 Praxisprojekt Strategie – Organisation – Entrepreneurship	P	Pfl.	2	5	Präsentation, Seminararbeit	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Seminararbeit (10-15 Seiten), Poster- oder Folienerstellung, Abschlusspräsentation (15 Min.), Beteiligung an der Projektarbeit						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Überfachliche Kompetenzen und Persönlichkeitsentwicklung. 2x 3-tägige Workshops in der gesamten Gruppe, zusätzlich Veranstaltungen an der EUF sowie bei Bedarf Videokonferenzen.						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM SQ 23 Wahlpflichtmodul 115100230	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	ADA – Ausbildereignungsprüfung						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>Die Studierenden können zeitgemäß und praxisnah Wissen und Kenntnisse vermitteln. Die Studierenden sind mit den wesentlichen Anforderungen an die Gestaltung betrieblicher Ausbildungsprozesse und -strukturen vertraut. Die Studierenden sind in der Lage Jugendliche zu verantwortungsbewussten, mitdenkenden und selbstständig handelnden Mitarbeitern/innen auszubilden. Die Veranstaltung dient der Vorbereitung auf die IHK-Prüfung gemäß Ausbilder-Eignungsverordnung (AEVO).</p>						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Grundlagen • Planung der Ausbildung • Mitwirkung bei der Einstellung von Auszubildenden • Ausbildung am Arbeitsplatz • Förderung des Lernprozesses • Ausbildung in der Gruppe • Abschluss der Ausbildung 						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115100231 ADA – Ausbildereignungsprüfung	S	Pfl.	3	5	Klausur, Präsentation, IHK-Prüfung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Klausur, praktische Unterweisung bzw. Präsentation und schriftliche Ausarbeitung gemäß §4 Abs.1 AEVO 2009.						
Anmerkungen	<p>Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Überfachliche Kompetenzen und Persönlichkeitsentwicklung. Die Durchführung des Seminars erfolgt in enger Kooperation mit der IHK Flensburg. Am Ende des Seminars legen die Teilnehmer die ADA-Prüfung ab und erhalten zusätzlich zu den CP das entsprechende Zertifikat der IHK.</p>						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM SQ 24 Wahlpflichtmodul 115100240	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	Herbst- und Frühjahrssem.	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	Berufswahl, Jobsuche und Recruiting						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Veranstaltung richtet sich an Studierende fortgeschrittener Semester und dient der Vorbereitung auf den Einstieg in das Berufsleben. Im Rahmen des Seminars werden wesentliche Themenfelder, die im Zusammenhang mit der Berufswahl, der Jobsuche sowie der Bewerbung und Personalauswahl stehen, von den Studierenden in Einzelarbeit oder in Kleingruppen, vor der Gesamtgruppe präsentiert und mit dieser diskutiert.						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> • Persönliche Standortbestimmung zur Berufswahl • Potenzialanalyse & Bedeutung von Schlüsselqualifikationen • Zieldefinition und Ableitung von zukünftigen Schwerpunkten für die Berufswahl • Personalauswahl in Unternehmen und Unternehmensberatungen • Erstellung einer Bewerbungsmappe • Durchführung von Auswahlgesprächen • Selbstpräsentation • Praktika • Weiterbildungen • Einstiegsmöglichkeiten in den Arbeitsmarkt für Hochschulabsolventen • Zeit- und Selbstmanagement • Fluch und Segen der Sozialen Medien • Eignungsdiagnostik 						
Studienabschnitt	2. oder 3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115100241 Berufswahl, Jobsuche und Recruiting	S	Pfl.	3	5	Präsentation, schriftliche Ausarbeitung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	90 min. Präsentation, schriftl. Ausarbeitung (2-5 Seiten)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Überfachliche Kompetenzen und Persönlichkeitsentwicklung. 4x Workshops in der Gruppe sowie Individualcoaching.						
08.02.2024							

Master of Arts			International Management Studies				
MIM SQ 25 Wahlpflichtmodul 115100250	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	Projektmanagement						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> • Die Fähigkeit, komplexe Projekte zu organisieren und zu koordinieren gehört heutzutage zum erwarteten Leistungsprofil von Führungskräften. Die Studierenden lernen Projektziele zu entwickeln, unterschiedliche Akteure, Inhalte und Kompetenzen zu koordinieren, Ressourcen verantwortungsvoll einzusetzen sowie Fehlschläge und Kritik zu verarbeiten. • Die Studierenden kennen die Grundlagen und neuere Entwicklungstendenzen modernen Projektmanagements. Sie können die wesentlichen Herausforderungen derartiger Aufgaben identifizieren und systematisch begründete Entscheidungen bzgl. der geeigneten Strukturierung und Vorgehensweise sowie des Einsatzes geeigneter Methoden fällen. • Die Studierenden sind nach Abschluss dieses Moduls in der Lage, den Aufbau eines Projektes, dessen konzeptionelle Grundlagen und Eigenheiten sowie die Eignung verschiedener Praxisinstrumente aus dem Bereich des Projektmanagements zu verstehen, zu beurteilen und anzuwenden. Sie haben geübt, eigene Handlungsstrategien zu konzipieren und einzusetzen, um Projekte in Praxiskontexten planen, strukturieren, integrieren, steuern und bewerten zu können. 						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Projektmanagement • Planung zeitlicher Abläufe • Ressourcen-Management • Kosten- und Risikomanagement • Projektsteuerung und Kontrolle • Kommunikation im Projekt • Erstellung von Projektberichten / Reports • Durchführung anhand eines realen Projektes oder von Fallbeispielen • Einführung Projektmanagementsoftware 						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115100251 Projektmanagement	S/V/P	Pfl.	3	5	Projektarbeit, Hausarbeit, Präsentation	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Projektarbeit und -präsentation (30 Min.) und schriftl. Abschlussbericht (10-15 Seiten)						
Anmerkungen	<p>Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Überfachliche Kompetenzen und Persönlichkeitsentwicklung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seminar mit Vorlesungsbestandteilen und Projektarbeit, Einzelpräsentationen, Praxisfallstudien und Rollenspielen. • Durchführung eines Musterprojektes, wenn möglich als reales Projekt mit Unternehmensbezug. • Die Auswahl relevanter Literatur und Unterlagen zur Prüfungsvorbereitung erfolgt jeweils zu Beginn der Veranstaltung. 						

Master of Arts				International Management Studies			
Modul 33 Wahlpflichtmodul 115100260	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	Service Learning Projekt						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Service Learning verbindet universitäres Lernen mit organisationaler Praxiserfahrung und gesellschaftlichem Engagement. Bei diesem Ansatz gewinnt das fachliche Lernen durch praktische Erfahrungen an Relevanz, Handlungsbezug und Verständnistiefe. Die Studierenden gewinnen einen tiefergehenden Einblick in die alltäglichen Managementprobleme von kleinen (gemeinnützigen) Betrieben. Hierdurch werden die Studierenden für die spezifischen Problemlagen kleiner Unternehmen sensibilisiert und erhalten zugleich eine nähere Vorstellung von den Besonderheiten gemeinnütziger Organisationen.						
Inhaltliche Beschreibung	Im Rahmen der Veranstaltung sind die Studierenden aufgefordert, für ausgewählte Probleme und Herausforderungen kleiner gemeinnütziger Organisationen konkrete Lösungsansätze zu entwickeln und diese auch umzusetzen. Die Studierenden erarbeiten in Kleingruppen Lösungsansätze für ein spezifisches Problem eines Praxispartners. Die Grundlage hierfür bilden die in der Veranstaltung vermittelten Lehrinhalte. Konkrete Ergebnisse der durch die Gruppe erarbeiteten Lösungsvorschläge sollen in Form einer Maßnahmenplanung formuliert werden. Es wird zudem erwartet, dass die Studierenden im zeitlichen Rahmen des Seminars eine konkrete Maßnahme selbst initiieren und umsetzen. Die Umsetzung erfolgt in enger Abstimmung mit den jeweiligen Kooperationspartnern.						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115100261 Service Learning Projekt	S	Pfl.	3	5	Präsentation, schriftl. Ausarbeitung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Präsentation (40 Min. pro Gruppe), schriftl. Ausarbeitung (10-15 Seiten pro Gruppe)						
Anmerkungen	Praxis-Seminar in Kooperation mit kleinen gemeinnützigen Initiativen und Organisationen aus der Region. Wahlpflichtveranstaltung im Bereich SQ - Überfachliche Kompetenzen und Persönlichkeitsentwicklung.						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM SQ 31 Pflichtmodul 115100310	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	10	Herbst- und Frühjahrssem.	5 SWS	300 h	75 h	225 h	2 Semester
Modultitel	Fremdsprachenkompetenz Doppelabschluss I						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>Nach 2 Semestern ist der/die Studierende in der Lage, in der Fremdsprache:</p> <ul style="list-style-type: none"> • fachliches Wissen selbstständig und auf einem reflektierten Niveau mit einem relativ hohen Maß an grammatikalischer, idiomatischer und aussprachemäßiger Korrektheit mündlich zu vermitteln, • bei Analysen und Vermittlungsaufgaben relevantes Wissen und relevante Informationen anhand einer relevanten Methodik auszusuchen und zu vermitteln, • unterschiedliche mündliche Kommunikationssituationen bewältigen zu können (Geschäftsgespräche, Verhandlungen, Vorstellungsgespräche, allgemeine und spezifische Vermittlungsaufgaben), • verschiedene regional, sozial, altersbedingt oder geschlechtsspezifisch gefärbte Sprachvariationen weitgehend zu verstehen, • die deutsche bzw. dänische Gesellschaft im weitesten Sinne zu verstehen. 						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> • Die Pragmatik der Zielsprache (verschiedene Register) • Das Arbeiten mit einem erhöhten sprachlichen Bewusstsein (durch Arbeit mit unterschiedlichen textlinguistischen und textanalytischen Elementen) • Die Analyse und die Vermittlung von unterschiedlichen allgemeinen, betriebsbedingten und wissenschaftlichen Inhalten • Mündliche Beschreibung und Analyse von verschiedenen Fachsprachen • Betriebsbedingte Kommunikationsformen (intern, extern) • Das Üben von mündlichen (betrieblichen) Kommunikationsformen (u.a. Cases in Form von Telefongesprächen, Anstellungs- und Verhandlungsgesprächen) • Regional, sozial, altersbedingte oder geschlechtsspezifische Sprache 						
Studienabschnitt	1. und 2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist z.B. verwendbar für den SDU Masterstudiengang Cand. merc. int..						
Modulverantwortliche	Anne Marie Hulgaard / Ella Mølgaard						
Zulassungs- voraussetzungen	Die Lehrveranstaltungen können nicht von Muttersprachler*innen der jeweiligen Sprache belegt werden.						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115100311 Deutsch 1 (mdl.) oder Dänisch 1 (mdl.)	V/ Ü	Pfl.	2	5		nein
2.	115100312 Deutsch 2 (mdl.) oder Dänisch 2 (mdl.)	V/ Ü	Pfl.	3	5		nein
x	Prüfung über gesamtes Modul ³					mdl. Examen	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Mündliches Examen (40 Minuten, mit 40 Minuten Vorbereitung).						
Anmerkungen	Pflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Sprachkompetenz Deutsch / Dänisch Bei Doppelabschluss M.A./ Cand. Merc. Int. müssen gemäß dänischer PO insgesamt 15 CP in der jeweils gewählten Sprachausbildung entsprechend den Modulbeschreibungen erbracht werden. Beim M.A. International Management Studies sind gemäß deutscher PO insgesamt 10 CP in der jeweils gewählten Sprachausbildung zu erbringen. <u>Dieses Modul ist nur beim Doppelabschluss zu belegen.</u>						

