

<b>Modul 8: Wahlpflichtbereich General Management</b>				<b>Studiengang:</b>	MBA
<b>Modultyp:</b>	<b>ECTS-Punkte:</b>	<b>Workload:</b>	<b>Studienabschnitt</b>	<b>Dauer des Moduls:</b>	
Wahlpflicht	5	150	4	16 Präsenztermine	
<b>Kurse:</b> von den nachfolgend aufgeführten Kursen sind vier Kurse zu belegen und jeweils mit einer mündlichen Prüfung abzuschließen.			<b>Kontaktzeit:</b>	<b>Selbststudium:</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
Kurs 8a: Führen mit Zielen Kurs 8b: Arbeitsrecht Kurs 8c: Marktforschung Kurs 8d: Steuerplanung Kurs 8e: Coaching for Leadership Kurs 8f: Praxis des Projektmanagements Kurs 8g: Internationale Wirtschaftsbeziehungen und europäische Integration Kurs 8h: Consumer Neurosciences Ergänzend: bis zu 4 Kurse aus Modul 9 oder 10 Kurs 8x: Ggf. weitere aktuelle Themen zum „General Management“			je Kurs 16	je Kurs 21,5h	je Kurs 25
<b>Kurs 8a: Führen mit Zielen</b> (Prof. Dr. Chr. Börner und Gastreferenten)					
<b>Qualifikationsziele:</b>					
Die Teilnehmer*innen sind nach Abschluss des Kurses in der Lage,					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- die grundsätzliche Problematik, in arbeitsteiligen Organisationen mit Mitarbeiter*innen aller Hierarchiestufen Ziele zu vereinbaren, die mit den Unternehmenszielen in Einklang stehen, zu erfassen und zu strukturieren;</li> <li>- die Eigenschaften von Zielen, nach denen in Organisationen gehandelt werden kann, zu beschreiben;</li> <li>- die Gemeinsamkeiten und Unterschiede unterschiedlicher theoretischer und praktischer Ansätze zur Führung mit Zielen zu erörtern;</li> <li>- die Zusammenhänge zwischen der kognitiven und der emotionalen Ebene der Führung mit Zielen zu veranschaulichen und konstruktiv zu nutzen;</li> <li>- auf strukturierte Weise Zielvereinbarungsgespräche zu führen, um die daraus erwachsenden Möglichkeiten zu nutzen und drohenden Fallstricke zu vermeiden.</li> </ul>					
<b>Inhalte:</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zieldefinition, -elemente, -beziehungen und -typen,</li> <li>- Stufen der Zielentwicklung,</li> <li>- Ordnung von Einzelzielen in Zielsystemen,</li> <li>- Funktionen von Zielen,</li> <li>- Modelle des „Führens mit Zielen“: Management by Objectives</li> <li>- Emotionale, psychosoziale und kommunikative Voraussetzungen für das Führen mit Zielen,</li> </ul>					

- Grundlagen von Zielvereinbarungsgesprächen,
- Rollenspiele zu Zielvereinbarungsgesprächen.

### **Kurs 8b: Arbeitsrecht** (Prof. Dr. jur. A. Feuerborn)

#### **Qualifikationsziele:**

Die Teilnehmer\* sind nach Abschluss des Kurses in der Lage,

- die Struktur des deutschen Arbeitsrechts sowie dessen betriebliche und ökonomische Wirkungen zu beschreiben;
- spezifische Fälle arbeitsrechtlicher Gestaltungen und deren Konsequenzen einzuschätzen;
- Instrumente der vorausschauenden Strukturierung von Arbeitsbeziehungen zu diskutieren.