Master of Arts			International Management Studies				
MIM SQ 32 Wahlpflichtmodul 115100320	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	Herbst- und Frühjahrssem.	2 SWS	150 h	30 h	120 h	2 Semester
Modultitel	Fremdsprachenkompetenz Doppelabschluss II						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>Nach 2 Semestern ist der/die Studierende in der Lage, schriftlich in der Fremdsprache:</p> <ul style="list-style-type: none"> • fachliches Wissen/fachliche Informationen selbstständig und auf einem reflektierten Niveau mit einem relativ hohen Maß an grammatikalischer und idiomatischer Korrektheit schriftlich zu vermitteln, • bei Analysen und Vermittlungsaufgaben relevantes Wissen/relevante Informationen anhand einer relevanten Methodik schriftlich zu vermitteln, • fachsprachliche Texte beschreiben und analysieren zu können, • Texte zu unterschiedlichen Kommunikationssituationen selbstständig erarbeiten zu können • deutsche bzw. dänische Texte zu schreiben, die allen Situationen angepasst und laut sprachlichen Registern angemessen ist. 						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> • Erweiterte Grammatik und schriftliche Sprachübungen • Schriftsprachliche Register • Beschreibung, Analyse und Erarbeitung verschiedener fachsprachlicher Texte, u.a. schriftliche, betriebliche Kommunikation 						
Studienabschnitt	1. und 2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist z.B. verwendbar für den SDU Masterstudiengang Cand. merc. int..						
Modulverantwortliche	Anne Marie Hulgaard / Ella Mølgaard						
Zulassungs- voraussetzungen	Deutsch bzw. Dänisch aus der Bachelorausbildung oder vergleichbarer Deutsch- bzw. Dänisch-Abschluss. Die Lehrveranstaltungen können nicht von Muttersprachler*innen der jeweiligen Sprache belegt werden.						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115100321 Deutsch 1 (schriftlich) oder Dänisch 1 (schriftlich)	V/ Ü	Pfl.	1	3		nein
2.	115100322 Deutsch 2 (schriftlich) oder Dänisch 2 (schriftlich)	V/ Ü	Pfl.	1	2		nein
x	Prüfung über gesamtes Modul ³					Klausur	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	5-stündige Klausur nach dem 2. Semester.						
Anmerkungen	Bei Doppelabschluss M.A./ Cand. Merc. Int. müssen gemäß dänischer PO insgesamt 15 CP in der jeweils gewählten Sprachausbildung entsprechend den Modulbeschreibungen erbracht werden. Beim M.A. International Management Studies sind gemäß deutscher PO insgesamt 10 CP in der jeweils gewählten Sprachausbildung zu erbringen. <u>Dieses Modul ist nur beim Doppelabschluss zu belegen.</u>						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM SQ 33 Pflichtmodul 115100330	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	Englisch I						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls Englisch I sind die Studierenden in der Lage, sich auch in unvorbereiteten Situationen verhandlungssicher sowohl in der geschriebenen als auch der gesprochenen Sprache auszudrücken.						
Inhaltliche Beschreibung	Das Modul analysiert den Aufbau erfolgreicher Präsentationen mit verschiedenen Theorien und Ansätze. Bei der Behandlung aller Themen wird auf die Verknüpfung von Inhalten und sprachdidaktischer Verwertung ebendieser geachtet.						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Studienleitung M.A. IMS						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115100331 Englisch I	V/ S	Pfl.	3	5	Fallweise Prüfung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	mdl. Prüfung (30 Min.) oder Klausur (90 Min.)						
Anmerkungen	Pflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Sprachkompetenz Englisch. Bei Doppelabschluss M.A./ Cand. Merc. Int. müssen gemäß dänischer PO insgesamt 15 CP in der jeweils gewählten Sprachausbildung entsprechend den Modulbeschreibungen erbracht werden. Beim M.A. International Management Studies sind gemäß deutscher PO insgesamt 10 CP in der jeweils gewählten Sprachausbildung zu erbringen.						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM SQ 34 Pflichtmodul 115100340	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	Englisch II						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls Englisch II sind die Studierenden in der Lage, sich in ausgewählten Themenbereichen verhandlungssicher sowohl in der gesprochenen als auch in der geschriebenen Sprache bewegen zu können.						
Inhaltliche Beschreibung	Das Modul kombiniert die inhaltliche Diskussion aktueller tagespolitisch/ kulturell/ wirtschaftlich relevanter Ereignisse mit ihrer sprachdidaktischen Verwertung (Erlernen von Ausdrucksformen, Perfektionierung grammatikalischer Kenntnisse). Dies geschieht anhand der Behandlung verschiedener, variabler Themen und deren sowohl mündlicher als auch schriftlicher Bearbeitung unter besonderer Bezugnahme auf die sprachliche Entwicklung und Fertigkeiten der Studierenden.						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Studienleitung M.A. IMS						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115100341 Englisch II	V/ S	Pfl.	3	5	Fallweise Prüfung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	mdl. Prüfung (30 Min.) oder Klausur (90 Min.)						
Anmerkungen	Pflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Sprachkompetenz Englisch. Bei Doppelabschluss M.A./ Cand. Merc. Int. müssen gemäß dänischer PO insgesamt 15 CP in der jeweils gewählten Sprachausbildung entsprechend den Modulbeschreibungen erbracht werden. Beim M.A. International Management Studies sind gemäß deutscher PO insgesamt 10 CP in der jeweils gewählten Sprachausbildung zu erbringen.						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM SQ 35 Pflichtmodul 115100350	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	4 SWS	150 h	60 h	90 h	1 Semester
Modultitel	Spanisch I – Spanisch in Wirtschaft und Gesellschaft I						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls Spanisch 1 sollen Studierende in der Lage sein, sich in ausgewählten Geschäftsbereichen verhandlungssicher [Teil 1] (Sprachniveau C1.1 des Europäischen Referenzrahmens für Sprachen) bewegen zu können. Dies kann durch das „Certificado Superior de Español de los Negocios de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid“ zertifiziert werden.						
Inhaltliche Beschreibung	Das Modul kombiniert die inhaltliche Diskussion aktueller wirtschaftlich relevanter (Kommunikations)ereignisse [Artikel aus aktuellen spanischsprachigen Zeitungen und Fachzeitschriften, Texte und Videos aus den elektronischen Medien, offizielle Verlautbarungen und Analysen (beispielsweise von Regierungen, der EU, der CEPAL, der UNO etc.)] mit ihrer sprachdidaktischen Verwertung (Erlernen von Ausdrucksformen, Perfektionierung grammatikalischer Kenntnisse).						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge der EUF mit wirtschaftswissenschaftlicher Akzentuierung geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Marcel Smolka						
Zulassungs- voraussetzungen	Das Modul setzt ein Sprachniveau von B2 voraus.						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115100351 Spanisch I – Spanisch in Wirtschaft und Gesellschaft I	V/ Ü	Pfl.	4	5	siehe unten	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	Auf der Stufe C1 können sie Standpunkte erörtern, Argumente vorbringen und lernen, idiomatische Ausdrücke und andere Stilmittel zu verwenden, die einen kreativen Sprachgebrauch ermöglichen. Das Lesen zeitgenössischer spanischer und lateinamerikanischer Texte bereitet keine Schwierigkeiten (Teil 1).						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Abschlussklausur (120 Min.) oder schriftl. Arbeit (5-10 Seiten) oder mdl. Prüfung (30 Min.)						
Anmerkungen	Pflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Sprachkompetenz Spanisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM SQ 36 Pflichtmodul 115100360	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	4 SWS	150 h	60 h	90 h	1 Semester
Modultitel	Spanisch II – Spanisch in Wirtschaft und Gesellschaft II						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls Spanisch 2 sollen Studierende in der Lage sein, sich in ausgewählten Geschäftsbereichen verhandlungssicher (Sprachniveau C1.2 des Europäischen Referenzrahmens für Sprachen) bewegen zu können. Dies kann durch das "Certificado Superior de Español de los Negocios de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid" zertifiziert werden. Hierfür werden im Modul Spanisch 1 die Grundlagen gelegt.						
Inhaltliche Beschreibung	Das Modul kombiniert die inhaltliche Diskussion aktueller wirtschaftlich relevanter (Kommunikations)Ereignisse [Artikel aus aktuellen spanischsprachigen Zeitungen und Fachzeitschriften, Texte und Videos aus den elektronischen Medien, offizielle Verlautbarungen und Analysen (beispielsweise von Regierungen, der EU, der CEPAL, der UNO etc.)] mit ihrer sprachdidaktischen Verwertung (Erlernen von Ausdrucksformen, Perfektionierung grammatikalischer Kenntnisse).						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge der EUF mit wirtschaftswissenschaftlicher Akzentuierung geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Marcel Smolka						
Zulassungs- voraussetzungen	Das Modul setzt ein Sprachniveau von C1.1 voraus. Das Modul baut auf das Modul Spanisch in Wirtschaft und Gesellschaft I auf.						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115100361 Spanisch II – Spanisch in Wirtschaft und Gesellschaft II	V/ Ü	Pfl.	4	5	siehe unten	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	Auf der Stufe C1 können sie Standpunkte erörtern, Argumente vorbringen und lernen, idiomatische Ausdrücke und andere Stilmittel zu verwenden, die einen kreativen Sprachgebrauch ermöglichen. Das Lesen zeitgenössischer spanischer und lateinamerikanischer Texte bereitet keine Schwierigkeiten.						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Abschlussklausur (120 Min.) oder schriftl. Arbeit (5-10 Seiten) oder mdl. Prüfung (30 Min.)						
Anmerkungen	Pflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Sprachkompetenz Spanisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM SQ 41 Wahlpflichtmodul 115100410	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5		3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	Economics of Globalization						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Students will develop an understanding of trade theory and its application to core problems that appear in the public debate on globalization. They will learn about the effects of trade on wages and real incomes, and how trade policy and protection affects the well-being of the society at large, as well as that of individual factor owners like workers and capitalists. The module will help students in understanding the conditions that determine whether tariffs and other instruments of trade policy hurt or benefit the economy. It will thus enable students to critically evaluate actual developments in international trade and investment and to pursue professional careers in firms engaged in world trade, as well as policy institutions dealing with international trade and investment.						
Inhaltliche Beschreibung	The course will take standard insights from international economics as a starting point and develop more advanced arguments using recent breakthroughs in the theory of international economics as well as novel insights from the empirical analysis of trade, multinational firms, and migration.						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist z.B. für den Masterstudiengang European Studies verwendbar und kann auch für andere Masterstudiengänge mit ökonomischem Bezug geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Marcel Smolka						
Zulassungs- voraussetzungen	Knowledge in microeconomics is highly recommended. Knowledge in international economics at the Bachelor's level would prove useful.						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115100411 Economics of Globalization	V/S/ Ü	Pfl.	3	5,00	Written exam / oral presentation	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Written exam (120 minutes) and oral presentation (ca. 30 minutes)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Pflichtbereich SQ – Internationale Kompetenz. Lehrsprache Englisch.						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM SQ 42 Elective course 115100420	ECTS-Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	5	every 2. Sem. (Spring)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Name of module	History and Socio-Economic Development						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	<p>Students should be able to define, investigate and solve problems in the subject area; manage and process complex knowledge, critically assess theories and methods, make precise and consistent use of concepts and relevant terminology, present arguments based on tenable academic foundations, conduct an informed dialogue in the subject area, read relevant sources critically.</p> <p>Students are introduced to what is a highly cross-disciplinary field and must learn to deal with overlaps between linguistics, biology, history, agricultural science, genetics, economics, epidemiology, theology, climatology, history of science and so on. There is quite a strong emphasis on the role of intangible social constructions (e.g. "culture", "institutions") in human development.</p>						
Contents of the module	<p>The classes in the module are incrementally modified from year to year and there is therefore no fixed content. Class titles will be chosen each year to reflect the incrementally shifting content. Questions are pursued such as "where did the current world order come from?", "why do we have regional inequalities?", "what is development and why do we develop?", "what is culture and is it important?", "why did Europe win?", "what causes regional divergence?", "what will happen in the future?". Ethical and human rights aspects are looked at along the way- e.g. changing attitudes between racial or socio-cultural/socio-economic groups and their causes. The classes may also look critically at various theories positing paradigm shifts (Copernican revolutions, transformations) in human history and the possible causes of these. Understanding how change is brought about in history is critical for understanding how mankind can take control of its own destiny, if this is at all possible.</p>						
Study section	2. semester						
Applicability	Can be opened for other programmes of the EUF, if required.						
Person responsible	James Lovejoy, MA PhD						
Prerequisites	None						
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS-Credits	Method of examination	graded? ¹
1.	115100421 History and Socio-Economic Development	S	Obl.	3	5	paper, presentation	yes
¹ Explanation regarding graded study achievements	-						
³ Explanation regarding module examination	paper (3-12 pages), presentation (approx. 30 Min.) The precise examination moden is announced at the beginning of each term.						
Remarks	Elective course in SQ 3 - Internationale Kompetenz.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM SQ 43 Elective course 115100430	ECTS-Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	5	jedes 2. Sem. (Spring)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Name of module	International Development						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	The module helps students to develop a broad perspective on the history of human development against the background of which they can judge current development and predict future developments. The module also introduces students to the highly multi-disciplinary aspects of the field – e.g. overlaps between biology, history, agricultural science, genetics, economics, theology, politics, history of science and so on.						
Contents of the module	Questions are pursued such as “why are white people rich and black people poor?”, “what is development and why do we develop?”, “why did Europe win?”, “what causes regional divergence?”, “what will happen in the future?”. Ethical and human rights aspects are looked at, such as emerging attitudes between racial groups and the conditions which development inflicts on working populations.						
Study section	2. semester						
Applicability	Can be opened for other programmes of the EUF, if required.						
Person responsible	James Lovejoy, MA PhD						
Prerequisites	None						
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS-Credits	Method of examination	graded? ¹
1.	115100431 International Development	S	Obl.	3	5	paper, presentation	yes
¹ Explanation regarding graded study achievements	-						
³ Explanation regarding module examination	paper (3-12 pages), presentation (approx. 30 Min.) The precise examination moden is announced at the beginning of each term.						
Remarks	Elective course in SQ 3 - Internationale Kompetenz.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM SQ 44 Elective course 115100440	ECTS-Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	10	Autumn and spring semester	4 SWS	300 h	60 h	240 h	2 Semester
Name of module	Intercultural Communication in Business Contexts						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	The goal of this seminar is to introduce students to the field of "Intercultural Communication" and its relevance to business. Students will learn to analyze problematic intercultural situations of cases they bring to the seminar.						
Contents of the module	<p>In order to reach the goals of the seminar in a research-based way we will</p> <ul style="list-style-type: none"> • compare different concepts and theories of "communication", "culture" and "identity" • reflect on how research methodologies have an impact on findings and application • gain insights into what human behavior is shared by all ("universal") and in what areas of verbal and nonverbal communication "cultural" differences are likely to occur. In particular we discuss differences in pragmatics ("pragmatic transfer"), misunderstandings and nonverbal communication. 						
Study section	1. and 2. semester						
Applicability	Can be opened for other programmes of the EUF or SDU (e.g. for Cand. merc. int.).						
Person responsible	SDU						
Prerequisites							
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS-Credits	Method of examination	graded? ¹
1.	115100441 Intercultural Communication in Business Contexts, Part I (Autumn)	V/ S/ Ü	Obl.	2	5	oral presentation	yes
2.	115100442 Intercultural Communication in Business Contexts, Part II (Spring)	V/ S/ Ü	Obl.	2	5	take-home exam	yes
¹ Explanation regarding graded study achievements	-						
³ Explanation regarding module examination	<u>Examination Part I</u> (after 1. semester): Oral presentation in the seminar (20 minutes) plus a write-up of the presentation (4-5 pages) <u>Examination Part II</u> (after 2. semester): Written case analysis in form of a written take-home examination (5-7 pages)						
Remarks	Elective in SQ - Internationale Kompetenz. Language of instruction: English.						

Master of Arts		International Management Studies					
MIM SQ 45 Elective course 115100450	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	10	Herbst- und Frühjahrssem.	4 SWS	300 h	60 h	240 h	2 Semester
Modultitel	Interkulturelle Kommunikation und Unternehmenskommunikation						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> • Problemstellungen in einem betrieblichen/interkulturellen Zusammenhang bestimmen, analysieren und lösen, • komplexes Wissen und komplexe Daten in einem betrieblichen/interkulturellen Zusammenhang systematisieren, • für die Wahl der Theorie und Methode zum Lösen betrieblicher/kommunikativer Aufgaben auf einer stichhaltigen Grundlage argumentieren. 						
Inhaltliche Beschreibung	<p><u>Interkulturelle Kommunikation:</u> Mit Ausgangspunkt in den beiden Forschungstraditionen der Interkulturellen Kommunikation wird einerseits mit einem statischen Kulturzugang gearbeitet, in dem Kultur und Kommunikation als statische und als erfahrungsbasierte Kategorien gesehen werden. Andererseits wird mit einem interpretativen Kulturverständnis gearbeitet, in dem Kultur als dynamisch und Kommunikation als eine soziale Interaktion betrachtet wird.</p> <p><u>Unternehmenskommunikation:</u> Unternehmenskommunikation umfasst alle Arten der intendierten internen und externen Kommunikation eines Unternehmens bzw. einer Organisation, aber auch der nicht intendierten Kommunikation. Deshalb wird mit interpersoneller und massenmedialer Kommunikation gearbeitet z.B. in Form von Werbetexten/ Storytelling, Krisenkommunikation, Fachsprachen (u.a. Bedienungsanleitungen und Produktbeschreibungen), Jahresabschlüssen und Corporate Communication i.w.S..</p>						
Studienabschnitt	1. und 2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist z.B. verwendbar für den SDU Masterstudiengang Cand. merc. int..						
Modulverantwortliche	Dr. Anne Marie Hulgaard						
Zulassungsvoraussetzungen							
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115100451 Interkulturelle Kommunikation (Herbst)	V/ S/ Ü	Pfl.	2	5	mdl. Examen, Synopsis	ja
2.	115100452 Unternehmenskommunikation (Frühjahr)	V/ S/ Ü	Pfl.	2	5	mdl. Examen, Synopsis	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	40-minütiges, mündliches Examen auf der Grundlage einer Synopse.						
Anmerkungen							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S101 Wahlpflichtmodul 115101010	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	Herbst	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	Small Business Management						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>Die Studierenden erhalten einen grundlegenden Einblick in die Besonderheiten mittelständischer Arbeitswirklichkeiten. Ausgehend von einer Vermittlung zentraler theoretischer Zugänge für eine wissenschaftlich gehaltvolle Auseinandersetzung mit KMU.</p> <p>Die Studierenden werden sensibilisiert für die lebensweltliche Heterogenität mittelständischer Arbeitswirklichkeiten.</p> <p>Die Studierenden entwickeln ein Verständnis für die besonderen Anforderungen an das Management, die Führung sowie den Einsatz einschlägige Management- und Gestaltungskonzepte in Klein- und Mittelbetrieben.</p>						
Inhaltliche Beschreibung	<p>Das Modul beinhaltet eine sozialwissenschaftlich fundierte Erörterung der spezifischen Charakteristika und Problemlagen mittelständischer Unternehmen. Ausgehend von der Bestimmung grundlegender größenspezifischer Handlungsvoraussetzungen von Organisationen, werden „typische“ Herausforderungen, denen sich das Management von KMU gemeinhin gegenüber sieht aufgeworfen und hinsichtlich Ihrer Möglichkeiten einer „mittelstandsspezifischen“ Bewältigung diskutiert.</p>						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115101011 Small Business Management	S	Wpfl.	3	5	empirische Hausarbeit (10 Seiten)	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S1.						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S102 Wahlpflichtmodul 115101020	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	Frühjahr	2 SWS	150	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Unternehmensführung im Mittelstand						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden erarbeiten sich in diesem Seminar einen individuell geprägten Zugang zu aktuellen und relevanten Fragestellungen rund um den Themenkomplex „Unternehmensführung im Mittelstand“. Sie werden im Laufe der Lehrveranstaltung dazu befähigt, einen journalistisch geprägten Blickwinkel auf das Thema einzunehmen und es kommunikativ einem breiten Publikum zugänglich zu machen. Ziel ist die Veröffentlichung des Textes in einem regionalen Wirtschaftsjournal.						
Inhaltliche Beschreibung	Im Seminar werden zunächst aktuelle Herausforderungen und (strategische) Handlungsfelder von KMU vermittelt, mit denen die Unternehmensführung eines kleinen oder mittelständischen Unternehmens befasst ist. Im zweiten Teil des Seminars widmen sich die Studierenden einem selbständig gewählten Thema innerhalb dieses Spektrums und beleuchten es anhand eines oder mehrerer Praxisfälle (idealerweise aus der Region). Dabei durchlaufen sie innerhalb des Seminars eine von journalistischen Grundlagen geprägte Schreibwerkstatt. Die schriftliche Auseinandersetzung mit dem Thema erfolgt im Reportagen- oder Portrait-Stil. .						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Dr. Tanja Reimer						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115101021 Unternehmensführung im Mittelstand	S	Wpfl.	2	5	wiss. Arbeitspapier (10 Seiten)	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S1.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S103 Elective course 115101030	ECTS-Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	5	every 2. Sem. (Autumn)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Name of module	Entrepreneurship: Theory and Practice						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	The objective of this course is to get familiar with required skills to start a business and evaluate business ideas of others. In this context it is relevant to identify, conceptualize, plan, finance, launch, manage and harvest new ventures in its particular environment. These topics are therefore discussed in this course.						
Contents of the module	This unit introduces the students to the field of entrepreneurship and planning for new business initiatives in the global business environment. Topics include entrepreneurial attitudes, abilities and behaviors; innovation; opportunity recognition; first-mover advantages and disadvantages and internationalization.						
Study section	1. semester						
Applicability	Also eligible for other Master programs of EUF or SDU (e.g., Kultur-Sprache-Medien or Energie- und Umweltmanagement).						
Person responsible	Prof. Dr. Susanne Royer						
Prerequisites	None						
Teilmodule							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS-Credits	Method of examination	graded? ¹
1.	115101031 Entrepreneurship Theory and Practice	V/ Ü	Obl.	3	5	presentation of case analysis, participation	ja
¹ Explanation regarding graded study achievements	-						
³ Explanation regarding module examination	Participation in course activities (40 %), Presentation of case analysis (60 %).						
Remarks	Combined Lecture-Case Study Course. Elective course in specialization S1. Language of instruction: English.						
08.02.2024							

Master of Arts		International Management Studies					
MIM S104 Wahlpflichtmodul 115101040	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Entrepreneurial Personality & Mindset						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden können durch die Auseinandersetzung wissenschaftlicher Ansätze zum Entrepreneurial Mindset die eigene Motivation für Entrepreneurial Activity reflektieren. Die Studierenden verfügen über soziale, personale und methodische Basiskompetenzen. Hierzu zählen unter anderem Team- und Problemlösungsfähigkeit, Führungskompetenz, Bewusstsein über eigene Stärken und ausbaufähige Potentiale. Die Studierenden können durch den mit der Hausarbeit einhergehenden Umsetzungsprozess strukturiert und selbstverantwortlich Handeln und Entscheiden. Die vermittelten Kompetenzen können im praktischen Handeln angewandt und gefestigt werden. Die Studierenden können ihr eigenes unternehmerisches Denken und Handeln im Kontinuum von Entrepreneurial Employee bis Entrepreneur reflektieren und einschätzen.						
Inhaltliche Beschreibung	<u>Workshop - Teil 1:</u> Reflexion der eigenen Persönlichkeit, Motivationsstruktur, Solist oder Teamplayer. <u>Workshop - Teil 2:</u> Die Bedeutung von Failure und der Umgang mit Unsicherheit und Krisen, Führung der eigenen Person, Führungspersönlichkeit. <u>Workshop - Teil 3:</u> Wirkung nach außen, Rhetorik, Personal Branding, Umgang mit der Öffentlichkeit, Business Modeling.						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Dr. Kirsten Mikkelsen						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115101041 Workshop Teil 1	S	Pfl.				nein
2.	115101042 Workshop Teil 2	S	Pfl.				nein
3.	115101043 Workshop Teil 3	S	Pfl.				nein
x	Prüfung über gesamtes Modul ("Modulprüfung" - 115101045) ³					Workshop- teilnahme, Hausarbeit, Präsentation	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Besuch aller Workshops, Hausarbeit/Projektarbeit, Präsentation. SWS je Workshop 1/3 von Gesamt-SWS.						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S1.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S105 Wahlpflichtmodul 115101050	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	unregelmäßig	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Current Topics in Entrepreneurship & Small Business Management						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden lernen durch eine intensive Auseinandersetzung mit einem konkreten, aktuellen Thema aus dem Bereich Entrepreneurship und/oder Small Business Management, eigene Ergebnisse zu erarbeiten. Durch Erörterung und Diskussion der relevanten Thematik im Plenum lernen die Studierenden, ihre Ergebnisse zu präsentieren, zu verteidigen und sich kritisch mit diesen auseinanderzusetzen.						
Inhaltliche Beschreibung	Die Studierenden sollen sich intensiv mit wechselnden relevanten Themenkomplexen aus den Bereichen Entrepreneurship und/oder Small Business Management auseinandersetzen; je nach aktueller Situation kann dies beispielsweise Themen wie Start-Up Recht o.ä. umfassen.						
Studienabschnitt	1.-3. Semester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Jackstädt-Zentrum Flensburg						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115101051 Current Topics in Entrepreneurship and Small Business Management	V/ S	Pfl.	2	5	Hausarbeit, Kl ausur oder mdl. Prüfung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Hausarbeit (10-15 Seiten) oder 60 min. Klausur oder mdl. Prüfung (15 Min.)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S1.						
Qualifikations- und Kompetenzziele							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S106 Wahlpflichtmodul 115101060	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	wechselnd	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Forschungsseminar Small Business Management & Entrepreneurship						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden lernen durch eine intensive schriftliche Auseinandersetzung mit einem eng eingegrenzten Bereich aus dem Schwerpunkt „Entrepreneurship and Small Business Management“ eigene Ergebnisse zu erarbeiten. Durch Erörterung und Diskussion der relevanten Thematik im Plenum lernen die Studierenden ihre Ergebnisse zu präsentieren, zu verteidigen und sich kritisch mit diesen auseinandersetzen.						
Inhaltliche Beschreibung	Die Studierenden sollen sich in ihrer Seminararbeit intensiv mit wechselnden relevanten Themenkomplexen aus dem Bereich „Entrepreneurship and Small Business Management“ auseinandersetzen.						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Jackstädt-Zentrum Flensburg						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115101061 Forschungsseminar Small Business Management & Entrepreneurship	S	Pfl.	2	5	Präsentation, Seminararbeit	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Seminararbeit (10-20 Seiten) oder Präsentation (30 Min.)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S1.						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S107 Wahlpflichtmodul 115101070	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Spring)	3 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Entrepreneurship, Diversity & Cultural Issues						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>Das Modul vermittelt den Studierenden grundlegende theoretische Ansätze der Entrepreneurshipforschung. Im Zentrum stehen hierbei Beiträge zur ökonomischen und gesellschaftlichen Bedeutung der Entrepreneurial Activity. Diese wird unter Einbezug von Themen der Diversity- und Genderforschung kritisch reflektiert, was in eine Förderung der aktiven und passiven Forschungskompetenz der Studierenden mündet. Ebenso wird interkulturelle Kompetenz in dem Maße gefördert als die Studierenden in diesem Kurs auch den Einfluss kultureller Gegebenheiten auf Entrepreneurship reflektieren und perspektivieren lernen. Der Kurs wird auf Englisch gehalten. ENG The module contains a discussion and reflection of basic entrepreneurship approaches within research. It focuses on the economic and societal impact of entrepreneurship. Students will learn to critically reflect these against the background of contributions from diversity and gender research. Besides methodological and research competencies the students train their intercultural skills by taking cultural issues in the context of entrepreneurship into account. Class will be held in English.</p>						
Inhaltliche Beschreibung	<p>Diskussion (aktueller) Beiträge der Entrepreneurshipforschung; kritische Würdigung von einschlägigen theoretischen und empirischen Beiträgen zu Entrepreneurship, Diversity & Gender; Reflexion von Entrepreneurship im Kontext feministischer Ökonomie und die Bedeutung für die Entrepreneurshipforschung; Relevanz kontextabhängiger Perspektiven auf Entrepreneurship. ENG Discussion of (current) entrepreneurship research contributions; critical reflection of theoretical and empirical studies in the context of feminits economy , diversity and gender; relevance of contextual research on entrepreneurship perspectives;</p>						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann auch für andere Studiengänge mit wirtschaftswissenschaftlicher Aktzentuierung geöffnet werden						
Modulverantwortliche	Dr. Kirsten Mikkelsen						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115101071 Entrepreneurship, Diversity & Cultural Issues			3	5	Hausarbeit, Präsentation	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Schriftliche Ausarbeitung 12-15 Seiten und Präsentation 15 Minuten						
Anmerkungen	Class will be held in English						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S108 Wahlpflichtmodul 115101080	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Research Seminar on Entrepreneurship						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden werden befähigt, Forschungslücken zu identifizieren und eigene Forschungsfragen zu formulieren. Dazu werden (aktuelle) Forschungsbeiträge unterschiedlicher Disziplinen in der Entrepreneurshipforschung - auch von Studierenden selbst eingebrachte - möglichst multiperspektivisch diskutiert und analysiert. Sie wählen ein Forschungsthema und strukturieren dies. Ebenso können sie das Erheben und Auswerten von Datenmaterial lernen. Das Modul schärft die Forschungskompetenz der Studierenden für die eigene Abschlussarbeit. Students learn to identify research gaps and to find their own research question. In order to do so we discuss and evaluate current and relevant research contributions in the context of entrepreneurship. The students are invited to find their own research topic and work on that in groups. They train their research competencies by learning to structure their research.						
Inhaltliche Beschreibung	Die Studierenden wählen sich nach einer Einführung in Arbeitsgruppen ein Forschungsthema im Bereich Entrepreneurship, das sie anschließend eigenständig bearbeiten. Dabei ist interdisziplinäre Zusammenarbeit möglich und gewünscht. Die Ergebnisse werden in Form einer Hausarbeit dargelegt und in einer Präsentation vorgestellt. Students learn to identify research gaps and to find their own research question. In order to do so we discuss and evaluate current and relevant research contributions in the context of entrepreneurship. The students are invited to find their own research topic and work on that in groups. They train their research competencies by learning to structure their research. Result will be gathered in an exposé and presented in class.						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann auch für andere Studiengänge mit wirtschaftswissenschaftlicher Aktzentuierung geöffnet werden						
Modulverantwortliche	Dr. Kirsten Mikkelsen						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115101081 Research Project	S	Pfl.	3	5	Hausarbeit	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Hausarbeit/Exposé 15-20 Seiten						
Anmerkungen	Class will be held in English						
08.02.2024							