#### **Inhalte:**

Das deutsche System Arbeit ist in starkem Maße durch Rechtsvorschriften geprägt, die sehr unterschiedliche Funktionen erfüllen - vom Schutz der Mitarbeiter\*innen gegenüber Unzulänglichkeiten, der Sicherung ihrer sozialen Lebensgestaltung bis hin zur Mitwirkung am betrieblichen und unternehmerischen Gestaltungsprozess. Die Ausprägungen rechtlicher Regelungen basieren auf differenzierten Vorgaben, von Gesetzen über Verordnungen bis zu freiwilligen Vereinbarungen und Elementen von Usancen. Es geht dabei vielfach um Interessenausgleiche divergierender Vorstellungen, die nur mit präzisen „Spielregeln“ herbeigeführt werden können und die sich nicht immer prima facie erschließen oder einfach nachvollziehbar sind. Die Teilnehmer\*innen sollen für die Problemlage sensibilisiert werden und erste Eindrücke von der Komplexität der Materie erhalten, um im Tagesgeschäft Beratungsbedarfe durch Experten erkennen zu können.

### **Kurs 8c: Marktforschung** (Prof. Dr. B. Günter und Gastreferent)

#### **Qualifikationsziele:**

Die Teilnehmer\*innen sind nach Abschluss des Kurses in der Lage,

- zu erörtern, wie Unternehmen die Verflechtungen mit den verschiedenen Märkten und den Anspruchsgruppen analysieren können;
- zu analysieren, wie Marktforschung und Branchenanalyse systematisch mit ausgewählten Verfahren vorgenommen wird;
- zu beschreiben, wie markt- und branchenbezogene Daten erhoben, ausgewertet und interpretiert werden;
- darzulegen, wie in ihrem eigenen Unternehmen oder ihrer Branche derartige Analysen zu konzipieren, durchzuführen oder zu überprüfen sind.

#### **Inhalte:**

Die Teilnehmer\*innen lernen, wie Unternehmen und andere Akteure Märkte und Marktpartner analysieren. Dazu zählen die Identifikation von Branchen- und Marktconstellations, von Strukturen und Verflechtungen, gegenwärtigen und zukünftigen Entwicklungen und Trends. Die Interessen, Ziele und Motive von Marktakteuren werden ebenso thematisiert wie Verhaltensmuster und deren Einflüsse, speziell in den Bereichen des Kauf- und Verkaufs- sowie des Kooperationsverhaltens. Die Rolle der Marktforschung und Branchenanalyse in Marketing- und Managementprozessen soll beispielhaft verdeutlicht werden. Nicht zuletzt werden ausgewählte Methoden und Verfahren der Marktforschung und -analyse, der Datenerhebung, -auswertung und -interpretation diskutiert und auf praktische Beispiele angewendet. Je nach Aufgabenstellung und Anwendungsbereich kommen dabei quantitative Verfahren mit Hilfe der mathematischen, z.B. deskriptiven Statistik, zur Diskussion und/oder qualitative Verfahren. Dabei sind Umfeld- und

Umweltbedingungen und der rechtliche Rahmen mit den jeweiligen strukturellen Konsequenzen besonders zu beachten (so dass nicht einfach Fortschreibungen als Analyse- und Auswertungsoption zu diskutieren sind). Schließlich sollen die Teilnehmer\*innen auch mit Fallstudien und Praxisbeispielen zu der Thematik konfrontiert werden.

### **Kurs 8d: Strategisches Personalmanagement (Prof. Dr. S. Süß)**

#### **Qualifikationsziele:**

Die Teilnehmer\*innen sind nach Abschluss des Kurses in der Lage,

- strategische Aspekte des Personalmanagements zu erläutern,
- den Zusammenhang zwischen strategischen Funktionen des Personalmanagements und anderen Funktionen des Managements zu erläutern,
- Vor- und Nachteile verschiedener Arten von Beschäftigungsverhältnissen zu würdigen,
- strategische Aspekte des Personalcontrollings zu verstehen und anzuwenden,
- effektiv mit Mitbestimmungsinstitutionen zu interagieren und
- Aufgaben des und Entscheidungen im Personalmanagement vor dem Hintergrund ethischer Normen zu reflektieren.

#### **Inhalte:**

Die Teilnehmer/innensetzen sich in diesem Modul vertiefend mit Personalmanagement auseinander, wobei sie dessen strategische Aufgaben studieren. Dies umfasst konkret:

- Strategisches Personalmanagement
- Beschäftigungsverhältnisse und Arbeitszeitmanagement
- Personalcontrolling und Personalrisikomanagement
- Mitbestimmungsmanagement
- Personalmanagement und Ethik.