Master of Arts		International Management Studies					
MIM S109 Wahlpflichtmodul 115101090	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	Innovationsmanagement im Mittelstand						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden lernen, was Innovation ausmacht und wie kleine und mittlere Unternehmen ihre Innovationskraft steigern können. Sie verstehen und erarbeiten selbständig Strategien, die den Mittelstand dazu verhelfen, sich im Zuge der Digitalisierung erfolgreich zu positionieren und wettbewerbsfähig zu bleiben.						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> - Theoretische, konzeptionelle und begriffliche Grundlagen des Innovationsmanagements - Strategien und Prozesse im Innovationsmanagement - Organisationsstrukturen und Rollen im Innovationsmanagement - Innovationsfähigkeit als Aufgabenfeld von HR & Organisational Development - Unterstützende Methoden und Systeme - Fallbeispiele // Einblicke in das Innovationsmanagement lokaler KMUs 						
Studienabschnitt	1./3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge der EUF geöffnet werden						
Modulverantwortliche	Dr. Tanja Reimer						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115101091 Innovationsmanagement im Mittelstand	V/ Ü	Pfl.	3	5	Klausur, Hausarbeit und/oder Präsentation	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Klausur (90 Min.) oder Hausarbeit (10-15 Seiten) und/oder Präsentation (30 Min.)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Bereich S1						

Master of Arts			International Management Studies				
MIM S110 Pflichtmodul 115101100	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Organisationsentwicklung I [Theorien und Grundlagen]						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Neben den theoretischen und konzeptionellen Grundlagen der Organisationsentwicklung, lernen die Studierenden in der Lehrveranstaltung auch aktuelle Herausforderungen aus dem Themenfeld kennen. Darüber hinaus werden sie in die Lage versetzt, verschiedene Gestaltungsansätze zu bewerten, mit denen Organisationen und Arbeit in Organisaitionen transformiert werden können.						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> - Theorien und Grundlagen der Organisationsentwicklung - People-centered Organization Development - The Art & Practice of Organizational Learning 						
Studienabschnitt	1./3. Studiensemester (offen für alle)						
Verwendbarkeit	Kann auch für andere Studiengänge mit wirtschaftswissenschaftlicher Akzentuierung geöffnet werden						
Modulverantwortliche	Dr. Tanja Reimer						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115101101 Organisationsentwicklung I	V	Pfl.	2	5	Klausur, Hausarbeit und/oder Präsentation	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Klausur (90 Min.) oder Hausarbeit (10-15 Seiten) und/oder Präsentation (30 Min.)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S1.						

Master of Arts			International Management Studies				
MIM S111 Pflichtmodul 115101110	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	Organisationsentwicklung II [Praxisprojekt]						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden lernen, wie sich Veränderungsprozesse in Organisationen effektiv gestalten und umsetzen lassen.						
Inhaltliche Beschreibung	In diesem Praxisseminar werden von Studierendengruppen reale Veränderungsprojekte in Kooperation mit lokalen Industriepartnern oder gemeinnützigen Organisationen entwickelt und getestet. Im Fokus stehen dabei die Methoden des Design Thinkings und der systemischen Organisationsberatung						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann auch für andere Studiengänge mit wirtschaftswissenschaftlicher Akzentuierung geöffnet werden						
Modulverantwortliche	Dr. Tanja Reimer						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115101111 Organisationsentwicklung II [Praxisprojekt]	S	Pfl.	3	5	Klausur, Hausarbeit und/oder Präsentation	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Klausur (90 Min.) oder Hausarbeit (10-15 Seiten) und/oder Präsentation (30 Min.)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Bereich S1. Die vorherige Prüfung im Modul Organisationsentwicklung I ist keine zwingende Voraussetzung für die Teilnahme.						

Master of Arts		International Management Studies					
MIM S201 Elective course 115102010	ECTS-Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	10	every 2. Sem. (Spring)	5 SWS	300 h	75 h	225 h	1 Semester
Name of module	Strategic Management: Theory and Practice						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	<p>Firm performance is at the core of strategic management. However, there are different ways to measure and conceptualize performance in terms of different perspectives on strategic competitive advantages. The discipline strategic management can be regarded as the fundament regarding the raised issues. Therefore the intense elaboration and critical discussion of the theoretical fundament is a central aim of the lecture.</p> <p>The case study course supplements the lecture and focuses on the practical use of the analytical tools of strategy. Intensive case study analyses and discussions help reach this aim.</p>						
Contents of the module	<p>The different perspectives on competitive advantage realization in the strategy literature are in the focus of this strategic management module. Firm performance is affected by the environment in which a company operates as well as by firm internal resources and capabilities. Therefore it is essential to better understand and analyze the corporate environment as well as (bundles of) firm resources. Next to business strategies, corporate strategies are relevant in this context. Increasingly next to firm internal resources, relational resources which span firm boundaries become central here. They are also investigated in the lecture while the case study course discusses cases from different industry contexts. Small groups of students prepare the discussions of the cases.</p>						
Study section	2. semester						
Applicability	Also eligible for other Master programs of EUF or SDU (e.g., Kultur-Sprache-Medien).						
Person responsible	Prof. Dr. Susanne Royer						
Prerequisites	None						
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS-Credits	Method of examination	graded? ¹
1.	115102011 Strategic Management	V	Obl.	3	5	impulse presentation, oral participation	yes
2.	115102012 Case Studies in Strategy	Ü	Obl.	2	5	case study presentation, oral participation	yes
¹ Explanation regarding graded study achievements	-						
³ Explanation regarding module examination	Lecture: Impulse presentation + discussion moderation for assigned article/ submission of slide presentation (70 %) Active participation in sessions (30 %); Case studies course: Participation in course discussions/ case preparation (presentation, discussion moderation, submission of slide presentation) in groups of 2-5 students.						
Remarks	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2. Lehrsprache Englisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S202 Wahlpflichtmodul 115102020	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	Management strategischer Kooperationen und Unternehmensgrenzen						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden lernen die theoretischen und praktischen Grundlagen im Hinblick auf die zwischenbetriebliche Organisationsgestaltung kennen und sollen anknüpfend daran, nationale und internationale Kooperationsaktivitäten beurteilen bzw. gestalten können. Um das zu erreichen, werden theoretisch fundierte Aspekte der unternehmensübergreifenden Organisation diskutiert und anhand von Fallbeispielen angewendet.						
Inhaltliche Beschreibung	Nur wenn es für das Marktgeschehen grundlegende Institutionen gibt, können Märkte entstehen. Diese grundlegenden Institutionen (wie z. B. Eigentums- und Vertragsrecht) bilden das Fundament für diese Veranstaltung. Aufbauend darauf findet eine Fokussierung auf zwischenbetriebliche Formen der Zusammenarbeit (marktmachtorientierte und effizienzorientierte Kooperationsformen) sowie die Unternehmensgrenzen statt. Die Vorlesung/Fallstudienübung vermittelt den Studierenden die Grundlagen der Organisation der wettbewerblichen Rahmenbedingungen und nationaler sowie internationaler zwischenbetrieblicher Beziehungen.						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge an der EUF oder SDU geöffnet werden (z.B. für den Studiengang Kultur-Sprache-Medien).						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Susanne Royer						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115102021 Management strategischer Kooperationen und Unternehmensgrenzen	V/ Ü	Pfl.	3	5	Fallstudienpr äsentation, schriftl. Ausarbeitung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Schriftl. Ausarbeitung (5-10 Seiten) und Präsentation mit Diskussionsleitung (90 Min.); aktive Teilnahme an den Unterrichtsaktivitäten						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S203 Pflichtmodul 115102030	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Organisationsgestaltung internationaler Unternehmen						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Dieser Kurs vermittelt die Grundlagen für die erforderlichen theoretischen und praktischen Fähigkeiten der internationalen Unternehmensorganisation. Um das zu erreichen, werden theoretisch fundierte Aspekte der internationalen Organisation diskutiert und anhand von Fallbeispielen angewendet.						
Inhaltliche Beschreibung	Der Prozess der Internationalisierung steht in diesem Kurs genauso im Mittelpunkt der Betrachtung wie die besonderen Anforderungen an Formen der Makroorganisation (z.B. Struktur-, Prozess-, Projektorganisation, transnationale Organisation und Netzwerkorganisation, Gestaltung von Mutter-Tochterbeziehungen) und der Mikroorganisation (weltweite Organisation der Produktion, Arbeitsabläufe bei internationalen Dienstleistern, Koordination grenzüberschreitender Wertschöpfungsketten). In diesem Zusammenhang spielen die in unterschiedlichen Branchen herrschende Umweltdynamik und der jeweilige Grad der Globalisierung eine entscheidende Rolle. Dieser situativen Komponente der internationalen Organisation wird Rechnung getragen, indem verschiedene Fallstudien zu dem Bereich Organisation international tätiger Unternehmen behandelt werden, die unterschiedliche Kontexte der internationalen Unternehmenstätigkeit verdeutlichen.						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge an der EUF oder SDU geöffnet werden (z.B. für den Studiengang Kultur-Sprache-Medien).						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Susanne Royer						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115102031 Organisationsgestaltung internationaler Unternehmen	V/ Ü	Pfl.	2	5	Fallstudien- präsentation, schriftl. Ausarbeitung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Schriftl. Ausarbeitung (5-10 Seiten) und Präsentation mit Diskussionsleitung (90 Min.), aktive Teilnahme an den Unterrichtsaktivitäten						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2.						
08.02.2024							

Master of Arts		International Management Studies					
MIM S204 Elective course 115102040	ECTS- Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	5	every 2. Sem. (Autumn)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Name of module	Finance						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	<p>Finance is the study of how people allocate scarce resources over time</p> <ul style="list-style-type: none"> • costs and benefits are distributed over time, • but the actual timing and size of future cash flows are often known only probabilistically. Understanding finance helps you evaluate these uncertain cash flows. <p>Students are able to understand and perform basic principles of accounting while also looking at the management side of financial decision making.</p>						
Contents of the module	<p>The course consists of eleven presentation sessions and five discussion sessions leaving ample room to introduce practical issues raised by the students as well as answer any questions there might be. Each of these sessions will be 45 minutes. The table below summarizes the topics to be covered.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. What is Finance? 2. The Financial Environment 3. What is Accounting? 4. Discussion, Review Session 1 5. Accounting Statements 6. Financial Planning 7. Allocation Resources over time 8. Discussion, Review Session 2 9. Analysis of Investment Projects 10. Principles of Market Valuation 11. Valuation of Bonds and Stocks 12. Discussion, Review Session 3 13. Principles of Risk Management 14. Derivatives: Forwards, Futures, Options 15. Exercises 16. Wrap-up of sessions #1-#4 						
Study section	1. semester						
Applicability	No						
Person responsible	Prof. Dr. Holger Hinz						
Prerequisites	None						
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS- Credits	Method of examination	graded? ¹
1.	Finance 115102041	V/ S/ Ü	Obl.	3	5	(written) exam (90 min.)	yes
¹ Explanation regarding graded study achievements	-						
³ Explanation regarding module examination	-						
Remarks	Elective course in specialization S2. Language of instruction: English.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S205 Elective course 115102050	ECTS-Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	5	every 2. Sem. (Spring)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Name of module	Seminar on Industry Studies						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	<ul style="list-style-type: none"> • Apply economic analysis to the study of key aspects of the rationale for the operations of businesses in specific industries such as manufacturing, services (banking, insurance, tourism), shipping etc. • Facilitate and support students in utilising personal resources and materials so that they can carry out independent research into an aspect of the international economy, using research methods appropriate to the task. • Develop the researching, analysing data, presenting data, communication, problem solving, interpersonal and creative skills of students. • Be able to critically analyse the major operations of the multinational business. 						
Contents of the module	This module provides a focused and relevant coverage of contemporary businesses. It will examine industry specific issues of the firm and its impact on the economy, help students understand different ways of analysing industries, explore the operation of businesses in specific industries as well as business in different regions of the world, and examine their future prospects.						
Study section	2. semester						
Applicability	No						
Person responsible	Prof. Dr. Holger Hinz						
Prerequisites	None						
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS-Credits	Method of examination	graded? ¹
1.	115102051 Seminar on Industry Studies	V/ S/ Ü	Obl.	3	5	see below	yes
¹ Explanation regarding graded study achievements	-						
³ Explanation regarding module examination	Präsentation (20 Min.), Forschungsaufsatz (15 Seiten)						
Remarks	Elective course in specialization S2. Language of instruction: English.						

Master of Arts			International Management Studies				
MIM S206 Elective course 115102060	ECTS- Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	5	every 2. Sem. (Autumn)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Name of module	International Business						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	<ul style="list-style-type: none"> • Apply economic analysis to the study of key aspects of the rationale for the operations of multinational businesses. • Analyse the major economic implications of and issues arising from foreign direct investment (FDI). • Facilitate and support students in utilising personal resources and materials so that they can carry out independent research into an aspect of the international economy, using research methods appropriate to the task. • Develop the researching, analysing data, presenting data, communication, problem solving, interpersonal and creative skills of students. • Be aware of the extent of and the reasons for FDI in the world economy. • Be able to critically analyse the major operations of the multinational business. • Be in a position to analyse the implications of the increase in FDI, including its impact on the globalisation process and national economies. • Be aware of some of the major contemporary issues impinging on multinational businesses' activities 						
Contents of the module	This module provides a focused, comprehensive and relevant coverage of contemporary multinational businesses. The module will examine the effects of the internationalisation of the firm and its impact on the global economy. It will help students understand different ways of analysing multinational firms and their impact. It will explore the operation of multinational business in different regions of the world and will examine their future prospects.						
Study section	1. semester						
Applicability	No						
Person responsible	Prof. Dr. Holger Hinz						
Prerequisites	None						
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS- Credits	Method of examination	graded? ¹
1.	115102061 International Business	V/ S/ Ü	Obl.	3	5	see below	yes
¹ Explanation regarding graded study achievements	-						
³ Explanation regarding module examination	Präsentation (20 Min.), Forschungsaufsatz (15 Seiten)						
Remarks	Elective course in specialization S2. Language of instruction: English.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S207 Wahlpflichtmodul 115102070	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Spring)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	The Economics of Multinational Enterprises						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Multinational enterprises are key players in the global economy. This course introduces students to the basic economic issues and challenges associated with multinational enterprises and the organization of production across borders. Students learn about key empirical regularities observed in the data to become familiar with facts and figures on multinational enterprises. They will be exposed to fundamental theories of multinational enterprises that help in understanding why multinational enterprises exist and what the implications of multinational production are for both source and host economies. Students will learn how economists use empirical models to sort out different theories of multinational enterprises.						
Inhaltliche Beschreibung	Stylized facts about multinational enterprises; horizontal foreign direct investment; vertical foreign direct investment; offshoring and the effects on domestic labour markets; the boundaries of multinational firms; effects of offshoring and multinational firms on the host economy						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Marcel Smolka						
Zulassungs- voraussetzungen	Completion of SQ "Economics of Globalization" recommended but not a strict prerequisite.						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115102071 The Economics of Multinational Enterprises	V/Ü	Pfl.	3	5	Klausur (120 min.)	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung							
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Schwerpunkt S2 – Strategy and Organisation. Lehrsprache Englisch. Folgekurs im Herbstsemester: "Topics in the Economics of Multinational Enterprises"						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S208 Wahlpflichtmodul 115102080	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Topics on the Economics of Multinational Enterprises						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Multinational enterprises are key players in the global economy. In this course, students will work on a recent research paper dealing with a specific economic issue relevant for multinational enterprises. Students will thus familiarize themselves with the most recent research on the economics of multinational enterprises.. Students will study recent theoretical models and empirical analyses dealing with specific issues relevant for multinational production. They will learn about data sources used in this research, and they will become acquainted with specific methods and research designs relevant for the field. They will develop an understanding of topical research questions in the field, as well as the specific problems researchers have encountered in tackling these questions.						
Inhaltliche Beschreibung	Seminar topics will be drawn, for example, from the following issues: horizontal foreign direct investment; vertical foreign direct investment; offshoring and the effects on domestic labour markets; the boundaries of multinational firms; effects of offshoring and multinational firms on the host economy						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Marcel Smolka						
Zulassungs- voraussetzungen	Successful completion of "The Economics of Multinational Enterprises"						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115102081 Topics on the Economics of Multinational Enterprises	S	Pfl.	2	5	Hausarbeit und Präsentation	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Hausarbeit (15-20 Seiten) und Präsentation (ca. 30 Minuten)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung im Schwerpunkt S2 – Strategy and Organisation. Lehrsprache Englisch.						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S209 Wahlpflichtmodul 115102090	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	unregelmäßig	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Europe in the Global Economy						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls sind Studierende in der Lage, sich selbständig Forschungskontexte im Bereich der Internationalen Politischen Ökonomie zu erarbeiten. Dies wird ermöglicht auf der Basis eines fundierten und in ausgewählten Bereichen vertieften Überblicks über die relevante Forschungsliteratur, wodurch die zentralen konzeptionellen Perspektiven sowie die mit ihnen verbundenen methodischen und analytischen Werkzeuge erlernt werden. Durch den starken interdisziplinären Bezug des Moduls erwerben die Studierenden darüber hinaus Kompetenzen im Bereich des interdisziplinären Dialogs (Fähigkeit zum Perspektivwechsel, Wertschätzung der komplementären Stärken von Ansätzen, Fähigkeit zur kritischen Reflexion des eigenen disziplinären Standpunkts).						
Inhaltliche Beschreibung	Das Modul gibt einen fundierten und in ausgewählten Bereichen vertieften Überblick über die relevante Forschungsliteratur zur Politischen Ökonomie und Globalisierung. Diese Analysen haben sich in den vergangenen Jahren im Überschneidungsbereich zwischen Politikwissenschaft und Ökonomie gebildet und befassen sich mit den Wechselwirkungen zwischen (internationaler) Politik und (internationaler) Wirtschaft. Es werden aktuelle Probleme diskutiert, etwa die Regulierung der europäischen Agrarwirtschaft durch die Europäische Agrarpolitik, internationalisierte Produktions- und Lieferketten, wirtschaftliche Ungleichheit, segregierende Wohnungs- und Wirtschaftspolitik oder Entwicklungen zu autoritär gelenkten Marktwirtschaften. Im Seminar wird dazu die aktuelle Forschungsliteratur diskutiert.						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge der EUF mit wirtschaftswissenschaftlicher Akzentuierung geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Ulrich Glassmann						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115102091 Europe in the Global Economy	S	Pfl.	2	5	siehe unten	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Hausarbeit (15 Seiten, max. 3 Studierende) oder mdl. Prüfung (20 Min.)						
Anmerkungen	Seminar mit Kurzreferaten und Diskussionen. Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2. Lehrsprache Deutsch oder Englisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S210 Wahlpflichtmodul 115102100	ECTS-Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	10	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Name of module	Trends in Applied Economics						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	<p>On completion of the course students should</p> <ul style="list-style-type: none"> - be able to provide an overview of some trends and applications in applied economics, - possess an understanding of regionalisation and globalisation processes in the international economic system, - be able to structure their chosen topic and write a home assignment accordingly provide a multi-faceted and comprehensive presentation of the topic, - be able to analyse the topic and compare it with and relate it to both empirical examples and a theoretical conceptual framework, - be able to provide a critical assessment of results, conclusions and applied methods, - be able to demonstrate the ability to work with empirical and abstract concepts based on a specific topic and - be able to solve regional or international economic problems in an economic context. 						
Contents of the module	<p>Teaching includes an in-depth academic and research based introduction with particular emphasis on central, relevant areas like</p> <ul style="list-style-type: none"> - Models and theories for economic integration and transformation in a regional and international context - Geographical economics, urbanization, inequality - Competitive position and innovation - Impact models and sector studies exemplified by tourism - Empirical data, strategic approaches, database, EU and development programs. <p>The focus is on the economic and political aspects and their importance in the coordination of macroeconomic policy and regional and international economics.</p>						
Study section	1. Studiensemester						
Applicability	Also eligible for other Master programs at EUF or SDU						
Person responsible	Nils Karl Sørensen						
Prerequisites							
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS-Credits	Method of examination	graded? ¹
1.	115102101 Trends in Applied Economics	V/S	obl.	3	10	Home assignment	yes
¹ Explanation regarding graded study achievements	-						
³ Explanation regarding module examination	Several students may contribute to the assignment (maximum of 3 students). It must be clear from the preparation who is responsible for what parts of the assignment. Individual grades will be given.						
Remarks	Elective course in specialization S2. Language of instruction: English						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S211 Elective course 115102110	ECTS-Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	5	every 2. Sem. (Spring)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Name of module	Distance Learning Project on Cooperation						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	The module is designed to acquaint students with in depth theoretical and practical knowledge in varying current topics in the area of (cooperative) business models. Furthermore, the participants experience working in an intercultural and interdisciplinary team, integrate knowledge from different modules and apply it into a research study, learn how to set up a small empirical research, learn how to present the research results, experience working in a distance learning project.						
Contents of the module	This module addresses current topics from the area of (cooperative) business models in different industry contexts. Cooperation experience is gained.						
Study section	2. semester						
Applicability	Also eligible for other study programs at EUF or SDU (e.g., Kultur-Sprache-Medien).						
Person responsible	Prof. Dr. Susanne Royer						
Prerequisites	None						
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS-Credits	Method of examination	graded? ¹
1.	115102111 Distance Learning Project on Cooperation	P	Obl.	3	5	seminar paper, participation	yes
¹ Explanation regarding graded study achievements	-						
³ Explanation regarding module examination	Seminararbeit (10-15 Seiten), Präsentation (15 Minuten)						
Remarks	Elective course in specialization S2. Language of instruction: English.						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S212 Wahlpflichtmodul 115102120	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	je nach Angebot	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Organisation						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Das Modul vertieft spezielle Fragen und Anwendungsgebiete aus dem Bereich Organisation (z.B. Makro- oder Mikroorganisationsformen, Organisational Behaviour). Die Studierenden sind in der Lage, sich in Spezialthemen der Organisation einzuarbeiten und allgemeine Kenntnisse in speziellen Kontexten sinnvoll anzuwenden.						
Inhaltliche Beschreibung	Wechselnd je nach Spezialthema.						
Studienabschnitt	unregelmäßig						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Susanne Royer						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115102121 Organisation	V/ S	Pfl.	2	5	Fallweise Prüfung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Hausarbeit (10-15 Seiten) oder 60 min. Klausur oder mdl. Prüfung (15 Min.)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2. Lehrsprache Deutsch oder Englisch. Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S213 Wahlpflichtmodul 115102130	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	je nach Angebot	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	General Management						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Das Modul vertieft spezielle Fragen und Anwendungsgebiete aus dem Bereich General Management (z.B. E-Business, Controlling, Logistik, Besonderheiten in unterschiedlichen Branchen- oder Länderkontexten). Die Studierenden sind in der Lage, sich in Spezialthemen des General Managements einzuarbeiten und allgemeine Kenntnisse in speziellen Kontexten sinnvoll anzuwenden.						
Inhaltliche Beschreibung	Wechselnd je nach Spezialthema.						
Studienabschnitt	unregelmäßig						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Susanne Royer						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115102131 General Management	V/ S	Pfl.	2	5	Fallweise Prüfung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Hausarbeit (10-15 Seiten) oder 60 min. Klausur oder mdl. Prüfung (15 Min.)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2. Lehrsprache Deutsch oder Englisch. Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S214 Wahlpflichtmodul 115102140	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	je nach Angebot	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Strategie						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Das Modul vertieft spezielle Fragen und Anwendungsgebiete aus dem Bereich Strategie (z.B. Wettbewerbsvorteilsgenerierung in besonderen Kontexten wie Unternehmensclustern, globalen Wertschöpfungsketten, dem Bereich der Elektromobilität oder bestimmten Ländern). Die Studierenden sind in der Lage, sich in Spezialthemen des Strategischen Managements einzuarbeiten und allgemeine Kenntnisse in speziellen Kontexten sinnvoll anzuwenden.						
Inhaltliche Beschreibung	Wechselnd je nach Spezialthema.						
Studienabschnitt	unregelmäßig						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Susanne Royer						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	Strategie 115102141	P	Pfl.	2	5	Fallweise Prüfung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Hausarbeit (10-15 Seiten) oder 60 min. Klausur oder mdl. Prüfung (15 Min.)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2. Lehrsprache Deutsch oder Englisch. Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S215 Wahlpflichtmodul 115102150	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	je nach Angebot	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Strategie und Organisation: aktuelle Themen aus der Praxis						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Ziel des Moduls ist es, dass die Studierenden ihr fachliches und methodisches Wissen auf ein aktuelles, praxisrelevantes Problem anwenden und zu konkreten pragmatischen Implikationen gelangen. Dabei bearbeiten sie eine aktuelle Fragestellung aus dem Bereich Strategie und Organisation. Die jeweilige Aufgabenstellung orientiert sich an aktuellen, praxisnahen Problemstellungen. Die Studierenden bearbeiten das Projekt in Kleingruppen und präsentieren ihre Ergebnisse in der Gruppe. Im Rahmen der Erstellung der Prüfungsleistung findet eine intensive schriftliche Auseinandersetzung mit einem konkreten Problem mit praktischer Relevanz aus den Bereichen Strategie und Organisation statt. Zusätzlich wird im Rahmen des Kurses die relevante Thematik im Plenum erörtert und diskutiert. Die Studierenden lernen, eigene Ergebnisse zu erarbeiten, zu präsentieren, zu verteidigen und sich kritisch mit den Ergebnissen auseinanderzusetzen.						
Inhaltliche Beschreibung	Die Betriebswirtschaftslehre verfolgt neben dem deskriptiven und dem theoretischen Wissenschaftsziel auch ein pragmatisches Ziel und ist so auch immer eine anwendungsorientierte Disziplin. Entsprechend spielt im Rahmen der betriebswirtschaftlichen Lehre die (theoretisch-geleitete) Reflexion von Thematiken aus der Unternehmenspraxis eine wichtige Rolle. Innerhalb des Moduls „Strategie und Organisation: aktuelle Themen aus der Praxis“ soll die Anwendungsorientierung im Fokus stehen, wenn Studierende konkrete Fragestellungen aus der Unternehmenspraxis zu wechselnden Schwerpunkten wie beispielsweise Markt- oder Branchenspezifika, besonderen Typen von Unternehmen o.ä. behandeln. Die Studierenden setzen sich intensiv und systematisch mit einem Themenkomplex auseinander, welcher aktuellen und praxisrelevanten Bezug ausweist.						
Studienabschnitt	unregelmäßig						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Susanne Royer						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115102151 Strategie und Organisation: aktuelle Themen aus der Praxis	V/ P/ S	Pfl.	2	5	Seminararbeit, Präsentation und Korreferat	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Seminararbeit (10-15 Seiten), Abschlusspräsentation inkl. Opponentenkritik/ Korreferat (15 Min.)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2. Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S216 Wahlpflichtmodul 115102160	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	unregelmäßig	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Forschungsseminar Globalisierung und Wandel regionaler Ökonomien in Europa						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>Die Studierenden lernen durch eine intensive schriftliche Auseinandersetzung mit einem eng eingegrenzten Bereich aus dem Schwerpunkt „Strategie und Organisation“ eigene Ergebnisse zu erarbeiten.</p> <p>Durch Erörterung und Diskussion der relevanten Thematik im Plenum lernen die Studierenden ihre Ergebnisse zu präsentieren, zu verteidigen und sich kritisch mit diesen auseinanderzusetzen.</p>						
Inhaltliche Beschreibung	<p>Das Seminar beschäftigt sich mit der Wirkung der Globalisierung auf die Regionen Europas. Es vertieft die Kenntnisse empirischer Fallstudienanalyse und erlaubt den Studierenden, in Projektarbeit selbst Fragen zur Performanz europäischer Regionen zu entwickeln und bestimmte Sektoren (Tourismus, Medizintechnik, Logistik etc.) auf ihre Zukunftsfähigkeit, Innovationskraft bzw. Restrukturierungsdynamik zu analysieren. Dabei wird die Frage diskutiert, inwiefern regionale Akteure zu diesem Prozess einen positiven Beitrag leisten können.</p>						
Studienabschnitt	unregelmäßig						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge der EUF mit wirtschaftswissenschaftlicher Akzentuierung geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Ulrich Glassmann						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115102161 Forschungsseminar Globalisierung und Wandel regionaler Ökonomien in Europa	S	Pfl.	2	5	siehe unten	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Hausarbeit (15 Seiten, max. 3 Studierende) oder mdl. Prüfung (20 Min.)						
Anmerkungen	Vorlesung, Diskussion, Poster-Präsentation, Opponentenkritik. Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2. Lehrsprache Deutsch oder Englisch.						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S217 Wahlpflichtmodul 115102170	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Forschungsseminar Strategie und Organisation						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden lernen durch eine intensive schriftliche Auseinandersetzung mit einem eng eingegrenzten Bereich aus dem Schwerpunkt „Strategie und Organisation“ eigene Ergebnisse zu erarbeiten. Durch Erörterung und Diskussion der relevanten Thematik im Plenum lernen die Studierenden ihre Ergebnisse zu präsentieren, zu verteidigen und sich kritisch mit diesen auseinanderzusetzen.						
Inhaltliche Beschreibung	Die Studierenden sollen sich in ihrer Seminararbeit intensiv mit wechselnden relevanten Themenkomplexen aus dem Bereich Strategie und Organisation auseinandersetzen.						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Susanne Royer						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115102171 Forschungsseminar Strategie und Organisation	S	Pfl.	2	5	siehe unten	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Seminararbeit (10-15 Seiten), Abschlusspräsentation inkl. Opponentenkritik/Korreferats (15 Min.)						
Anmerkungen	Vorlesung, Diskussion, Poster-Präsentation, Opponentenkritik. Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S2.						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S301 Pflichtmodul 115103010	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	Organizational Behaviour						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden haben ein vertieftes Verständnis der Rolle des Menschen im wirtschaftlichen Geschehen und kennen Konzepte der Personal- und Organisationsentwicklung. Die Studierenden können theoretische Konzepte und Modelle praktisch umsetzen und diese Umsetzung begleiten und überprüfen. Die Studierenden sind in der Lage, komplexere empirische Studien konzeptionell und methodisch nachzuvollziehen und für eigene Arbeiten zu nutzen. 						
Inhaltliche Beschreibung	Wesentliche Inhalte des Moduls sind: Grundbegriffe des Organizational Behaviour; Dimensionen der Persönlichkeit; Person, Arbeit, Organisation; Personalauswahl; Personalentwicklung; Führung und Führungsinstrumente; Decision Making; Interaktion und Gruppe; Internationaler Personaleinsatz; Organisationskultur; Organisationsentwicklung.						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist in anderen Studiengängen verwendbar.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Tabea Scheel						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115103011 Organizational Behaviour	S/ Ü	Pfl.	3	5	Seminararbeit (12-15 Seiten)	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Pflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S302 Pflichtmodul 115103020	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	Human Resource Management						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Ausgehend von einem funktionalistisch begründeten Verständnis betrieblicher Personalarbeit werden die Studierenden in die Lage versetzt, die Anwendungsvoraussetzungen und Gestaltungsparameter personal-wirtschaftlicher Managementmaßnahmen zu analysieren und deren Einsatzmöglichkeiten (und Grenzen) für die Handhabung betriebspraktischer Problemlagen kritisch zu reflektieren.						
Inhaltliche Beschreibung	Die Veranstaltung „Human Resource Management“ vermittelt grundlegende Inhalte vornehmlich aus dem Bereich der verhaltenswissenschaftlich fundierten Personal- und Organisationsforschung. Ausgehend von einer Erörterung elementarer erkenntnistheoretischer, konzeptioneller und methodischer Grundlagen werden ausgewählte personalwirtschaftliche bzw. organisationstheoretische Gestaltungsansätze, Strategien und Instrumente mit den Studierenden erarbeitet und kritisch diskutiert.						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge an der EUF oder SDU geöffnet werden (z.B. für den Studiengang „Bildung in Europa“).						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115103021 Human Resource Management	V/ Ü	Pfl.	3	5	Empirische Fallstudie / Hausarbeit (10 Seiten)	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Pflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S304 Wahlpflichtmodul 115103040	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	wechselnd	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	Industrial Relations						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Aufbauend auf der Betrachtung der Funktion des deutschen Systems der „Industriellen Beziehungen“ führt dieses Modul in die international vergleichende Analyse „industrieller Beziehungen“ ein und versetzt die Studierenden so in die Lage Rahmenbedingungen personalpolitischer Entscheidungsproblem zu analysieren, wie sie in internationalen Produktionszusammenhängen typischerweise auftreten.						
Inhaltliche Beschreibung	Im Rahmen des Seminars „Industrial Relations“ werden zentrale Institutionen, Akteure und Entwicklungen des deutschen Wirtschaftssystems bzw. Arbeitsmarktes vorgestellt, erörtert und anhand eines internationalen Ländervergleichs kritisch diskutiert.						
Studienabschnitt	1.-3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115103041 Industrial Relations	S	Pfl.	3	5	Präsentation (30-45 Min.), Hausarbeit (ca. 10 Seiten)	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S305 Pflichtmodul 115103050	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	4 SWS	150 h	60 h	90 h	1 Semester
Modultitel	Methods of Analysis and Design						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen die psychologischen Grundlagen und Kriterien zur Analyse und Bewertung von Arbeitstätigkeiten und die diese umgebenden Bedingungen. • Die Studierenden haben einen Überblick über die gängigen psychologischen Arbeitsanalyseverfahren und können ausgewählte Verfahren selbst anwenden. • Die Studierenden wissen, wie Analyseverfahren in umfassendere Reorganisations- bzw. Veränderungsprozesse eingebettet werden. • Die Studierenden sind in der Lage, ausgewählte Methoden der Personal- und Organisationsentwicklung in einem betrieblichen/organisatorischen Kontext zu bearbeiten und praxisorientierte Gestaltungsvorschläge zu entwickeln. 						
Inhaltliche Beschreibung	Wesentliche Inhalte des Moduls sind: Gütekriterien und Standards; Erhebungsmethoden; Verfahren der Arbeits- und Organisationsanalyse; Verfahren der Personalrekrutierung und -auswahl; Personalentwicklung; Organisationsentwicklung; Evaluation; Internationaler Personaleinsatz; Arbeits- und Gesundheitsschutz						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist in anderen Studiengängen (z.B. Berufspädagogik, Ernährung und Gesundheit) verwendbar.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Tabea Scheel						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115103051 Analyse von Arbeitssystemen	S	Pfl.	2	2		nein
2.	115103052 Methoden der Personal- und Organisationsentwicklung	P	Pfl.	2	3		nein
x	Prüfung über gesamtes Modul ("Modulprüfung" - 115103055) ³					Projekt- präsentation (45 Min.)	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Pflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S306 Wahlpflichtmodul 115103060	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	4 SWS	150 h	60 h	90 h	1 Semester
Modultitel	Gruppen in Organisationen						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen verschiedene Arten von (betrieblichen) Gruppen. • Die Studierenden wissen, von welchen Faktoren Gruppenleistung und Gruppenerfolg bestimmt werden. • Die Studierenden können Gruppenprozesse analysieren und sind in der Lage, Gruppen zu begleiten und in ihrer Leistung zu verbessern. 						
Inhaltliche Beschreibung	Wesentliche Inhalte des Moduls sind: Bestimmungsmerkmale von Gruppen; Formen der Kooperation; Gruppen in Organisationen; Gruppenleistung und Gruppenerfolg; Gruppenprozesse; Führung von Gruppen; Teamdiagnostik; Teamentwicklung; Training sozialer Kompetenzen, interkulturelle Teams; virtuelle Teams.						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist in anderen Studiengängen (z.B. Berufspädagogik) verwendbar.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Tabea Scheel						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115103061 Psychologie der Gruppe	S	Pfl.	2	3		nein
2.	115103062 Training sozialer Kompetenzen	Ü	Pfl.	2	2		nein
x	Prüfung über gesamtes Modul ("Modulprüfung" - 115103065) ³					Referat	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Präsentation (60 Min.); Seminararbeit (ca. 10 Seiten)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S307 Wahlpflichtmodul 115103070	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	4 SWS	150 h	60 h	90 h	1 Semester
Modultitel	Health and Stress at Work						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden haben einen Überblick über Modelle und Konzepte, die gesundheitsbezogene Interventionen im Betrieb bzw. ein an dem psychosozialen Wohlbefinden der Beschäftigten orientiertes Personalmanagement begründen. Die Studierenden kennen theoretische Modelle über den Zusammenhang von Arbeit und Krankheit bzw. Gesundheit sowie entsprechende empirische Befunde. Die Studierenden sind in der Lage, eine gesundheitsbezogene Fragestellung im betrieblichen Kontext zu bearbeiten und betriebliche Gestaltungsvorschläge zu entwickeln. 						
Inhaltliche Beschreibung	Wesentliche Inhalte des Moduls sind: Arbeitsbegriff und gesellschaftliche Organisation der Arbeit; Gesundheitsbegriff; Stresskonzepte; Ressourcenkonzepte; Wirkungsmodelle; Analyse und Bewertung empirischer Befunde; Konzepte gesundheitsförderlicher Arbeits- und Organisationsgestaltung; Betriebliche Gesundheitsförderung/ Gesundheitsmanagement; Rechtliche Grundlagen (Arbeits(schutz)gesetzgebung).						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist in anderen Studiengängen (z.B. Berufspädagogik) verwendbar.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Tabea Scheel						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115103071 Arbeit und Gesundheit	S	Pfl.	2	2		nein
2.	115103072 Arbeit und Gesundheit	P	Pfl.	2	3		nein
x	Prüfung über gesamtes Modul ("Modulprüfung" - 115103075) ³					Projekt- präsentation (90 Min.)	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S308 Wahlpflichtmodul 115103080	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	Critical Management Studies						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>Ausgehend von einer grundlegenden Erörterung der wissenschaftlichen Kritikfunktion lernen die Studierenden eine Reihe von alternativen Theorieperspektiven und Forschungsarbeiten aus dem Bereich der kritischen Managementforschung kennen.</p> <p>Auf diese Weise werden die Teilnehmer für den unauflösbaren Zusammenhang zwischen Wirtschaft, Arbeitswelt und gesellschaftlicher Entwicklung sensibilisiert. Sie erwerben darüber hinaus ein deutlich erweitertes Rationalitätsverständnis und werden so in die Lage versetzt, grundlegende Prozesse und Strukturen der betrieblichen Praxis auch im Hinblick auf Fragen der sozialen Integration und Gerechtigkeit kritisch zu reflektieren.</p>						
Inhaltliche Beschreibung	<p>Im Rahmen des Seminars „Critical Management Studies“ werden zentrale Ansätze und Perspektiven einer kritischen, emanzipatorischen Sozial- und Managementforschung vorgestellt, und diskutiert.</p> <p>Im Anschluss an die Erörterung grundlegender Theorieströmungen werden verschiedene Anwendungsfelder einer kritischen Management- und Organisationsforschung (HRM, Marketing, Changemanagement etc.) anhand von einschlägigen Studien vertiefend beleuchtet.</p>						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge an der EUF mit wirtschaftswissenschaftlicher Akzentuierung geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115103081 Critical Management Studies	S	Pfl.	3	5	Präsentation, Hausarbeit	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Präsentation (30-45 Min.), Hausarbeit (ca. 10 Seiten)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S309 Wahlpflichtmodul 115103090	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Arbeitsrecht für Personaler und Führungskräfte						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Auf Grundlage einer fundierten Auseinandersetzung mit arbeitsrechtlichen Praxisproblemlagen sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, personalpolitische Rahmenbedingungen und Entscheidungsprobleme aus struktureller bzw. juristischer Perspektive zu analysieren.						
Inhaltliche Beschreibung	Die Veranstaltung „Arbeitsrecht für Personaler und Führungskräfte“ gewährt einen grundlegenden und praxisnahen Einblick in die arbeitsrechtliche Realität von Unternehmen. Unter der Leitung eines erfahrenen Praktikers und Juristen werden reale und zugleich typische arbeitsrechtliche Problemlagen und Fragestellungen bearbeitet.						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115103091 Arbeitsrecht für Personaler und Führungskräfte	S	Pfl.	2	5	schriftl. Fallbearbeitung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Schriftliche Fallbearbeitung im Stil eines Rechtsgutachten (mind. 6 Seiten)						
Anmerkungen	Wöchentliches Seminar mit Vorlesungsteilen, Präsentationen, Praxisfallstudien und Exkursionen. Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S310 Wahlpflichtmodul 115103100	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	Sozial- und Organisationstheorie						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden erhalten einen tiefgehenden Einblick in die interdisziplinäre Vielfalt ausgewählter Sozial- und Gesellschaftstheorien und deren Ursprünge. • Ausgehend von der Vermittlung theoretischer Grundlagen im Bereich der Sozial- und Gesellschaftstheorien werden die Studierenden in die Lage versetzt, die oftmals stillschweigenden Annahmen wichtiger Organisationstheorien offenzulegen und kritisch zu hinterfragen. • Die Veranstaltung versetzt die Studierenden in die Lage, ausgewählte Sozial- und Organisationstheorien in Bezug zueinander zusetzen und diese im Hinblick auf ihre Erklärungskraft für verschiedene empirische Phänomene hinreichend beurteilen zu können. 						
Inhaltliche Beschreibung	<p>Das Modul umfasst eine Einführung in ausgewählte einschlägige Sozialtheorien und die Diskussion zentraler Organisationstheorien. Die Studierenden erhalten einen Einblick in die Vielfalt der verschiedenen Erklärungsansätze im Spannungsfeld zwischen Subjektivismus und Objektivismus. Im Zuge der Veranstaltung werden die verschiedenen sozialtheoretischen Perspektiven eingehend erörtert, deren ontologische, epistemologische und methodologische Fundamente herausgearbeitet und in ihren zeitlichen Entstehungskontext gestellt. Im Weiteren werden ausgewählte prominente Organisationstheorien diskutiert und in Bezug auf ihre (sozialtheoretischen) Einflüsse und Annahmen dekonstruiert.</p>						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Veranstaltung kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge an der EUF oder SDU geöffnet werden.						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115103101 Sozial- und Organisationstheorie	S	Pfl.	3	5	Fallweise Prüfung	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Klausur (90 Min.) o-der Hausarbeit (10-15 Seiten) oder Prä-sentation (30 Min.) Nach Ankündigung in der ersten Veranstaltung.						
Anmerkungen	Seminar mit Präsentationen und Diskussion einschlägiger (ergänzender) wissenschaftlicher Texte und Fallstudien. Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S311 Wahlpflichtmodul 115103110	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Forschungsseminar Organizational Behaviour & Human Resource Management						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden lernen durch eine intensive schriftliche Auseinandersetzung mit einem eng eingegrenzten Bereich aus dem Schwerpunkt „Organizational Behaviour & Human Resource Management“ eigene Ergebnisse zu erarbeiten. Durch Erörterung und Diskussion der relevanten Thematik im Plenum lernen die Studierenden ihre Ergebnisse zu präsentieren, zu verteidigen und sich kritisch mit diesen auseinandersetzen.						
Inhaltliche Beschreibung	Die Studierenden sollen sich in ihrer Seminararbeit intensiv mit wechselnden relevanten Themenkomplexen aus dem Bereich „Organizational Behaviour & Human Resource Management“ auseinandersetzen.						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Behrends, Prof. Dr. Tabea Scheel						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115103111 Forschungsseminar Organizational Behaviour & Human Resource Management	S	Pfl.	2	5	siehe unten	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Klausur (90 Min.) oder Hausarbeit (10-15 Seiten) oder Präsentation (30 Min.)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S3.						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S401 Wahlpflichtmodul 115104010	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	10	jedes 2. Sem. (Frühjahr)	5 SWS	300 h	150 h	150 h	1 Semester
Modultitel	Medien- und Kommunikationsmanagement						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> • Die Vorlesung führt in die grundlegenden Fragen und Problembereiche des Medien- und Kommunikationsmanagements ein. Studierende verstehen grundlegende Aspekte des Managements von Medienunternehmen und können sich wesentliche theoretische Ansätze aneignen. • Sie verstehen dabei insbesondere die enge Beziehung zwischen Medien und Werbung und kennen die Chancen und Grenzen alter und neuer Medien für das Kommunikationsmanagement. • Sie können darüber hinaus diese Grundlagen und Konzepte in wichtigen Teilbereichen des Medien- und Kommunikationsmanagements anwenden. Besonderer Wert wird dabei auf die Herausforderungen gelegt, die durch neue Informations- und Kommunikationstechnologien (inkl. Mobile und Social Media) entstehen. 						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung • Theorie der Werbung • Grundlagen der Mediaplanung • Grundlagen der Online-Kommunikation • Theorie der Information • Theorien der Mediennutzung • Theorie der Medien und Konvergenz • Netzeffekte und Standards • Medienwandel • Content Management • Preisstrategien 						
Studienabschnitt	2. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115104011 Medien- und Kommunikationsmanagement	V / Ü	Pfl.	5	10	Klausur (90 Min.)	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4. Lehrsprache Deutsch oder Englisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S402 Wahlpflichtmodul 115104020	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Strategic Marketing						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Der/die Studierende ist am Ende der Veranstaltung im Stande: <ul style="list-style-type: none"> • ein strategisches Marketingproblem abzugrenzen und zu definieren, • ein strategisches Marketingproblem anhand von relevanter Theorie und Methodik untersuchen, analysieren und lösen zu können, • komplexes Wissen und komplexe Daten zu systematisieren sowie Sachverhalte auszusuchen und zu bewerten, die für die Lösung eines konkreten strategisches Marketingproblem wichtig sind, • die unterschiedlichen Theorien und Methoden des Faches kritisch zu bewerten. 						
Inhaltliche Beschreibung	Das Strategische Marketing umfasst alle strategischen Fragestellungen, die ein Unternehmen zu identifizieren und zu lösen hat. Insbesondere werden folgende Inhalte berücksichtigt: <ul style="list-style-type: none"> • Die strategische Position (Umfeld, strategische Fähigkeiten und Zielsetzung, Unternehmenskultur) • Strategische Wahlmöglichkeiten (Strategie auf Geschäftsbereichsebene, Ausrichtungen und Strategien auf Gesamtunternehmensebene, internationale Strategien, Innovation und Entrepreneurship, strategische Methoden und Bewertung) • Strategie in Aktion (Strategieentwicklungsprozesse, Organisieren für den Erfolg, ressourcenbezogene Strategien, Management des strategischen Wandels) • Entwicklung von Strategien 						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Modul ist verwendbar für den SDU Masterstudiengang Cand. merc. int.						
Modulverantwortliche	SDU						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115104021 Strategic Marketing	V/ Ü	Pfl.	2	5	Klausur	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung							
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4. Lehrsprache Englisch.						