### **Kurs 8e: Coaching for Leadership (Prof. Dr. E.-E. Weiß)**

#### **Qualifikationsziele:**

Die Teilnehmer\*innen sind nach Abschluss des Kurses in der Lage,

- zu verstehen, was der Kern des Arbeitens mit Menschen ist und wie dies in die tägliche Arbeit integriert werden kann.
- die Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Führung und Coaching zu verstehen und so die beiden Konzepte voneinander abzugrenzen.
- die Grundlagen der Kommunikation zu verstehen.
- beim Arbeiten mit Menschen aufmerksamer zu sein, d.h. das Gegenüber bewusster wahrzunehmen und dadurch besser zu verstehen.
- verschiedene Fragetechniken anzuwenden.
- unterschiedliche Methoden des Coachings zu unterscheiden und in der täglichen Arbeit einzusetzen.

#### **Inhalte:**

- Persönlichkeitsentwicklung durch praktische Übungen in den Bereichen Wahrnehmung und Kommunikation
- Grundlagen der Kommunikation
- Grundlagen der Führung
- der theoretische und konzeptionelle Hintergrund des Coachings

- der Coaching-Prozess
- Interventionen und Fragetechniken

### **Kurs 8f: Praxis des Projektmanagements (Prof. Dr. B. Günter)**

#### **Qualifikationsziele:**

Die Teilnehmer\*innen sind nach Abschluss des Kurses in der Lage,

- zu erörtern, wie Unternehmen und andere Organisationen komplexe und in ihrer Art und Ausprägung zumeist einmalige interne und externe Vorgänge als Projekt definieren und isoliert steuern;
- die Besonderheiten von Projekten in ihren ökonomischen Verflechtungen und Implikationen zu verstehen;
- Projekte effektiv und effizient zu strukturieren nach Ablauf und Kompetenz;
- die Methoden und Tools des Projektmanagements, der Projektorganisation und -leitung und des Projekt-Controlling zu analysieren, anzuwenden und zu bewerten;
- die personalwirtschaftlichen, organisatorischen und Controlling- bzw. rechnungswesenbezogenen Aspekte des Projektmanagement zu verstehen und zu gestalten;
- Implementierung, Konflikte, Team- und Projektleitungs- und Projektverhandlungslösungen zu handhaben,
- mit erfahrenen Praktiker\*innen die Probleme des Projektmanagements zu diskutieren.

#### **Inhalte:**

Der Wahlpflichtkurs ergänzt und erweitert den Kursteil Projektmanagement im Pflichtprogramm, in dem die systematischen Grundlagen des Projektmanagements im Vordergrund stehen. Aufbauend auf diesen Basics werden die Rahmenbedingungen und Erfolgsfaktoren dieser Organisationsform in der Praxis unserer Wirtschaft und Gesellschaft dargelegt. Auf der Basis strategischer Ausgangsbedingungen in Unternehmen unterschiedlichster Branchen werden praktische Anwendungen, Techniken, organisationale und individuelle Erfahrungen und Beiträge vorgestellt und diskutiert, die typischen Zielkonflikte des Projektmanagements thematisiert und branchenbezogene Lösungen erörtert. Dabei werden auch die Umfeldbedingungen und der rechtliche Rahmen für Projekte thematisiert. In Praxispräsentationen und Übungen der Teilnehmer werden die quantitativen Kriterien und Kenngrößen diskutiert, die im Rahmen von Projektstrukturplänen, Zeitplänen, Kapazitätsplänen, Kostenplänen und damit im Projekt-Controlling Verwendung finden. Beispielbereiche sind etwa: F&E-Projekte in Pharma-Unternehmen, IT-Projekte, Infrastruktur-Projekte, Bau- und Anlagenbau-Projekte, (Re-)Organisationprojekte, Marketing-Kampagnen, Messprojekte u.ä. sowie Multiprojektmanagement.

### **8g: Internationale Wirtschaftsbeziehungen und europäische Integration (Prof. Dr. H. D. Smeets)**

#### **Qualifikationsziele**

Die Teilnehmer\*innen sind nach Abschluss des Moduls in der Lage,

- die Grundprinzipien der Welthandelsorganisation (WTO) einzuordnen und zu bewerten;
- die Möglichkeiten und Grenzen einer protektionistischen Handelsstrategie zu erkennen;
- die unterschiedlichen Wirkungen von regionaler Integration und weltweitem Freihandel aufzuzeigen;
- die mit dem Brexit verbundenen Entwicklungen und Probleme zu analysieren;
- die Funktionsweise fester und flexibler Wechselkursysteme zu erörtern;

- die Probleme von Wechselkursbindungen am Beispiel des Schweizer Frankens zu verstehen;
- die Ursachen von Währungskrisen bei festen und flexiblen Wechselkursen zu erkennen;
- die spezifischen Probleme einer Währungsunion zu verstehen und aktuelle Fragen der EWU zu diskutieren.

**Inhalte:**

1. Internationale Handelsbeziehungen und die WTO
2. Regionale (handelspolitische) Integration vs. multilateraler Freihandel
3. Funktionsweise von Währungssystemen fester und flexibler Wechselkurse
4. Aktuelle währungspolitische Fragen

**Literaturhinweise:** Werden zu Beginn der Veranstaltung – je nach den aktuellen Themenschwerpunkten – bereitgestellt.

**8h: Consumer Neurosciences (Prof. Dr. P. Kenning)**

**Qualifikationsziele**

Die Teilnehmer\*innen sind nach Abschluss des Moduls in der Lage,

- Die wesentlichen Theorien, Methoden und Erkenntnisse der Consumer Neuroscience zu verstehen und zu diskutieren.
- Entscheidungen darüber zu treffen, in welchen Situationen der Einsatz neurowissenschaftlicher Methoden im Rahmen der betrieblichen Marktforschung sinnvoll ist.
- Projekte im Bereich der Consumer Neuroscience durchzuführen.

**Inhalte:**

1. Consumer Neuroscience: Was ist es und wofür braucht man es?
2. Das Gehirn: Wo ist was und wofür ist es gut?
3. Die Vermessung des Gehirns: Welche Methoden verwendet die Consumer Neuroscience?
4. Wie alles zusammenhängt und – wirkt: Die wichtigsten neurowissenschaftlichen Theorien und Ansätze.
5. Was wissen wir bisher: Ein Überblick über die wichtigsten Ergebnisse der Consumer Neuroscience.

**Literaturhinweise:** Kenning, P. (2020): Consumer Neuroscience – ein transdisziplinäres Lehrbuch, 2. Auflage, Kohlhammer-Verlag, Stuttgart.

**Lehrformen:** Impulsvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit.

**Verwendbarkeit des Moduls:** Deutschsprachiger MBA-Studiengang „General Management“

**Teilnahmevoraussetzungen:** Zulassung zum MBA-Studiengang.

**Prüfungsform:** Mündliche Prüfungen, Hausarbeit oder aktive Mitarbeit in den vier gewählten Kursen.

**Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:** Erfolgreich abgelegte vier Kursabschlussprüfungen.

**Häufigkeit des Angebots:** jährlich optional

**Stellenwert der Note für die Endnote:** In die Gesamtnote des Studiengangs geht die Note der Modulabschlussprüfung mit 18,2 % ein.

**Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende:**

Prof. Dr. C. J. Börner, Prof. Dr. Jur. A. Feuerborn, Prof. Dr. B. Günter, Prof. Dr.P. Kenning, Prof. Dr. H.-D. Smeets, Prof. Dr. Stefan Süß, Prof. Dr. E.-E. Weiß sowie gfs. die Kursleiter der Module 9 und 10.

**Sonstige Informationen:** Die Materialien werden online zu Beginn des jeweiligen Kurses zur Verfügung gestellt.

**Modul-Orga-Einheit:** 4. Studienabschnitt

**Modulversionsname:** 2020-10 V1