Master of Arts		International Management Studies					
MIM S403 Elective course 115104030	ECTS- Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	5	every 2. Sem. (Spring)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Name of module	International Marketing						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	<p>The aim of the course is:</p> <ul style="list-style-type: none"> To introduce the student to the main concepts of international marketing management. To offer the student an analytic framework for the development, implementation and control of international marketing programmes that respond simultaneously to both global integration and national responsiveness. <p>Consequently, the student is able to analyze, select and evaluate the appropriate frameworks for firms approaching international markets. Having followed this course, the student is equipped to understand how the firm can achieve global competitiveness through the design and implementation of market-responsive programmes.</p>						
Contents of the module	<p>The course has a clear decision-oriented approach. It is structured according to the following five main management decisions connected with the international marketing process:</p> <ul style="list-style-type: none"> The decision whether to internationalize Motives (proactive and reactive) for starting export Triggers of export initiation Export barriers/risks Internationalization behaviour International competitiveness. <p>2. Deciding which markets/countries to enter</p> <ul style="list-style-type: none"> Description and evaluation of the international environment (political/ economic/ cultural) Deciding which foreign markets are most attractive for the firm's product or service Preliminary screening Analyzing market potential Evaluating company sales potential Market expansion strategies: Incremental versus simultaneous entry. <p>3. Deciding how to enter the foreign markets</p> <ul style="list-style-type: none"> Classification of entry modes: export, intermediate and hierarchical modes Export modes: Distributors, agents, piggy back, export management company Intermediate modes: Licensing, franchising and joint ventures Hierarchical modes: Subsidiaries (Acquisition or Greenfield investment) Foreign divestment Internet as an entry mode. <p>4. Designing the international marketing programme</p> <ul style="list-style-type: none"> Product/services decisions Pricing decisions and terms of doing business Distribution decisions (international retailing) Communication decisions (promotion strategies). <p>5. Implementing and coordinating the international marketing programme</p> <ul style="list-style-type: none"> International (cross-cultural) sales negotiations Global Account Management (GAM) Transfer of knowledge and 'best practices' from one market to another International business ethics Transnational bribery. 						
Study section	2. semester						
Applicability	Can be opened for other Master programmes of the EUF or SDU (e.g. for Cand. merc. int.).						
Person responsible	Associate Prof. Dr. Svend Hollensen						
Prerequisites	Keine						
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS- Credits	Method of examination	graded? ¹
1.	115104031 International Marketing	V/ Ü	Obl.	2	5	(written) exam or essay	yes
¹ Explanation regarding graded study achievements		-					
³ Explanation regarding module examination		-					
Remarks		Elective course in specialization S4. Language of instruction: English.					

Master of Arts			International Management Studies				
MIM S404 Elective course 115104040	ECTS-Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	5	every 2. Sem. (Spring)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Name of module	Business Marketing						
Aim of the module (expected learning outcome and competencies to be acquired)	<p>Having participated in the teaching activities the students are able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • define and delimit a business marketing problem in a company or organisation • examine, analyze and solve a business marketing problem by means of relevant theories and methods • evaluate different business marketing theories and methods in a critical way • use business marketing concepts in an exact, consequent and appropriate way • be active in a dialogue based on appropriate use of the most important business marketing concepts, models, theories and methods. 						
Contents of the module	<p>The objective of the course is to provide the students with an overall knowledge of the special conditions that apply to the industrial market. The industrial market as opposed to the consumer market is characterized by having a higher degree of formalization in the buying decision process. The students are provided with in depth knowledge about issues concerning buying behavior and buying decision which apply to industrial enterprises on the basis of which appropriate strategies and parameter constellations are to be developed.</p>						
Study section	2. semester						
Applicability	No						
Person responsible	Ass. Prof. Dr. Susanne Gretzinger						
Prerequisites	None						
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS-Credits	Method of examination	graded? ¹
1.	115104041 Business Marketing	V/ Ü	Obl.	2	5	(written) exam or essay	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	(Written) exam or essay (will be announced at the beginning of the semester).						
Anmerkungen	Elective course in specialization S4. Language of instruction: English.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S405 Elective course 115104050	ECTS-Credits	Frequency	Contact hours	Total Workload	Contact Time	Self-study	Duration
	10	every 2. Sem. (Autumn)	3 SWS	300 h	45 h	255 h	1 Semester
Name of module	Global E-Business						
Aim of the module	<p>Having participated in the teaching activities the students are able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • define and delimit a consumer marketing problem in a company or organisation • examine, analyze and solve a consumer marketing problem by means of relevant theories and methods • systematize complex knowledge and data about consumer behavior and select and give priority to circumstances that are essential for the solution of a specific consumer marketing problem • evaluate different consumer marketing theories and methods in a critical way • use consumer marketing concepts in an exact, consequent and appropriate way • argue for the solution of a consumer marketing problem on a valid scientific basis • be active in a dialogue based on appropriate use of the most important consumer marketing concepts, models, theories and methods. 						
Contents of the module	<p>In the course the special problems that are related to strategic marketing decision-making in companies serving the final consumers are highlighted, e.g. problems that are related to segmentation, differentiation, positioning and the implementation of a chosen marketing strategy. These problems are outlined, defined and understood based on the most recent scientific knowledge of consumer behaviour that includes the consumers' product interpretation, information-processing and decision-making based on individual characteristics and influence from relevant social groups and culture at large.</p> <p>Specific course contents:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Affect, cognition and behaviour 2. Product knowledge and involvement 3. Awareness, comprehension, attitudes and buying intentions 4. Decision-making and problem-solving 						
Study section	3. semester						
Applicability	Can be opened to other study programmes of the EUF or SDU, if required.						
Person responsible	Ph.d. Anna Marie Dyhr Ulrich						
Prerequisites	None						
Sub-module							
No.	Name of the module	Type	Level of Obligation Obl./Elec.	Contact hours	ECTS-Credits	Method of examination	graded? ¹
1.	115104051 Global E-Business	V	Obl.	3	10	(written) exam	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	2 hours written examination.						
Anmerkungen	Elective course in specialization S4. Language of instruction: English.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S406 Wahlpflichtmodul 115104060	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	Unternehmenskommunikation						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> • Die Vorlesung führt in die grundlegenden Fragen und Problembereiche der Unternehmenskommunikation ein. • Studierende verstehen die zentrale Bedeutung von Information und Kommunikation für arbeitsteiliges Wirtschaften und haben sich wichtige Kommunikationstheorien angeeignet. • Sie können darüber hinaus diese Grundlagen und Konzepte in wichtigen Teilbereichen der Unternehmenskommunikation (Mitarbeiter, Kunden, Öffentlichkeit) anwenden. 						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung • Ökonomische Bedeutung von Information und Kommunikation • Theorien der Kommunikation • Medien- und Kommunikationswege • Kundenkommunikation • Mitarbeiterkommunikation 						
Studienabschnitt	1. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Kann bei Bedarf auch für andere Studiengänge an der EUF oder SDU geöffnet werden (z.B. MSc Energy and Environmental Management, MA Kultur Sprache Medien).						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold Hass						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115104061 Unternehmenskommunikation	V/ Ü	Pfl.	3	5	Klausur (90 Min.)	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4.						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S407 Wahlpflichtmodul 115104070	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	je nach Angebot	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Medienökonomie						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> • Die Veranstaltung analysiert wesentliche Teilbranchen des Mediensektors. Studierende lernen wichtige Rahmenbedingungen und Problemfelder der jeweiligen Sektoren kennen. • Sie können darüber hinaus diese Grundlagen und Konzepte auf konkrete Managementprobleme anwenden. • Sie beherrschen überdies Methoden der Branchen- und Fallstudienanalyse aktiv. 						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung • Theoretischer Bezugsrahmen • Zeitungsmarkt • Buchmarkt • Filmmarkt • Fernsehmarkt • Radiomarkt • Spielmarkt 						
Studienabschnitt	unregelmäßig						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115104071 Medienökonomie	V	Pfl.	2	5	siehe unten	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Hausarbeit (15 Seiten) und mdl. Prüfung (15 Min.)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4.						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S408 Wahlpflichtmodul 115104080	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	3 SWS	150 h	45 h	105 h	1 Semester
Modultitel	Medienrecht						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Das Modul vermittelt einen Einblick in den rechtlichen Handlungskontext von Medienunternehmen. Diese determinieren ganz entscheidend das Feld der strategischen und operativen Handlungsoptionen von Medienunternehmen. Mit dem Abschluss des Moduls gewinnen die Studierenden einen Überblick zu den medienrelevanten Rechtsbereichen. Systematik, Formen und grundlegende Inhalte des Medienrechts werden deutlich.						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung • Verfassungsrechtliche Grundlagen • Foto- und Bildrecht • Urheberrecht • Domainrecht 						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115104081 Medienrecht	V/ Ü	Pfl.	3	5	siehe unten	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Hausarbeit (15 Seiten) und mdl. Prüfung (15 Min.)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S409 Wahlpflichtmodul 115104090	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	je nach Angebot	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Medienwissenschaft						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Veranstaltung bietet einen Einblick in die Medienwissenschaften. Die Studierenden kennen medien- und kommunikationswissenschaftliche Zugänge zu Medien, verstehen diese und können sie anwenden. Sie sind in der Lage, sie mit wirtschaftswissenschaftlichen Ansätzen zu verknüpfen.						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung • Einzelmedientheorien • Linguistische Ansätze • Kommunikationstheoretische Ansätze • Intermedialität • Interkulturelle Perspektiven 						
Studienabschnitt	unregelmäßig						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungsvoraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflichtungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115104091 Medienwissenschaft	V/ Ü/ S	Pfl.	2	5	siehe unten	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Hausarbeit (15 Seiten) und Präsentation (20 Min.) oder 60 min. Klausur oder mdl. Prüfung (15 Min.)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4. Lehrsprache Deutsch oder Englisch.						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S410 Wahlpflichtmodul 115104100	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	je nach Angebot	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Kulturwissenschaft						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Veranstaltung bietet einen Einblick in die Kulturwissenschaft. Die Studierenden kennen kulturwissenschaftliche Zugänge zu Medien, verstehen diese und können sie anwenden. Sie sind in der Lage, sie mit wirtschaftswissenschaftlichen Ansätzen zu verknüpfen.						
Inhaltliche Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung • Grundlagen der Kulturwissenschaften • Kulturwissenschaftliche Medientheorien • Ausgewählte Fragestellungen 						
Studienabschnitt	unregelmäßig						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115104101 Kulturwissenschaft	V/ Ü/ S	Pfl.	2	5	siehe unten	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Hausarbeit (15 Seiten) und Präsentation (20 Min.) oder 60 min. Klausur oder mdl. Prüfung (15 Min.)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4. Lehrsprache Deutsch oder Englisch.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S411 Wahlpflichtmodul 115104110	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	je nach Angebot	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Marketing						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Das Modul vertieft spezielle Fragen und Anwendungsgebiete des Marketings (z.B. Online Marketing, Tourismusmarketing, PR). Die Studierenden sollen in der Lage sein, sich in Spezialthemen des Marketings einzuarbeiten und allgemeine Kenntnisse in speziellen Kontexten sinnvoll anwenden können.						
Inhaltliche Beschreibung	Wechselnd je nach Spezialthema.						
Studienabschnitt	unregelmäßig						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	Marketing 115104111	V/ S	Pfl.	2	5	siehe unten	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Hausarbeit (15 Seiten) und Präsentation (20 Min.) oder 60 min. Klausur oder mdl. Prüfung (15 Min.)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4. Lehrsprache Deutsch oder Englisch.						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S412 Wahlpflichtmodul 115104120	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	je nach Angebot	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Medienmanagement						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Das Modul vertieft spezielle Fragen und Anwendungsgebiete des Medienmanagements (z.B. Online Media Management, Social Media Management oder Management ausgewählter Teilbranchen). Die Studierenden sollen in der Lage sein, sich in Spezialthemen des Medienmanagements einzuarbeiten und allgemeine Kenntnisse in speziellen Kontexten sinnvoll anwenden können.						
Inhaltliche Beschreibung	Wechselnd je nach Spezialthema.						
Studienabschnitt	unregelmäßig						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115104121 Topics in Media Management	V/ S	Pfl.	2	5	siehe unten	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Hausarbeit (15 Seiten) und Präsentation (20 Min.) oder 60 min. Klausur oder mdl. Prüfung (15 Min.)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4. Lehrsprache Deutsch oder Englisch.						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S413 Wahlpflichtmodul 115104130	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Praxisprojekt Marketing & Medienmanagement						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Die Studierenden können ein Problem aus der Praxis aufnehmen, konkretisieren und strukturieren. Die Studierenden können das Problem im Team wissenschaftsbasiert bearbeiten, fundierte Lösungsansätze entwickeln und konkrete Empfehlungen abgeben. Die Studierenden können das entwickelte Konzept vor Praxisvertretern präsentieren und verteidigen.						
Inhaltliche Beschreibung	Im Rahmen dieses Kurses werden konkrete Aufgabenstellungen eines Praxispartners (typischerweise ein Unternehmen oder sonstige Organisation aus der Region) in den Themenfeldern Marketing und Medienmanagement bearbeitet. Die Studierenden übernehmen die Rolle externer Berater, die das Problem konkretisieren und mit unterschiedlichen Methoden bearbeiten. Die erarbeiteten Lösungsvorschläge werden dem Praxispartner präsentiert.						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115104131 Praxisprojekt Marketing & Medienmanagement	P	Pfl.	2	5	Präsentation (15 Folien und Minuten pro Person)	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	-						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4. Lehrsprache Deutsch oder Englisch. Die Projektarbeit findet in Kooperation mit einem realen Praxispartner statt. Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.						

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S414 Wahlpflichtmodul 115104140	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes 2. Sem. (Herbst)	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Forschungsseminar Marketing und Medien						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können innerhalb eines vorgegebenen Themenfeldes ein Forschungsthema finden und strukturieren. • Sie können sich die relevante Literatur erarbeiten und wissenschaftlich aufbereiten. • Sie sind in der Lage, Daten mittels qualitativer Methoden zu erheben und diese im Hinblick auf die Forschungsfrage auszuwerten. 						
Inhaltliche Beschreibung	Im Rahmen des Moduls führen die Studierenden eigenständige Forschungsarbeiten in aktuellen Themengebieten (z.B. Virtuelle Güter, Social Media Marketing etc.) durch. Durch entsprechende Vorlesungsanteile zum wissenschaftlichen Arbeiten sowie insb. zur Erhebung und Analyse qualitativer Daten werden die Studierenden in die Lage versetzt, selbst Interviews durchzuführen und auszuwerten. Das Modul bietet damit nicht zuletzt eine gute Vorbereitung für die Masterarbeit.						
Studienabschnitt	3. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115104141 Forschungsseminar Marketing und Medien	S	Pfl.	2	5	Hausarbeit, Präsentation	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Hausarbeit (20 Seiten), Präsentation (20 Min.)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4. Lehrsprache Deutsch oder Englisch.						
08.02.2024							

Master of Arts				International Management Studies			
MIM S415 Wahlpflichtmodul 115104150	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	unregelmäßig	2 SWS	150 h	30 h	120 h	1 Semester
Modultitel	Topics in Marketing						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Das Modul vertieft spezielle Fragen und Anwendungsgebiete des Marketings (z.B. Online Marketing, Tourismusmarketing, PR). Die Studierenden sollen in der Lage sein, sich in Spezialthemen des Marketings einzuarbeiten und allgemeine Kenntnisse in speziellen Kontexten sinnvoll anwenden können.						
Inhaltliche Beschreibung	Wechselnd je nach Spezialthema.						
Studienabschnitt	2./3. Semester						
Verwendbarkeit							
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Berthold H. Hass						
Zulassungs- voraussetzungen							
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115104151 Topics in Marketing	V/S	Pfl.	2	5	siehe unten	ja
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	Hausarbeit (15 Seiten) und Präsentation (20 Min.) oder 60 min. Klausur oder mdl. Prüfung (15 Min.)						
Anmerkungen	Wahlpflichtveranstaltung in der Spezialisierung S4. Lehrsprache Deutsch oder Englisch.						
08.02.2024							

Master of Arts			International Management Studies				
Modul Praktikum Wahlpflichtmodul 115105010	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	5	jedes Semester	Entfällt				mind. 4 Wochen
Modultitel	Praktikum						
Qualifikations- und Kompetenzziele	Das Praktikum dient als Vorbereitung auf eine spätere berufliche Tätigkeit in vielerlei Hinsicht: Sammeln von studienrelevanten Berufserfahrungen; Integration von Theorie und Praxis/ Gelegenheit zur praktischen Anwendung und Erprobung der während des Studiums erlernten Fähigkeiten und Kenntnisse; Wirklichkeitsgetreuer Eindruck vom Arbeitsmarkt und dessen Erfordernissen; Selbstständigkeit bei der Angebots- und Stellensuche; Erstellen von Bewerbungsdokumenten und Durchlaufen eines Bewerbungsverfahrens; Profil- und Schwerpunktbildung innerhalb des Studiums; Orientierung am Arbeitsmarkt u. Identifikation möglicher späterer Arbeitsfelder; Kontakte zu potentiellen zukünftigen Arbeitgebern; Möglicherweise Erwerb eines interessanten Angebots für eine Masterarbeit; Erstellen eines Praktikumsberichts.						
Inhaltliche Beschreibung	Innerhalb der Spezialisierung kann im Umfang von 5 CP ein mindestens vierwöchiges studienrelevantes Praktikum in Vollzeit anerkannt werden. Das Praktikum muss deutliche Bezüge zu den Inhalten des Studiums aufweisen. Dafür ist vor Beginn des Praktikums ein Antrag bei der Professur zu stellen, die für die jeweilige Spezialisierung, in der das Praktikum eingebracht werden soll, verantwortlich ist. Nähere Spezifikationen zur Anmeldung und zum Antrag sind auf der Interseite des IIM im Bereich Prüfungsangelegenheiten - Anträge/Formulare zu finden.						
Studienabschnitt							
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Je nach Vertiefung						
Zulassungs- voraussetzungen	Keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115105011 Praktikum	P	Pfl.		5	Bericht	nein
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studienleistungen -							
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung Der Leistungsnachweis erfolgt durch einen Bericht, der mit bestanden/nicht bestanden bewertet wird. Das Ergebnis fließt nicht in die Endnote ein.							
Anmerkungen Wahlpflichtveranstaltung, die in allen Spezialisierungen (1 - 4) eingebracht werden kann. Nähere Spezifikationen zur Anmeldung und zum Antrag sind auf der Interseite des IIM im Bereich Prüfungsangelegenheiten - Anträge/Formulare zu finden.							

Master of Arts		International Management Studies					
Modul Masterthesis Pflichtmodul 115100990	Leistungs- punkte	Turnus	Lehrangebot	Workload gesamt	davon Kontaktst.	davon Selbstst.	Dauer
	30	jedes Sem.	5 SWS	900 h	75 h	825 h	5 Monate
Modultitel	Masterthesis						
Qualifikations- und Kompetenzziele	<p>Ausgehend von zentralen Themen des Studiengangs können die Studierenden bei der Lösung eines eingegrenzten Problems Modelle und Theorien aus verschiedenen im Studiengang vertretenen Disziplinen integrieren. Die Studierenden können nachweisen, dass sie komplexe relevante und interessante Problemstellungen identifizieren und zu ihrer Lösung beitragen. Dabei besteht die Erwartung darin, einen kleinen Beitrag zur Bearbeitung eines neuen Feldes zu leisten oder schon bearbeitete Problemfelder unter einer neuen Perspektive zu betrachten. Ziel ist die eigenständige, originelle Lösung eines komplexen Problems aus betriebswirtschaftlichen Theorie oder Praxis. Dabei werden die erlernten Methoden, Modelle und Theorien auf die jeweilige Problemstellung angewendet. Ziel des Hauptteils einer Masterarbeit ist die Entwicklung einer logisch aufeinander aufbauenden, stringenten Argumentation, die zur Beantwortung der Fragestellung dient. Am Ende steht eine eigenständig erstellte wissenschaftliche Arbeit, mit der die Studierenden zeigen, dass sie das im Studium erworbene Wissen eigenständig in eine wissenschaftliche Problembearbeitung transferieren können. Ein weiteres Ziel ist, dass die Studierenden Kenntnisse über die Möglichkeiten und Begrenzungen, die mit der praktischen Anwendung der Theorien verknüpft sind, erwerben.</p> <p>In der Disputation verteidigen die Studierenden in Form einer mündlichen Präsentation und in einer daran anschließenden Diskussion die wesentlichen Ergebnisse und Thesen der Masterthesis.</p> <p>Kolloquium: Die Teilnahme am Kolloquium ist verpflichtend für alle Studierenden, die ihre Abschlussarbeit in der jeweiligen Abteilung schreiben wollen. Das Kolloquium hat zum Ziel, während des Erstellungsprozesses der Masterarbeiten eine begleitende Betreuung zu gewährleisten und die Qualität der wissenschaftlichen Arbeiten zu verbessern. Es bietet ein Forum für die Vorstellung der laufenden Arbeiten sowie für die Diskussion grundlegender Fragen zum wissenschaftlichen Arbeiten.</p>						
Inhaltliche Beschreibung	<p>Die Studierenden suchen sich jeweils einen Themenbereich aus ihrer Spezialisierung aus, entwickeln eine eigene, spezifische Fragestellung und werden im Laufe einer eingehenden Auseinandersetzung zu Spezialisten in diesem Bereich. Die Masterthesis baut systematisch auf den in Seminar- und Projektarbeiten geübten Fähigkeiten auf. Das jeweilige Thema wird möglichst in einem Literaturteil und einem empirischen Untersuchungsteil abgehandelt und sowohl das deskriptive und theoretische als auch das pragmatische Ziel der Betriebswirtschaftslehre adressiert.</p> <p>Kolloquium: Im Rahmen des Kolloquiums werden den Teilnehmer*innen verschiedene Themen rund um das wissenschaftliche Arbeiten nähergebracht wie bspw. Phasen einer Abschlussarbeit, Themensuche und -eingrenzung, Literaturquellen und -datenbanken, Literatursoftware, Bewertungskriterien, formale Anforderungen, Zitationsstile, Exposé-Erstellung sowie die Fallstudienmethodik. Zusätzlich gibt es an verschiedenen Terminen die Möglichkeit, Probleme und Fragen in der Gruppe untereinander zu erörtern. Ferner dient das Format dem Austausch über wissenschaftliche Fragestellungen.</p>						
Studienabschnitt	4. Studiensemester						
Verwendbarkeit	Nein						
Modulverantwortliche	Jede Professur						
Zulassungs- voraussetzungen	keine						
Teilmodule							
Nr.	Lehrinhalte/Titel	Art	Verpflich- tungsgrad Pfl./Wpfl.	SWS	Leistungs- punkte	Prüfungs- form	benotet? ¹
1.	115100991 Masterthesis		Pfl.	5	30	Abschlussarb eit	ja
2.	115100992 Kolloquium	K	Pfl.			Exposé, Präsentation	nein
¹ Erläuterung bezügl. benoteter Studien- leistungen	-						
³ Erläuterung bezügl. Modulprüfung	<p>Die Masterthesis umfasst im Regelfall zwischen 60 – 80 Seiten zzgl. vorhandener Verzeichnisse. Näheres wird in Absprache mit dem jeweiligen Betreuer festgelegt. Die Masterthesis muss in gebundener und digitaler Form innerhalb von fünf Monaten abgegeben werden. Die Masterthesis umfasst insgesamt 30 CP. Hiervon entfallen 5 CP auf die daran anschließende Disputation. Die Masterthesis kann auch als Gruppenarbeit verfasst werden.</p> <p>Kolloquium: Entwicklung eines Exposés und Präsentationen zum jeweiligen Stand der Abschlussarbeit.</p>						
Anmerkungen	Der Gesamtworkload beträgt 900 Stunden. Davon entfallen 75h auf Kontaktzeit in Form von Besprechungen und Kolloquium. Die Masterthesis ist nach Absprache mit den Prüfenden in deutscher oder einer Fremdsprache abzufassen.						
08.02.2024							